UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TITULO:

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE PERSONAL O CLIENTE ENCUBIERTO ENCARGADA DE DETECTAR FALLAS EN EL DESEMPEÑO DE FUNCIONES EN EMPRESAS DE LA CIUDAD DE LOJA"

"TESIS PREVIA LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE INGENIERO COMERCIAL"

DIRECTORA:

Ing. Gretty Salinas Ordóñez

AUTOR:

Alex Javier Codena Quinche

LOJA – ECUADOR
2011

MAE. Gretty Salinas Ordóñez

DOCENTE DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA, CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

CERTIFICO:

Que, en calidad de Directora de la tesis titulada, **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE PERSONAL O CLIENTE ENCUBIERTO ENCARGADA DE DETECTAR FALLAS EN EL DESEMPEÑO DE FUNCIONES EN EMPRESAS DE LA CIUDAD DE LOJA"**, he dado la asesoría requerida al egresado Alex Javier Codena Quinche, durante el desarrollo de esta tesis previa a la obtención del Grado de Ingeniero Comercial, la cual cumple con los requisitos establecidos en la normatividad universitaria para ser presentada ante el Tribunal de Grado correspondiente.

Loja, Enero de 2011.

MAE Gretty Salinas Ordóñez

Directora de Tesis

Autoría

El presente proyecto de factibilidad previo al a obtención del titulo de Ingeniero comercial fue realizado única y exclusivamente por el postulante Alex Javier Codena Quinche egresado de la Carrera Administración de Empresas en la Universidad Nacional de Loja.

Alex Javier Codena Quinche

Dedicatoria

El presente proyecto de factibilidad se lo dedico a mis padres por su apoyo, moral, económico y guía incondicional en todas las etapas de mi vida académica y en especial en mi carrera universitaria, también lo dedico a mis hermanos por estar presentes en cada paso de mis etapas de estudiante, ya que con sus ejemplos he alcanzado mis ideales.

Y principalmente a Dios por todas las bendiciones otorgadas a lo largo de mi vida y por permitirme culminar con éxito y salud mi carrera profesional.

El autor

Agradecimiento

La dedicación, el conocimiento y la entrega es la base de los esfuerzos que se realizan para culminar de una forma exitosa una carrera universitaria, dentro de este marco existen personas indispensables que sin su apoyo no sería posible lo mencionado.

Por esta razón agradezco en primer lugar a Dios por todas y cada una de las bendiciones recibidas, luego a la universidad Nacional de Loja que me supo acoger como estudiante y creer en mis aptitudes. También a los docentes que supieron nutrirme de conocimientos en todas las etapas de mi carrera universitaria.

Expreso un profundo agradecimiento a la Ing. Gretty Salinas que en calidad de directora de tesis supo brindarme sus valiosos conocimientos y por haberme guiado hasta culminar exitosamente este proyecto. También agradezco a los Gerentes y Administradores de cada una de las empresas, quienes facilitaron la información que fue necesaria para el desarrollo del proyecto.

Finalmente a mis padres, hermanos y a mis amigos que de una u otra manera estuvieron presentes, brindado apoyo en cada una de las etapas para culminar exitosamente mi tesis y por ende mi carrera.

El autor

TITULO

a. TITULO

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE PERSONAL O CLIENTE ENCUBIERTO ENCARGADA DE DETECTAR FALLAS EN EL DESEMPEÑO DE FUNCIONES EN EMPRESAS DE LA CIUDAD DE LOJA”

RESUMEN

b. Resumen

b.1) Resumen en Español

La principal desventaja de las empresas son los problemas en el desempeño de funciones, las mismas que al no tener claramente establecidas las dificultades que los mantienen en un estancamiento empresarial siguen cometiendo los mismos errores año a año.

Por lo tanto El presente proyecto de factibilidad se lo realizó con el fin de aumentar las posibilidades de desarrollo empresarial y mejorar el desempeño de funciones internas de las empresas en la Ciudad de Loja.

De acuerdo a lo expuesto anteriormente se ve en la necesidad de crear una empresa denominada **"*CDN INVESTING*"** encargada de detectar fallas en el desempeño de funciones en las empresas de la ciudad de Loja,

Dentro de este proyecto se puede apreciar algunas partes importantes de las cuales podemos mencionar.

En su primera parte el proyecto expone los aspectos metodológicos que se utilizaron en su desarrollo, así como el tamaño de la muestra y los procesos generales subsiguientes de cada estudio

La segunda parte se observa la discusión de resultados, tomando como base el diagnóstico del entorno interno como externo que rodea al proyecto, con lo que se puede determinar y cuantificar la demanda y su participación en el mercado durante los próximos 5 años de vida útil del proyecto.

El estudio de mercado que se lo realizó en el segmento de las empresas afiliadas a la cámara de comercio siendo un total de 800 empresas, con el fin de saber la posibilidad de implementación, se determino la demanda potencialque es de 696 empresas y en servicios de 745, al no existir otro tipo de empresa similar no se determino la demanda real y la demanda efectiva de 680en empresas y en servicios 728.

El estudio técnico se lo realizó en base a los datos obtenidos en el estudio de mercado, en el cual se establece tanto la capacidad instalada anual que es de 120servicios y la capacidad utilizada que en este caso es igual a la instalada,120 empleados ya que la empresa utilizara el 100% de su capacidad máxima disponible.

Facilitando la inversión dentro de este proyecto el mismo que tendrá una inversión inicial de 15.265.86 dólares con un capital propio de 10.265.86 y un capital financiado de 5000 dólares que se lo obtendrá mediante préstamo en el Banco de Loja.

La empresa se constituirá en sociedad anónima ya que cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por las aportaciones de los accionistas, mediante suscripción pública o en forma directa por los fundadores, quienes responden únicamente por el monto de sus acciones; y, cuya administración esta desligada de la titularidad del capital y corresponde a mandatarios amovibles, accionistas o no.

Para la realización de la proyección de costos se consideró la inflación anual que hasta octubre del 2010 fue de **3,33 %** y para el presupuesto de ingresos se tomó en cuenta el incremento de servicios así como el precio del mismo.

Se realizó el cálculo de presupuesto de costos el cual para el primer año es de **$ 74.376,72** lo cual permitió saber la utilidad de la empresa para el primer año que es de **$ 78.000**, así como los ingresos totales, el precio con el cual se empezara a ofrecer el servicio**$ 619,81**. Luego se realizó el cálculo del punto de equilibrio, lo cual nos muestra el punto de balance entre ingresos y egresos para el primer año que es de **68, 789,9** en función de las ventas y el **88.19%** en función de la capacidad instalada.

El valor actual neto (VAN) del proyecto es de $26.246.27 dólares indicando que al final de la vida útil del proyecto se asegura un incremento en el valor de la empresa. Pasando a la tasa interna de retorno (TIR) la cual está por encima del costo de oportunidad del capital siendo de 65.29%, destacando otro aspecto

importante se indica que. La relación beneficio costo es de 1.08 indicando que por cada dólar invertido se obtendrá 0.8 centavos de dólar.

La recuperación del capital se lo realizará en el primer año 11 meses y 19 días en las condiciones propuestas a este proyecto, fue conveniente efectuar el análisis de sensibilidad, para tratar de medir si le afecta o no al proyecto, dos situaciones, esto es el aumento en los costos y la disminución en los ingresos.

b.2) Summary

The principal disadvantage of the companies are the problems in the performance of functions, the same ones that on not having had clearly established the difficulties that support them in a managerial stagnation continue committing the same mistakes year a year.

Therefore the present project of feasibility realized it in order to increase the possibilities of managerial development and to improve the performance of internal functions of the companies in Loja's City.

In agreement to the exposed thing previously one sees in the need to create a company called " CDN INVESTING " entrusted to detect faults in the performance of functions in the companies of Loja's city,

Inside this project it is possible to estimate some important parts of which we can mention.

In the first part the project exposes the methodological aspects that were in use in his development, as well as the size of the sample and the general subsequent processes of every study

The second part observes the discussion of results, taking the diagnosis of the environment as a base I hospitalize like externally that makes a detour to the project, with what it is possible to determine and quantify the demand and his market share during the next 5 years of useful life of the project.

The market research that realized it in the segment of the companies affiliated to the chamber of commerce being a total of 800 companies, in order to know the possibility of implementation and it was possible to determine the offer and the existing demand for this type of service.

The technical study realized it on the basis of the information obtained in the market research, in which there is established so much the installed annual capacity that is 468 services that the company must give a year and the used capacity that corresponds to 150 employees to the year, with which the service will develop.

Facilitating the investment inside this project the same one that will have an initial investment of 15.265.86 dollars with the own capital of 10.265.86 and one capital financed of 5000 dollars that will obtain it by means of lending in Loja's Bank.

The company will be constituted in joint-stock company since whose capital divided in negotiable actions, is formed by the contributions of the shareholders, by means of public subscription or in direct form by the founders, who answer only for the amount of his actions; and, whose this administration untied from the ownership of the capital and it corresponds to removable agents chief executive, shareholders or not.

For the accomplishment of the projection of costs it was considered to be the annual inflation that until October, 2010 was 3,3 % and for the budget of income there was born in mind the increase of services as well as the price of the same one.

There was realized the calculation of budget of costs which for the first year is of $ 74.376,72 which allowed to know the usefulness of the company for the first year that is of $ 78.000, as well as the total income, the price with which it was started offering service$ 619,81. Then there realized the calculation of the point of balance, which shows us the point of balance sheet between income and expenditures for the first year that is of 68, 789,9 depending on the sales and 88.19 % depending on the installed capacity.

The current clear value (VAN) of the project it is of 26.246.27 $ dollars indicating that at the end of the useful life of the project one assures an increase in the value of the company. Going on to the internal rate of return (TIR) which is over the cost of opportunity of the capital being 65.29 %, The relation I benefit

cost it is of 1.08 indicating that by every reversed dollar 0.8 cents of dollar will be obtained.

emphasizing another important aspect is indicated that the recovery of the capital will realize it in the first year 11 months and 19 days in the conditions proposed this project, it was suitable to effect the analysis of sensibility, to try to measure if it affects him or not to the project, two situations, this is the increase in the costs and the decrease in the income.

INTRODUCCIÓN

c. INTRODUCCIÓN

El desarrollo empresarial en la ciudad de Loja está ligado a la forma de cómo se establece y direcciona una efectiva detección de problemas y su solución, en este marco se deriva la importancia de establecer nuevas formas de control a nivel organizacional lo que le permitirá a las empresas mejorar su eficiencia y eficacia contribuyendo al desarrollo, industrial, económico, cultural, social y de servicio en la ciudad.

En base a esto se propone el proyecto de la creación de una oficina de servicio de personal o cliente encubierto que ayude a detectar fallas en las funciones de empresas de la ciudad de Loja, lo cual tiene una estrecha relación con la búsqueda de nuevos servicios de investigación empresarial.

Son los seres humanos los que hacen que una organización triunfe o fracase. Es muy conocido que para formular todo proyecto de contenido técnico, jurídico, social, económico, o de cualquier otro carácter, empieza por un diagnóstico de la Organización, luego por plantearse objetivos concisos, medibles hacia dónde quiere llegar la Organización.

Con esta óptica para formar una Institución triunfadora, la Organización básica de personal debe empezar por definir la clase de cultura organizacional que queremos, hacia donde queremos llegar con nuestros objetivos, los obstáculos y los retos que debemos enfrentar; es en general, analizar nuestras fortalezas, nuestras oportunidades, nuestras debilidades y nuestras amenazas, estableciendo un modelo de comunicación que rompa esquemas tradicionales en el manejo de personal (emisor-receptor, trabajador-empleador) que hagan desaparecer la barrera imaginaria que divide al manejo de personal.

El presente proyecto de factibilidad es un tema de gran interés para todos los estudiantes, empresarios en general; en la actualidad las empresas de la ciudad de Loja dan más interés a los recursos económicos y materiales;

dejando inadvertido los problemas que se producen dentro de sus organizaciones con el personal.

Este trabajo es el fruto de una profunda reflexión sobre la conveniencia de aprovechar los conocimientos adquiridos, enfocándolos hacia las empresas para mejorar su desenvolvimiento interno ayudando a detectar fallas en el desempeño de funciones. Este estudio propone una alternativa para el mejoramiento en el desenvolvimiento de las empresas de la ciudad de Loja. Se enfoca en despertar interés en dichas organizaciones, que una de las bases en el crecimiento empresarial es detectar y corregir a tiempo los problemas, para de esta manera se mejorare el ambiente de trabajo.

Además esta alternativa de servicio facilitará a las empresas contratar personas para plantearlas como potenciales compradores o empleados y así reporten los puntos fuertes y débiles (errores), que encontraron al comprar los productos o al trabajar dentro de una compañía objeto de estudio.

En el estudio preliminar está la revisión de la literatura la cual consta de los conceptos o aspectos teóricos básicos para guiar la investigación, luego se proponen los materiales y métodos de investigación utilizados para la realización del proyecto

Luego están los Resultados, los mismos que contienen la tabulación, análisis e interpretación de la información obtenida mediante las encuestas aplicadas.

Se establece la discusión que empieza con un estudio de mercado, luego del análisis y organización de la información se procedió a determinar la oferta y demanda que tiene el servicio.

Cabe destacar que dentro de esta etapa también se realizó un plan de marketing, el cual servirá para recoger los objetivos, las tácticas y los planes de acción que facilitará y posibilitará el cumplimiento de estrategias dictadas a nivel corporativo, basadas en la generación o estimación de necesidades en el mercado.

Con todo lo anteriormente explicado se procedió a la realización del estudio técnico, con lo cual se pudo determinar tanto la capacidad instalada como la utilizada de la empresa **"*CDN INVESTING*"**, dentro de esta etapa considerando los datos del estudio de mercado se estableció o determinó la tecnología adecuada, espacio físico y recursos humanos necesarios para la implementación de la empresa.

Incluido en este estudio se realizó la ingeniería del proyecto lo que permitió conocer las características del servicio, así como el proceso mediante el cual se generará el mismo y sus requerimientos.

Se procedió a realizar el estudio administrativo en el cual se incluye, la organización legal, la razón social o denominación, el domicilio, el capital social y el plazo o duración.

Dentro de la estructura administrativa se establecieron los niveles jerárquicos que tendrá la empresa así como la realización de los diferentes organigramas incluido el manual de funciones.

Finalmente se efectuó el estudio económico en el cual se incluye la inversión en activos fijos, diferidos y circulantes, dentro del financiamiento se estableció las fuentes internas y externas del mismo, luego se realizó el flujo de caja que constituye uno de los elementos más importantes del estudio del proyecto, la evaluación del mismo se ejecuto sobre los resultados que en ella se obtuvieron, se efectuó la proyección de costos e ingresos, estados de pérdidas y ganancias y el punto de equilibrio, y para culminar este estudio se realizó la evaluación financiera en la cual se incluye flujo de caja, el VAN, B/C, TIR, PRC, y el análisis de sensibilidad.

Para concluir se establece las recomendaciones y conclusiones que son de transcendental importancia dentro de todo proyecto, con lo cual se facilita el entendimiento general de lo que se propone y para concluir el resumen y los anexos.

El éxito de este estudio de factibilidad en un mercado tan competitivo y exigente no sería posible sin el compromiso de cumplir las metas y objetivos propuestos para la consolidación de una sólida posición, en sacar adelante este proyecto y ponerlo en práctica.

REVISIÓN DE LA LITERATURA

d. REVISIÓN DE LITERATURA

d.1) Servicio de personal o cliente encubierto

[1]El Personal o cliente encubierto está incluido en el programa denominado detección de problemas en funciones (DPF) es el proceso que orienta la estructuración y desarrollo de planes y programas para el establecimiento y fortalecimientos de conocimientos, habilidades o actitudes en los participantes de una organización, a fin de contribuir en el logro de los objetivos de la misma.

Se puede mencionar como concepto que es una persona o grupo de personas las cuales realizan evaluaciones de calidad del servicio en las empresas, denominado también. MysteryShopper su misión es efectuar las compras o visitas que le son asignadas siguiendo las instrucciones del estudio. Estas visitas tienen varios objetivos entre ellos evaluar la calidad en el servicio brindado y el desempeño de Funciones.

El MysteryShopper se preparará previo a la visita para después de la misma realiza un reporte de lo que él vivió en esa experiencia de compra o dentro del ambiente laboral y este reporte es entregado para su análisis e interpretación.

Es muy importante la información que el Shopper brinda, en base a esta se toman decisiones de negocios muy importantes, por lo que un buen MysteryShopper debe de ser:

Honesto, Justo, Integro, Ético, Detallista, Puntal, Buen escritor, Observador, Preciso, Descriptivo, Organizado, Responsable y tener gusto por el buen servicio.

¿Cuándo contratar un MysteryShopper?

Puede derivar de:

- Problemas en la organización

[1]www.Investigacion empresarial. com

- Desviaciones en la productividad
- Cambios culturales, en Políticas, Métodos o Técnicas
- Baja o Alta de personal
- Cambios de función o de puesto
- Solicitudes del personal

A su vez, las circunstancias que imponen un MysteryShopper pueden ser:

- Pasadas. - Experiencias que han demostrado ser problemáticas y que hacen evidente el no desarrollo.
- Presentes.- Las que se reflejan en el momento en que se efectúa el DPF.
- Futuras.- Prevención que la organización identifica dentro de los procesos de transformación y que implica cambios a corto, mediano y largo plazo.

Fases de acción

[2] Aunque existen diversosprocedimientos para el desarrollo del proceso de DPF, entre las principales fases del proceso se pueden identificar:

- Establecimiento de la Situación Ideal (SI) que, en términos de conocimientos, habilidades y actitudes, debería tener el personal, de acuerdo a su función o al desempeñolaboral. Para obtener información que define la situación ideal, es recomendable la revisión de la documentación administrativa, con relación a:
    - Descripción de puestos
    - Manuales de procedimientos y de organización
    - Planes de expansión de la empresa
    - Nuevas o futuras necesidades de desempeño (cuando hay planes de cambio).

[2] www.Investigacion empresarial. com

- Descripción de la situación real (SR). Conocimientos, habilidades y actitudes con los que cuenta el personal, de acuerdo con su función o al desempeño laboral. Para obtener información que define la situación ideal, es recomendable obtener información sobre el desempeño del personal (para cada persona) por parte del jefe inmediato, los supervisores o el personal involucrado con el puesto. Estas personas deberán aportar datos precisos, verídicos y relevantes (en cuanto a conocimientos, habilidades y actitudes)

d.2) Segmentación de Mercado

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. Uno de los elementos decisivos del éxito de una empresa es su capacidad de segmentar adecuadamente su mercado.

La segmentación es también un esfuerzo por mejorar la precisión del marketing de una empresa. Es un proceso de agregación; agrupar en un segmento de mercado a personas con necesidades semejantes. El segmento de mercado es un grupo relativamente grande y homogéneo de consumidores que se pueden identificar dentro de un mercado, que tienen deseos, poder de compra, ubicación geográfica, actitudes de compra o hábitos de compra similares y que reaccionarán de modo parecido ante una mezcla de marketing.[3]

El comportamiento del consumidor suele ser demasiado complejo como para explicarlo con una o dos características, se deben tomar en cuenta varias dimensiones, partiendo de las necesidades de los consumidores. Se recomienda pues, presentar ofertas de mercado flexibles al segmento de mercado. La oferta de demanda flexible consiste en: Una solución que conste de elementos del producto y servicio que todos los miembros del segmento valoran y opciones que solo unos cuantos valoren, cada opción implica un cargo adicional.

[3]CORDOVA, Marcial; Formulación y Evaluación de Proyectos

d.2.1) Proceso de Segmentación de mercados.

Estudio: Se examina el mercado para determinar las necesidades específicas satisfechas por las ofertas actuales, las que no lo son y las que podrían ser reconocidas. Se llevan a caboentrevistas de exploración y organiza sesiones de grupos para entender mejor las motivaciones, actitudes y conductas de los consumidores. Recaba datos sobre los atributos y la importancia que se les da, conciencia de marca y calificaciones de marcas, patrones de uso y actitudes hacia la categoría de los productos; así como, datos demográficos, psicográficos,

Análisis: Se interpretan los datos para eliminar las variables y agrupar o construir el segmento con los consumidores que comparten un requerimiento en particular y lo que los distingue de los demás segmentos del mercado con necesidades diferentes.[4]

Preparación de Perfiles: Se prepara un perfil de cada grupo en términos de actitudes distintivas, conductas, demografía, etc. Se nombra a cada segmento con base a su característica dominante. La segmentación debe repetirse periódicamente porque los segmentos cambian. También se investiga la jerarquía de atributos que los consumidores consideran al escoger una marca, este proceso se denomina partición de mercados. Esto puede revelar segmentos nuevos de mercado.

d.2.2) Tipos de Segmentación de mercado

Segmentación Geográfica: subdivisión de mercados con base en su ubicación. Posee características mensurables y accesibles.

Segmentación Demográfica: se utiliza con mucha frecuencia y está muy relacionada con la demanda y es relativamente fácil de medir. Entre las características demográficas más conocidas están: la edad, el género, el ingreso y la escolaridad.

[4]CORDOVA, Marcial; Formulación y Evaluación de Proyectos

Segmentación Psicográfica: Consiste en examinar atributos relacionados con pensamientos, sentimientos y conductas de una persona. Utilizando dimensiones de personalidad, características del estilo de vida y valores.

Segmentación por comportamiento: se refiere al comportamiento relacionado con el producto, utiliza variables como los beneficios deseados de un producto y la tasa a la que el consumidor utiliza el producto.[5]

d.3) Estudiode Mercado

Es una herramienta de mercadeo, aspecto clave del proyecto ya que determina los bienes o servicios que serán demandados por la comunidad, además incluye un diagnóstico de los principales factores que inciden sobre el producto en el mercado, como: Oferta, Demanda, precio, calidad, canales de comercialización, publicidad, plaza, promoción, etc., es decir se determinará cuanto, a quién, cómo y dónde se venderá el producto o servicio.

d.3.1) Mercado

Lugar de convergencia de oferentes y demandantes en donde se realizan las transacciones de bienes y servicios en tiempos y precios determinados. Establecimiento de una estructura intencionada de los papeles que los individuos deberán desempeñar en una empresa[6].

d.3.2) Demanda y Oferta.

d.3.2.1) Demanda.

Es la cantidad del bien que los consumidores están dispuestos a adquirir y que justifican la realización de los programas de producción. Se debe cuantificar la necesidad real o sicológica de una población de consumidores, con disposición de poder adquisitivo suficiente y con unos gustos definidos para adquirir un producto o servicio que satisfaga sus necesidades[7].

---

[5]CORDOVA, Marcial; Formulación y Evaluación de Proyectos
[6]CORDOVA, Marcial; Formulación y Evaluación de Proyectos
[7]DAVID, Fred. Conceptos de Administración Estratégica.

d.3.2.2) Oferta.

Se refiere a toda la cantidad de bienes o servicios que están siendo ofertados en el mercado para su compra, es decir, son todos los cupos que se ofrecerán en el área de estudio[8].

Las cantidades que suministran los productores del bien o servicio que se va a ofrecer en el mercado con un precio concreto, analizando las condiciones de producción o servicios de las empresas más importantes. Refiriéndose a la situación actual y futura, en donde se deberá proporcionar las bases para prever las posibilidades del proyecto en las condiciones de competencia existentes.

d.3.3) Servicio.

Están constituidos por aquellos mercados en los que los compradores individuales o familiares adquieren bienes intangibles para su satisfacción presente o futura[9].

Es la prestación de un bien o servicio que busca satisfacer las diferentes necesidades existentes dentro de una sociedad.

d.3.4) Distribución.

Es el camino que se sigue para distribuir el producto o servicio desde su lugar de origen hasta el consumidor final[10].

d.3.5) Precio.

Los dos determinantes principales del precio son los costos generales del servicio y la competencia[11]. La política de la empresa puede exigir que el servicio que se vende cubra en su totalidad los gastos de inversión, manteniendo un fin de lucro, o que se puede bajar mediante descuentos para acaparar más el mercado.

---

[8]DAVID, Fred. Conceptos de Administración Estratégica.
[9]BENGOECHEA PUJOL, Bruno "Diccionario de Marketing".
[10]BENGOECHEA PUJOL, Bruno "Diccionario de Marketing".
[11] ARELLANO, Rolando. Marketing Enfoque América Latina.

d.4) Estudio Técnico

Representa las características de la planta comprendiendo: el tamaño de la planta, localización e ingeniería del proyecto[12].

d.4.1) Tamaño de la Empresa.

Es la capacidad de producción que tendrá la empresa durante un periodo de tiempo de funcionamiento considerando normal para la naturaleza del proyecto que se trate se refiere a la capacidad instalada y utilizada que se miden en unidades producidas por año[13].

d.4.1.1) Capacidad Utilizada.

Es la fracción de la capacidad instalada que se emplea, es decir el rendimiento o nivel con que se hace trabajar la maquinaria, está en función por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un periodo determinado.

d.4.1.2) Capacidad Instalada.

Corresponde a la capacidad máxima disponible que pueda alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado. En los proyectos de inversión esta en función de la demanda a cubrir en el periodo de vida de la empresa.

d.4.2) Localización del Proyecto.

Se orienta a analizar, los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto con el fin de determinar el lugar donde finalmente se ubicará el proyecto, utilizando una mayor utilidad, minimización de costos y mayor nivel de beneficio para los usuarios y comunidad[14].

d.4.3) Reingeniería del Proyecto.

Es la forma técnica de disponer de la mejor ubicación de los equipos y demás elementos físicos de la empresa para facilitar la circulación de los materiales y de las personas, comprende la descripción del proceso productivo, flujo grama de procesos, descripción de requerimientos y distribución de la planta.

---

[12] www.mografías.com
[13] www.mografías.com
[14] www.mografías.com

d.4.4) Macro localización.

Ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional e internacional, para su representación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos.

d.4.5) Microlocalización.

Tiene como propósito seleccionar el sitio puntual para la instalación del proyecto, luego de haber realizado el análisis de microlocalización, su representación gráfica es realizada en planos urbanísticos.

d.4.6) Flujo grama de Procesos.

Constituye una herramienta por medio de la cual se describe paso a paso cada una de las actividades de que consta el proceso de producción. Los símbolos más utilizados significan operación, transporte, demora, almacenamiento, inspección, operación combinada entre otros[15].

d.5) Estudio Financiero.

Comprende de manera general el análisis de factibilidad económica del proyecto. Procedimiento que se sigue para evaluar información cuantitativa, cuya finalidad es averiguar el rendimiento financiero de la empresa. El análisis puede ser Ex Ante, cuando los datos corresponden a estimaciones antes de ejecutar el proyecto, y Ex Post, cuando los datos corresponden a resultados reales al ejecutar el proyecto. Los indicadores o evaluadores más utilizados son: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Costo Beneficio y Periodo de recuperación.[16]

d.5.1) La Inversión del Proyecto.

Son los gastos que se generan para aumentar la riqueza futura y posibilitar un crecimiento de la producción. La materialización de la inversión depende del agente económico que la realice[17].

---

[15] www.mografías.com
[16] www.mografías.com
[17] CORDOVA, Marcial. Formulación y Evaluación de Proyectos.

Es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros. Es un documento por escrito formado por una serie de estudios que permiten al emprendedor que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan saber si la idea es viable, se puede realizar y dará ganancias[18].

Tiene como objetivos aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano o a largo plazo. Responde a una decisión sobre uso de recursos con algún o algunos de los objetivos, de incrementar, mantener o mejorar la producción de bienes o la prestación de servicios.

Las inversiones pueden clasificarse en tres categorías: Activos Fijos, Activos Diferidos y Capital de Trabajo.

d.5.1.1) Activo Fijo.

Representa aquellos bienes tangibles adquiridos por la empresa, no con el ánimo de venderlos sino que, dedicarlos a la explotación de la empresa que son necesarios y se utilizan en el proceso de transformación de los insumos., bajo esta cuenta se integra los siguientes bienes: terreno, edificio, vehículo, maquinaria y equipo, herramientas, muebles y enseres de la producción y oficina sujetos a depreciación a excepción del terreno.

d.5.1.2) Activos Diferidos.

Constituyen aquellos gastos sobre activos constituidos para los servicios, derechos o privilegios especiales que son necesarios para la marcha del proyecto y son susceptibles de amortización, afectando al flujo de caja indirectamente[19].

d.5.1.3) Activo Circulante o Capital de Trabajo.

Es la designación a los valores en que se debe incurrir para dotar a la empresa de todos los componentes que hagan posibles laborar normalmente durante un periodo determinado permitiendo cubrir todas las obligaciones económicas[20].

---

[18] www.monografías.com
[19] Http://www.cepyme.es
[20] ARELLANO, Rolando. Marketing Enfoque América Latina.

Aquí se detallan los siguientes rubros:

- ✓ Materia Prima Directa e Indirecta.
- ✓ Mano de Obra Directa e Indirecta.
- ✓ Gastos de Administración.

d.5.2) Financiamiento de la Inversión.

Una vez conocidas el monto de la inversión se hace necesario buscar las fuentes de financiamiento para ello se obtiene dos fuentes[21]:

- ✓ Fuente Interna.- Constituida por el aporte de los socios.

Fuente Externa.- Constituida normalmente por las instituciones financieras estatales y privadas.

d.5.3) Presupuestos.

Es un plan que permite predecir el futuro de las organizaciones en términos cuantitativos ya sean en unidades de ventas unidades de producción y números de empleados[22]

d.5.4) Depreciaciones.

Depreciación es una deducción anual del valor de una propiedad, planta o equipo. Se utiliza para dar a entender que las inversiones permanentes de la planta han disminuido en potencial de servicio[23]. Para los contables o contadores, la depreciación es una manera de asignar el coste de las inversiones a los diferentes ejercicios en los que se produce su uso o disfrute en la actividad empresarial. Los activos se deprecian basándose en criterios económicos, considerando el plazo de tiempo en que se hace uso en la actividad productiva, y su utilización efectiva en dicha actividad.

---

[21] SAPAG CHAIN, Nassio, Preparación y Evaluación de Proyectos.
[22] http://www.cepyme.es
[23] UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA. Administración Financiera, Guía Didáctica para la Carrera de Administración de Empresas. Módulo VI. Loja-Ecuador. 2005

d.5.5) Cálculo de Costos Unitarios.

Para ello se relaciona el costo total para el número de unidades producidas durante un periodo, en este caso:

$$ó \quad = \frac{ó}{ú}$$

d.5.6) Costos Fijos y Costos Variables.

d.5.6.1) Costos Fijos.

Representan aquellos valores monetarios en que incurre la empresa por el solo hecho de existir, también se puede decir que son aquellosque permanecen constantes en un periodo de tiempo determinado y no guardan relación con los niveles de producción[24].

d.5.6.2) Costos Variables.

Son aquellos valores que incurren a la empresa, en función a su capacidad de producción, están en relación directa con los niveles de producción de la empresa se puede decir que son los que incrementan o excrementan proporcionalmente conforme aumente o disminuye el volumen de producción[25].

d.5.7) Estimación de Ingresos.

Los ingresos que genera el proyecto corresponden básicamente a la venta de los servicios ofrecidos.

d.5.8) Punto de Equilibrio.

El punto de Equilibrio se interpreta como el nivel de ingresos en el cual la empresa no obtendrá ni pérdidas ni ganancias. El punto de Equilibrio se puede calcular mediante dos métodos[26]:

Matemáticamente. (En función de las ventas y en función de la capacidad de la planta), y ;Gráficamente.

---

[24] ALARCON, César Augusto. Al Futuro con la Microempresa.
[25] ALARCON, César Augusto. Al Futuro con la Microempresa.
[26] CORDOVA, Marcial. Formulación y Evaluación de Proyectos.

d.5.9) Flujo de Caja.

Representa las diferencias entre los ingresos y los egresos, los flujos de caja inciden directamente en la capacidad de la empresa para pagar deudas activos, para su cálculo no se incluyen ingresos, depreciaciones ni amortizaciones de activos diferidos ya que ellos no significan desembolsos económicos para la empresa, el flujo de caja es la fase fundamental para la evaluación el proyecto[27].

d.5.10) Valor Actual Neto (VAN).

Se define como la sumatoria de los flujos netos multiplicados por el factor de descuento significa que se traslada al año cero los gastos del proyecto para asumir el riesgo de la inversión los criterios de decisión basados en el VAN son:

Si el VAN es positivo se puede aceptar el proyecto ya que ello significa que el valor de la empresa aumentara.

Si el VAN es negativo se rechaza la inversión ya que ello significa que la inversión perderá su inversión en el tiempo.

Si el VAN es igual a cero la inversión queda a criterio del inversionista ya que la empresa durante su vida útil mantiene el valor de la inversión en términos de valor adquisitivo.

d.5.11) Tasa Interna de Retorno (TIR).

Constituye la tasa de interés a la cual debemos descontar los flujos de efectivo generadas por el proyecto, a través de su vida económica para que estos se igualen con la inversión, utilizamos la TIR como criterio para tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto[28].

Si la TIR es mayor que el costo de oportunidad o capital se acepta el proyecto.

---

[27] SAPAG CHAIN, NassioNACIONAL DE LOJA. Administración Financiera, Guía Didáctica para la Carrera de Administración de Empresas. Módulo VI. Loja-Ecuador. 2005.

[28] UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA. Administración Financiera, Guía Didáctica para la Carrera de Administración de Empresas. Módulo VI. Loja-Ecuador. 2005.

Si la TIR es igual al costo de oportunidad o capital la realización de la inversión es criterio del inversionista.

Si la TIR es menor que el costo de oportunidad o de capital se rechaza el proyecto.

d.5.12) Relación Beneficio/Costo.

Permite medir el rendimiento que se obtiene por cada cantidad monetaria invertida, permite decidir si el proyecto se acepta o no en base al siguiente criterio[29]:

Si la Relación Ingresos / Egresos es igual a 1 el proyecto es indiferente.

Si la Relación Ingresos / Egresos es mayor a 1 el proyecto es rentable.

Si la Relación Ingresos / Egresos es menor a 1 el proyecto no es rentable.

d.5.13) Periodo de Recuperación del Capital.

Permite conocer el tiempo en que se va a recuperar la inversión inicial para su cálculo se utiliza los valores del flujo de caja y el monto de la inversión.

d.5.14) Análisis de Sensibilidad.

La finalidad del análisis de Sensibilidad es medir en qué grado se altera la tasa de rentabilidad esperada de un proyecto frente al cambio imprevisto de una variable asumiendo que el resto de variable permanezca constante[30].

Si el coeficiente es mayor que 1 el Proyecto es sensible, los cambios reducen o anula la rentabilidad.

Si el coeficiente es menor que 1 el proyecto no es sensible, los cambios no afectan la rentabilidad.

Si el coeficiente es igual que 1 no hay efecto sobre el proyecto, el proyecto es indiferentes a cambios.

---

[29] UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA. Administración Financiera, Guía Didáctica para la Carrera de Administración de Empresas. Módulo VI. Loja-Ecuador. 2005.
[30] UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA. Administración Financiera, Guía Didáctica para la Carrera de Administración de Empresas. Módulo VI. Loja-Ecuador. 2005.

d.6) Estudio Administrativo Legal

Corresponde a decisiones internas del proyecto se refiere a los factores propios de la actividad ejecutiva de la administración: organización, procedimientos administrativos y aspectos legales.

d.6.1) Organización Legal.

Los analistas al comenzar los procesos de formulación deben identificar el ámbito institucional y legal sobre el cual opera el proyecto en sus diferentes fases identificando clara y completamente las principales normas que inciden sobre los resultados económicos de la inversión.

d.6.2) Organización Administrativa.

Parte fundamentalmente en la etapa de operación de la empresa, ya que una buena educación permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma. La organización administrativa hace posible que los recursos y especialmente el talento humano sean manejados eficientemente.

La estructura organizativa se representa por medio de los organigramas a los cuales se acompaña con el manual de funciones en ellos se establece los niveles jerárquicos de autoridad.[31].

Niveles Jerárquicos. Para lograr un buen funcionamiento de nuestra empresa, la organización administrativa se basará en los siguientes cinco niveles jerárquicos:

- **Nivel Legislativo.**Para nuestra empresa representa el primer nivel de mayor jerarquía, pues está conformado por la Junta General de Socios, cuya función principal será la de legislar sobre las políticas que se debe seguir en la empresa, establecer los procedimientos, reglamentos, resoluciones y demás aspectos de mayor importancia.
- **Nivel Ejecutivo.**Comprende el segundo nivel de jerarquía, constituido por la gerencia encargada de planificar, organizar, coordinar, dirigir y

[31] www.Elaboracion de proyectos /es

controlar las actividades administrativas financieras y comerciales de la empresa, tomando decisiones, empleando políticas, normas y reglas establecidas para sostener la organización.

- **Nivel Asesor.**Lo integra el Asesor Jurídico, en nuestra empresa cumplirá trabajos temporales, en caso de requerirse se solicitará sus servicios profesionales, su función básica será el asesoramiento para la constitución legal y asuntos judiciales de la empresa.
- **Nivel Auxiliar.**Lo conforma la secretaria, sus actividades servirán de apoyo para el nivel ejecutivo, realizará en forma general las actividades administrativas de la empresa; y el conserje, quien cubre las funciones de limpieza en la empresa y tiene como responsabilidad el aseo de la misma.
- **Nivel Operativo.**Lo integran los responsables de ejecutar las actividades básicas operativas como los obreros[32].

d.6.3) Organigramas.

Son la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa u organización que refleja en forma esquemática la línea de autoridad y responsabilidad, canales de comunicación y supervisión, división de funciones niveles jerárquicos, etc.[33].

Clases de Organigramas:

- **Organigrama estructural.**Es la representación gráfica de todas las unidades de una organización como sus relaciones de jerarquía o dependencia.
- **Organigrama funcional.**Detalla la relación de autoridad y dependencia entre cada una de las unidades administrativas así como sus funciones principales. Es de utilidad para capacitar al personal y presentar a la organización en forma general.

[32]www.Elaboracion de proyectos/.es
[33]CORDOVA, Marcial; Formulación y Elaboración de Proyectos.

- **Organigrama posicional.**Contempla la distribución específica de las jerarquías o categorías de puestos desempeñados por el personal directivo, ejecutivo u operacional de una empresa.

En este rubro constan recursos materiales y humanos, además se hace mención a los métodos que se utilizarán para la elaboración del presente proyecto[34].

[34]CORDOVA, Marcial; Formulación y Elaboración de Proyectos.

MATERIALES Y METODOS

e. MATERIALES Y MÉTODOS

e.1) Materiales

En todo el trabajo Investigativo los materiales juegan un papel primordial ya que los mismos sirven como complemento dentro del desarrollo de la investigación.

Para la realización del presente trabajo se utilizó lo siguiente:

- Papel bond
- Carpetas
- Esferográficos
- Grapas
- Clips

Los equipos de oficina utilizados son los siguientes:

- Calculadora.
- Perforadora
- Grapadora.
- CD.
- Computadora.
- Flash Memoria.

e.2) Recursos Humanos

Investigador y responsables del proyecto:

- Alex Javier Codena Quinche; Egresado de la carrera Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja.
- Ing. Gretty Salinas Directora de tesis

e.3) Financiamiento

La presente investigación estuvo financiada con recursos propios del postulante:

Alex Javier Codena Quinche……$ 890.00

e.4) Métodos

En la fase de diseño de la tesis fue de trascendental importancia el punto de vista metodológico, para poder definir con exactitud científica los detalles dentro del proyecto, para lo cual se utilizó los métodos que más se acoplan al proyecto planteado los cuales son:

Para describir y explicar en forma general los hechos dentro de la investigación realizada se utilizó el **método científico**, el cual garantizó la obtención de los objetivos propuestos, el mismo que se encuadró a las necesidades de latesis.

Además se describen el método descriptivo, científico, deductivo- inductivo y analítico-sintético, así como el razonamiento vinculado estrechamente con la actividad empresarial, que parte del pensamiento innovador para intentar una explicación de los fenómenos, buscando el descubrimiento de nuevos hechos.

En el proyecto de tesis se utilizó también el **método descriptivo**, ya que mediante el cual se describió, analizó e interpretó la situación actual y los problemas de las PYMES de la ciudad de Loja, es decir se estableció en forma general el campo de acción del proyecto planteado, para luego pasar al estudio técnico del proyecto.

El método **analítico-sintético**, ayudó a desarrollar la primera parte del esquema de trabajo, ya que se investigaron todos los conceptos bibliográficos posibles para conocer las características, los fundamentos, el funcionamiento organizacional de las empresas en estudio.

Para el tratamiento de la información se utilizó métodos manuales de registro que son:

La tabulación y presentación de los datos que se hizo en tablas de frecuencia, gráficos, enunciados, con las correspondientes interpretaciones y análisis de cada uno de ellos. Además se utilizó índices, porcentajes, flujogramas y organigramas, de tal forma que haya objetividad en la información.

El método **deductivo-inductivo**, ya que a través del estudio del mercado, técnico, organizacional, económico y la evaluación financiera, se pudo confirmar la factibilidad de esta idea de negocio.

Se contó con la ayuda del mismo para realizar la presentación y análisis de resultados, además con estos últimos se pudo inducir a toda la población.

El alcance del proyecto de tesis está dirigido a las empresas afiliadas a la cámara de comercio de Loja, para lo cual se elaboró un estudio de mercado utilizando para esto: estadísticas, encuestas, cuestionario, diagramas de flujo y la observación a fin de obtener datos que respondan a los objetivos planteados en el proyecto. Así mismo se analizó la oferta y la demanda, como también un estudio de los precios del servicio que se propone.

Con la ayuda de estos dos métodos se estuvo en condiciones de aplicar los conocimientos teóricos sobre la formulación, elaboración y evaluación de proyectos.

e.5) Técnicase Instrumentos de investigación

La estrategia adoptada para solventar el problema planteado, es la utilización de la investigación aplicada, lo que va a requerir el uso de ciertos tipos de investigaciones y técnicas adicionales, como son:

e.5.1) Investigación bibliográfica: Es la recolección bibliográfica que se utilizó en la revisión de revistas, libros, folletos de información, los mismos que permitieron estructurar el marco referencial.

e.5.2) Encuestas: Es un instrumento que permitió recolectar datos verídicos teniendo como ventaja la recolección de información de fuentes originales de la población o universo en donde se deseaponer en práctica el proyecto.

e.5.3) El Sondeo: Permitió tener una visualización general de los problemas más relevantes que presentó el mercado.

e.5.4) Cálculo del Tamaño de la Muestra: Se calculó tomando en cuenta el número total de elementos de la población.

En la ciudad existen 1166 empresas afiliadas a la cámara de comercio, las cuales serán enfocadas a nuestro mercado, para luego de realizar el estudio del mismo, saber cuál de estas están en la necesidad de implantación de nuevos programas de detección de fallas en sus funciones para incrementar la producción o mejorar su servicio.

Dentro del siguiente cuadro se detalla el mercado al cual está dirigido nuestro proyecto de investigación:

CUADRO Nº 1
Empresas Afiliadas a la cámara de comercio de Loja.

Tipo de Empresa	Número de Empresas	%
Abasto	118	11.71%
Aluminio y vidrio	9	0.89%
Artesanos y Productos	19	1,9%
Artículos de Cuero	28	2,8%
Aseguradoras	1	0,09%
Aserríos y Maderas	11	1,09%
Bebidas	17	1,69%
Capacitación	8	0,79%
Belleza y Peluquería	18	1,79%
Computadoras	20	1,99%
Comunicación	10	0,99%
Construcción	81	8,04%
Courier	4	0,39%
Deportivos	9	0,89%
Derivados de Petróleos	17	1,69%
Distribuidoras	12	1,19%
Electrodomésticos	23	2,28%
Financieras	13	1,29%
Farmacias	42	4,17%
Energía y minas	14	1,39%
Vehículos	12	1,19%
Trasporte	27	2,68%
Software e Internet	11	1,09%
Servicios funerarios	3	0,29%

Seguridad y Alarmas	15	1,49%
Salud	11	1,09%
Repuestos Automotrices	82	8,14%
Parqueaderos	1	0,009%
Muebles	31	3.07%
Medios de Comunicación	6	0,59%
Maquinarias	7	0,69%
Limpieza	8	0,79%
Librería y Papelería	26	2,58%
Imprentas	18	1,79%
Hoteles y Restaurantes	60	5,96%
Fotografía	8	0,79%
Total	800	100%

Fuente: Cámara de Comercio Loja 2010
Elaboración: El autor

Después de un análisis minucioso de las empresas se pudo notar que algunas no cuentan con el personal necesario, entonces no se podría implementar el servicio propuesto dentro de la mismas, por lo que se decidió excluirlas en el momento en que se sacó el tamaño de la muestra, con lo cual no se altera en nada el objetivo de nuestro proyecto.

e.5.4.1) Tamaño de la Muestra

Con el fin de saber la cantidad de encuestas que serán aplicadas en la población se determinará el tamaño de la muestra así mismo, obtener la información que permita realizar un análisis de la información que se está investigando. La muestra resultará de la utilización de la siguiente fórmula:

$$= \frac{\quad . \quad . \quad .}{(\quad - \quad) + \quad .}$$

En donde: N= Universo (tamaño de la población)

p= Participación o probabilidad de que ocurra (0.5)

q= Variable de probabilidad de no ocurrencia (0.5)

Z= Valor crítico (1.96)

E= Margen de error (0.05)

n=Tamaño dela muestra

Formula de la muestra aplicada al mercado objetivo (Empresas afiliadas a la cámara de comercio de Loja).

$$=\frac{\quad . \quad . \quad .}{(\quad - \ ) + \quad .}$$

$$=\frac{800(1.96)\ \ (0.5)(0.5)}{[(0.05)\ \ (800-1)] + [(1.96)\ \ (0.5)(0.5)]}$$

$$=\frac{800(3.84)(0.5)(0.5)}{[(0.0025)(799)] + [(3.84)(0.5)(0.5)]}$$

$$=\frac{768}{[1.99] + [0.96]}$$

$$=\frac{768}{2.96}$$

=259 Encuestas

Al emplear la fórmula anterior, se determinó que se deberán aplicar 259 encuestas a las empresas objeto de nuestro estudio,

e.5.5) Selección del Muestreo a Aplicarse: Una vez definida el tamaño de la muestra, los elementos o los objetivos se seleccionaron para su estudio.

Se realizó el tipo de muestreo estratificado: el cual consistió en subdividir a lapoblación (empresas cámara de comercio) en subgrupos o estratos más homogéneos, de los que se tomaron muestras de cada uno de dichos estratos.

e.6) Procedimiento

Para la realización del estudio de mercado se analizó los principales factores que incidieron sobre el servicio en el mercado, estos son: gustos y preferencias por parte del empresario, el precio, calidad del servicio, canales de comercialización, publicidad, plaza y promoción.

Además se realizó un análisis de la oferta y la demanda actual del servicio, como parte importante del presente proyecto, para esto fue necesario definir

las técnicas de recolección para construir los instrumentos que permitieron obtener los datos de la realidad.

Dentro de este aspecto se utilizó la técnica de entrevista formalizada, encuestas, observación directa e indirecta, antes mencionadas, las cuales se aplicaron a los gerentes, administradores de las empresas de la muestra (empresas afiliadas a la cámara de comercio), las cuales expresaron sus opiniones, deseos y expectativas, que permitieron recolectar los diversos datos a estudiar.

La Observación, se basó en el uso sistemático de los sentidos orientados a la captación de la realidad de este servicio en las empresas.

El tipo de observación que se utilizó fue la no estructurada, ya que se anotaron sólo aquellos datos que van apareciendo durante la canalización del servicio en las empresas, registrando las impresiones generales que ocasionan los sucesos, de una manera espontánea.

Se realizó el estudio técnico considerando los datos proporcionados por el estudio de mercado para efectos de determinación de localización, tamaño eingeniería del proyecto.

En la ingeniería del proyecto se indicael proceso del servicio así como la distribución de la planta y los recursos necesarios para la ejecución del servicio.

El estudio organizacional y la estructura legal de la empresa se enfocaron en base a los requisitos exigidos por la ley, así mismo la estructura organizativa se la representó por medio de los organigramas a los cuales acompaña el manual defunciones y se establecen los niveles jerárquicos de autoridad.

Para el desarrollo del estudio económico del proyecto se tomó en consideración los requerimientos de los activos fijos, diferidos, capital circulante o de trabajo y los precios de las cotizaciones de todo el equipamiento que la empresa requiere al momento de ponerse en marcha.

El cálculo de los coeficientes de evaluación se lo realizó en base a la obtención de valores actuales de los ingresos y los gastos para luego determinar la proyección para el futuro. Los criterios de evaluación y decisión más utilizados son: Valor actual neto (VAN), Tasa interna de retorno (TIR), Relación beneficios costo (B/C), Periodo de recuperación del capital (PRC), análisis de sensibilidad, que se los relacionó directamente con los flujos de caja que se registran durante la vida útil del proyecto.

El cuerpo de la tesis o documento final de la investigación se haconstruido y presentado, observando la normatividad universal y de actualidad, poniendo como es natural, mayor atención a las exigencias de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja.

RESULTADOS

f. RESULTADOS

f.1) Tabulación e Interpretación de resultados

Encuesta aplicada a los administradores o gerentes de las empresas afiliadas a la cámara de comercio de Loja.

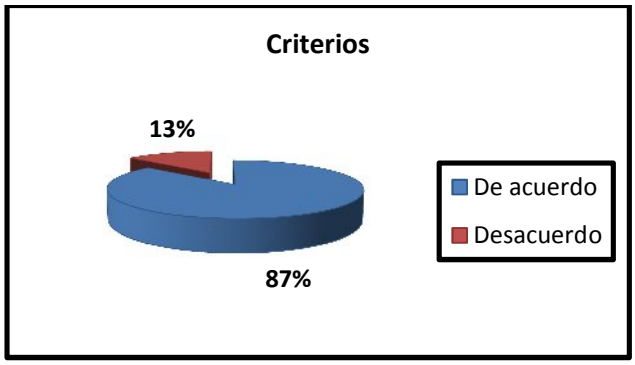
1.) ¿Qué criterio tiene usted sobre la creación de una empresa de servicio de personal o cliente encubierto encargado de detectar fallas en el desempeño de funciones en las empresas de la ciudad?

CUADRO Nº2

Ítems	Numero	Porcentaje
De acuerdo	224	87%
Desacuerdo	35	13%
Total	**259**	**100%**

Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

GRAFICO Nº 1



Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

Según los resultados obtenidos en el ítem anterior, se puede apreciar claramente el acuerdo de la gran mayoría de encuestados que representa el (86.5%), en el porcentaje más bajo (13.5%) el poco interés o desacuerdo, a la creación de una empresa de este tipo. Con el criterio de que no sería necesario este tipo de servicio ya que las empresas tienen poco personal y en otras ocasiones por la poca importancia que le dan al control del desenvolvimiento laboral. A estos últimos se los sigue tomando en cuenta en las preguntas siguientes ya que la anterior solo expresa una opinión y no la contratación real del servicio.

Este elemento es de gran interés a considerarse en la empresa, ya que se destaca la participación empresarial que se puede obtener.

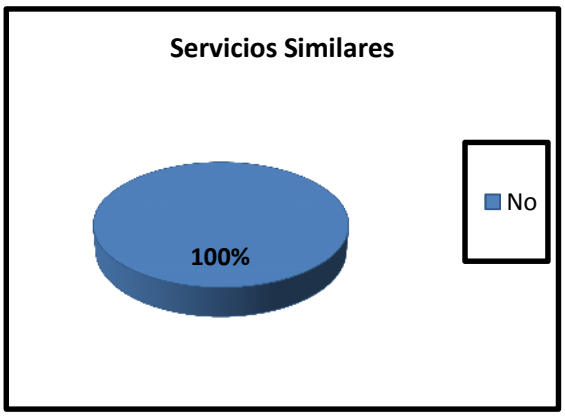
2.) ¿Conoce usted algún tipo de servicio similar al que se propone en esta empresa?

CUADRO Nº3

Ítems	Numero	Porcentaje
No	259	100%
Total	**259**	**100%**

Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

GRAFICO Nº 2



Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

Los gerentes de las empresas encuestados en su mayoría (100%) tal como se puede apreciar en este ítem, no conocen algún tipo de este servicio, esto propone el modelo de cómo se maneja el mercado de este tipo de empresas.

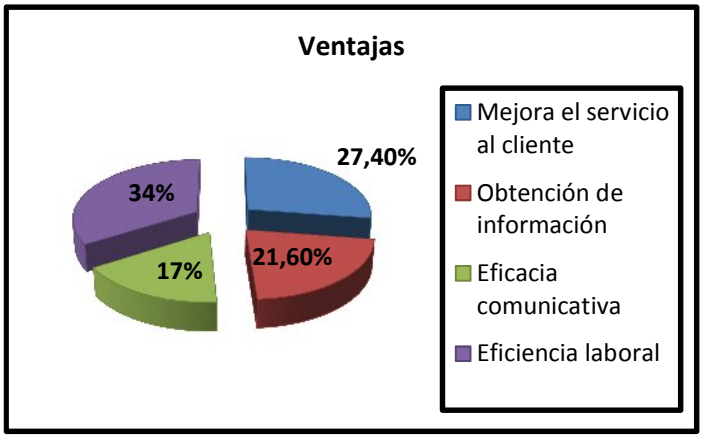
3.) ¿Cuál cree usted que son las ventajas que ofrece la implementación de este servicio dentro de su empresa? (Pregunta abierta con 02 espacios para responder)

CUADRO Nº 4

Ítems	Numero	Porcentaje
Mejora el servicio al cliente	71	27.4%
Obtención de información	56	21.6%
Eficacia comunicativa	44	17%
Eficiencia laboral	88	34%
Total	**259**	**100%**

Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

GRAFICO Nº 3



Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

En cuanto a este ítem la mayoría de encuestados consideran en un 34% que este servicio ayudaría a tener mayor eficiencia laboral ya que se corregiría mejor las fallas en el personal, y el menor porcentaje que corresponde al 17% considerar que les aportaría en la eficiencia comunicativa entre los niveles de la empresa.

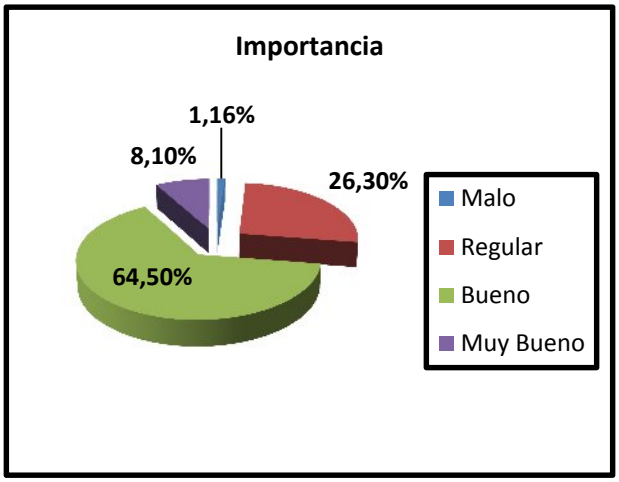
4.) ¿Cómo describiría usted el grado de importancia desde el punto de vista económico que posee nuestro servicio para su empresa?

CUADRO Nº 5

Ítems	Numero	Porcentaje
Malo	3	1.16%
Regular	68	26.3%
Bueno	167	64.5%
Muy Bueno	21	8.1%
Total	**259**	**100%**

Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

GRAFICO Nº 4



Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

Este ítem demuestra claramente el gran nivel de importancia dado por los gerentes de las empresas encuestadas desde el punto de vista económico, en un 64.5% que consideran que es bueno, y el 1.16 % consideran que es malo en cuanto a la importancia económica, considerando el primer porcentaje, se ve reflejado una ventaja para iniciar este servicio.

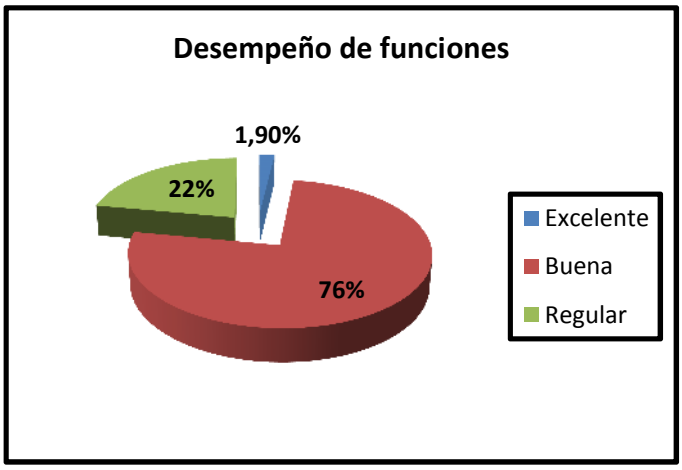
5.) ¿Cómo calificaría a su empresa en base al desempeño de funciones?

CUADRO Nº 6

Ítems	Numero	Porcentaje
Excelente	5	1.9%
Buena	197	76%
Regular	57	22%
Total	**259**	**100%**

Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

GRAFICO Nº 5



Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

Para los gerentes, debido al desenvolvimiento delos últimos años de las empresas consideran en un (76%) que son buenas enfocándose a todas las funciones como: ventas, atención al cliente y ambiente laboral entre otras, el (22%) consideran que es regular y solo el (1.6%) que son excelente, lo que demuestra la oportunidad que se podría tener al implementar este servicio.

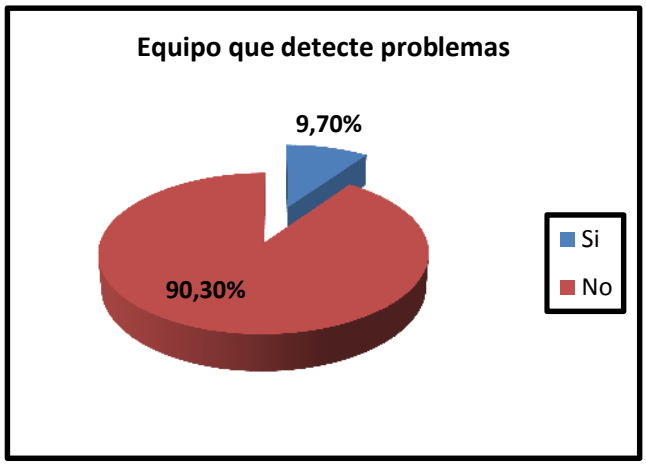
6.) ¿Existe algún equipo dentro de su empresa encargado exclusivamente de detectar los problemas en sus funciones y corregirlos?

CUADRO Nº 7

Ítems	Numero	Porcentaje
Si	25	9.7%
No	234	90.3%
Total	**259**	**100%**

Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

GRAFICO Nº 6



Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

El 90.3% de las empresas encuestadas no tiene equipos que se dediquen exclusivamente a detectar fallas, esto enseña con amplia preocupación las posibles fallas existentes en los diferentes departamentos que podrían afectar los niveles de productividad, venta y atención al cliente. Y en un porcentaje que sería el 9.7% si cuentan con este tipo de personal pero vale aclarar que forma parte de la gestión del departamento de Recursos Humanos, así como de la alta gerencia.

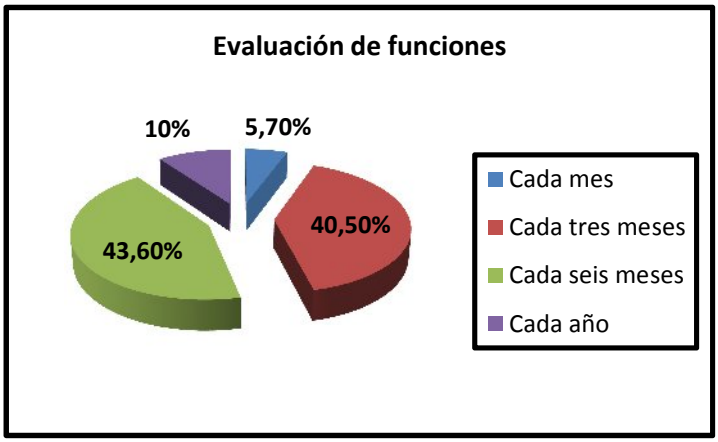
7.) ¿Cada qué tiempo realiza una evaluación de las funciones en los diferentes departamentos de su empresa?

CUADRO Nº 8

Ítems	Numero	Porcentaje
Cada mes	15	5.7%
Cada tres meses	105	40.5%
Cada seis meses	113	43.6%
Cada año	26	10%
Total	**259**	**100%**

Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

GRAFICO Nº 7



Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

Esta interrogante es de gran interés a considerarse en la empresa, ya que un (43.6%) se destaca la evaluación cada seis meses, lo que aumenta las posibilidades de errores y de pérdidas y un (5.7%) que lo hacen constantemente cada mes lo que estimula una amplia satisfacción de necesidades individuales y colectivas.

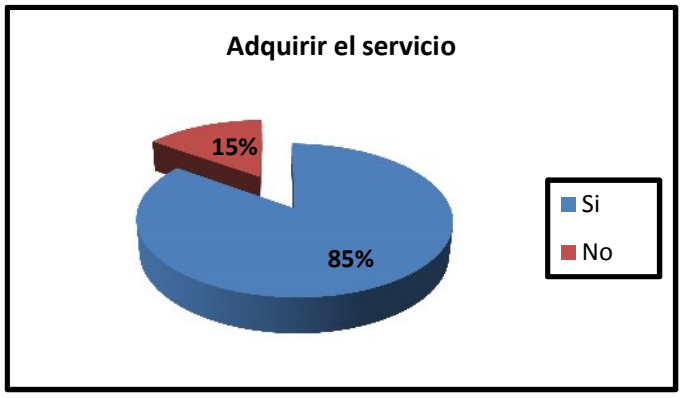
8.) ¿Usted como gerente o administrador estaría dispuesto a adquirir el servicio que le ofrece nuestra empresa?

CUADRO Nº 9

Ítems	Numero	Porcentaje
Si	219	85%
No	40	15%
Total	**259**	**100%**

Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

GRÁFICO Nº8



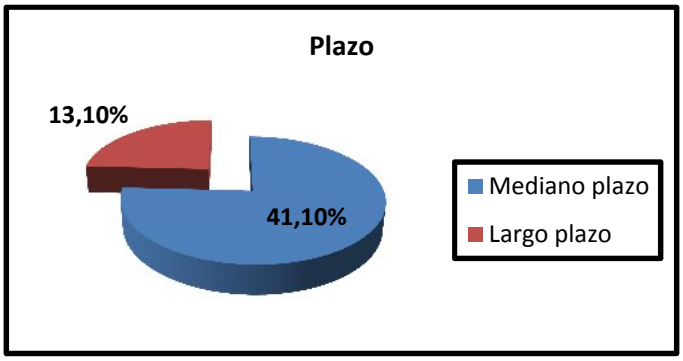
Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

CUADRO Nº 9.A

Ítems	Numero	Porcentaje
Corto plazo	79	31%
Mediano plazo	106	41.1%
Largo plazo	34	13.1%
Total	**219**	**85%**

Fuente: Cuadro nº 9
Elaboración: El autor

GRAFICO Nº 8.A



Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

Los gerentes de las empresas encuestadas en un 85% si contratarían el servicio que se propone, esto indican la gran preocupación en los gerentes, de posibles fallas existentes en los departamentos de cada una de las compañías. Desglosando este porcentaje en el cuadro **9.A.** El (31%) lo contrataría a corto plazo, el (41%) a mediano plazo y un (13%) consideran que lo deberían contratar a largo plazo. Y las negativas obtenidas solo representan el (15%) lo que se interpreta la existencia de una buena a calidad de servicio, atención al cliente o la poca importancia que se le da a los mismos.

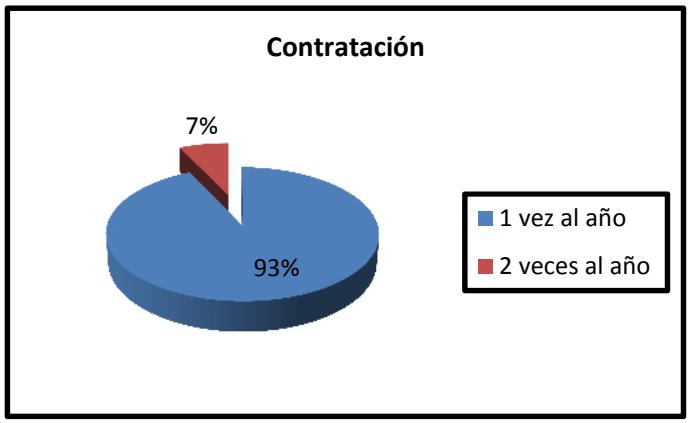
9.) ¿Si el servicio cumple sus expectativas cuántas veces lo contratará?

CUADRO Nº 10

Ítems	Numero		Porcentaje
	Año	Mes	
1 vez	203		93%
2 veces	16		7%
Total	219		100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

GRAFICO Nº 9



Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

Este ítem se pudiera interpretar que un (93%) de la población que representa la mayoría contrataría nuestro servicio 2 veces al año dependiendo de los resultados y para mejorar la gestión en los diferentes departamentos, un (7%) 4 veces al año, lo que nos representa gran importancia para tener una muestra del número de servicios que se podría vender.

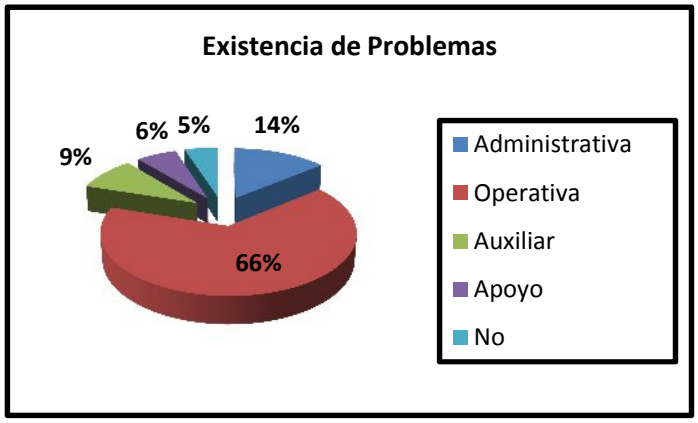
10.) ¿En qué área ha percibido algún problema que no ha sido detectado dentro de su organización?

CUADRO Nº 11

Ítems	Numero	Porcentaje
Administrativa	31	14%
Operativa	145	66%
Auxiliar	19	9%
Apoyo	14	6%
Ninguna	10	5%
Total	219	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

GRAFICO Nº 10



Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

En esta pregunta la interpretación se hace muy sencilla ya que un (66%) consideran que la existencia de fallas que no ha sido averiguada, se encuentran en el área operativa. Un (14%) consideran que en la administrativa y el (5%) expresan que no se ha percibido aun en algún departamento sospechas de problemas, lo cual no quiere decir que no exista.

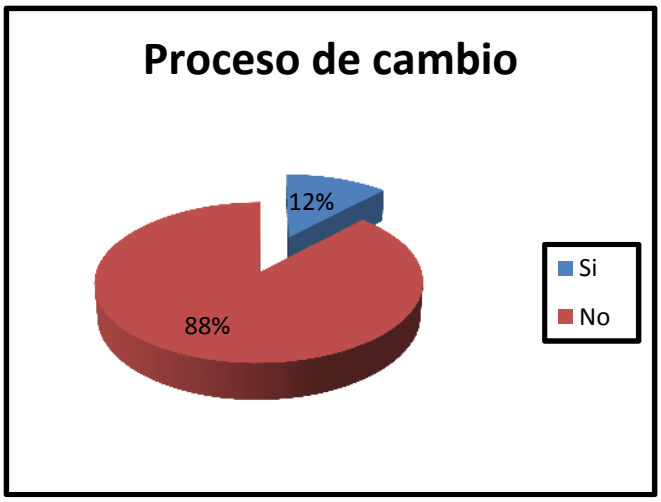
11.) ¿Dentro de su organización ha realizado algún proceso de cambio para mejorar las funciones de la misma?

CUADRO Nº 12

Ítems	Numero	Porcentaje
Si	27	12%
No	192	88%
Total	219	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

GRAFICO Nº 11



Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

En este ítem el (88%) no realizan procesos para mejorar el funcionamiento interno lo que nos favorece como empresa ya que dicho porcentaje nos facilita la implementación del servicio, y el (12%) si lo han realizado pero con una baja capacidad de liderazgo.

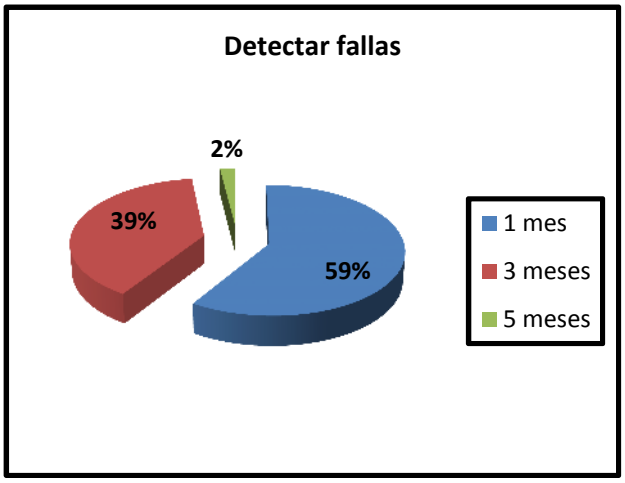
12.) ¿Qué tiempo cree que es el adecuado para lograr detectar fallas en las funciones de una empresa y corregirlas?

CUADRO Nº 13

Ítems	Numero	Porcentaje
1 mes	129	59%
3 meses	86	39%
5meses	4	2%
Total	219	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

GRAFICO Nº 12



Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

Para los gerentes de las empresas encuestadas existen tres focos de interés al momento de opinar sobre el tiempo que se necesita para saber si existen problemas, es así que un (59%) consideran que de 1 mes el (39%) 3meses y el (2%) de 5 meses esto ahorraría tiempo como empresa ya que el porcentaje más alto se da en el menor tiempo.

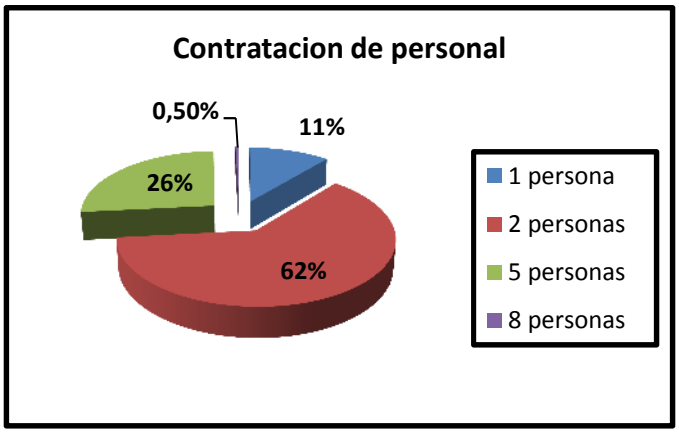
13.) ¿Cuántas personas cree usted que deben formar el grupo humano externo que ayude a detectar fallas en las funciones de su empresa? (Para personal y cliente encubierto)

CUADRO Nº 14

Ítems	Numero	Porcentaje
1 persona	23	11%
2 personas	138	62%
5personas	57	26%
8 personas	1	0.5%
Total	219	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

GRAFICO Nº 13



Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

Al interpretar esta pregunta se considera las opiniones vertidas por los gerentes que en su mayoría es de (62%) que sería necesario y suficiente 2 personassi no se pondría al descubierto el servicio, aunque depende de lo que se desea comprobar o identificar, así como el tamaño de la empresa y el menor porcentaje que corresponde a un (0.5%) de 8 personas.

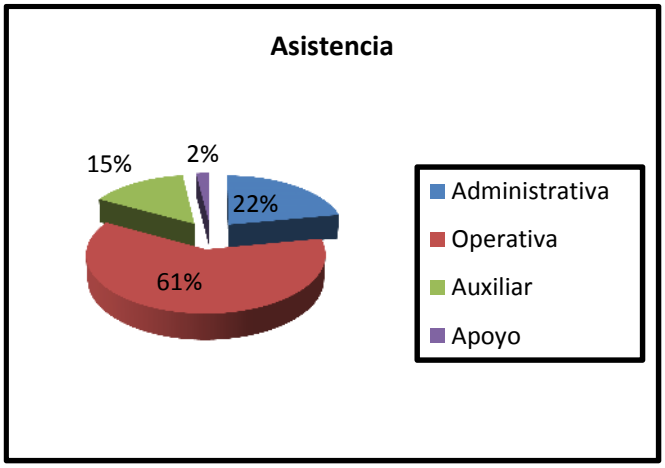
14.) ¿En qué áreas de su empresa cree usted que necesitaría la asistencia del grupo humano citado en la pregunta anterior?

CUADRO Nº 15

Ítems	Numero	Porcentaje
Administrativa	49	22%
Operativa	134	61%
Auxiliar	32	15%
Apoyo	4	2%
Total	219	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

GRÁFICO Nº 14



Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

En esta pregunta se nota claramente el enfoque que le dan los gerentes al área operativa donde se generan mayor cantidad de problemas con un porcentaje de (61%), se considera el (22%) en el área administrativa ya que es un porcentaje importante, generalmente el área financiera, y en un (2%) al área de apoyo donde la existencia de inconvenientes de acuerdo a su experiencia es casi nula.

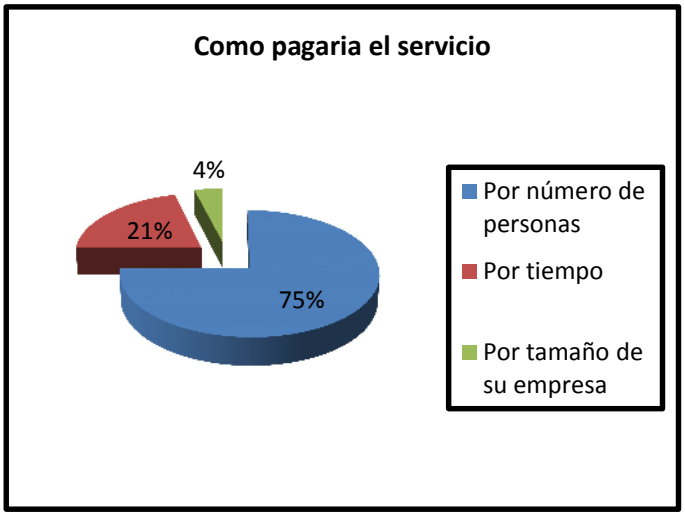
15.) ¿Cuál de las siguientes consideraciones escogería usted para pagar el servicio?

CUADRO Nº 16

Ítems	Numero	Porcentaje
Por número de personas	164	75%
Por tiempo	46	21%
Por tamaño de su empresa	9	4%
Total	219	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

GRAFICO Nº 15



Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

En el ítem las opiniones vertidas por los encuestados se resumen en un (75%) como el porcentaje más alto el cual corresponde que pagarían de acuerdo al número de personas, ya que sería más fácil para cancelar y si no se cumpliera las expectativas se los despediría, se consideró los dos porcentaje restantes que corresponden por tiempo de trabajo que es de un (21%) y en el más bajo porcentaje que es el (4%) por tamaño de la empresa, ya se tendría otras opciones de cómo cobrar por el servicio.

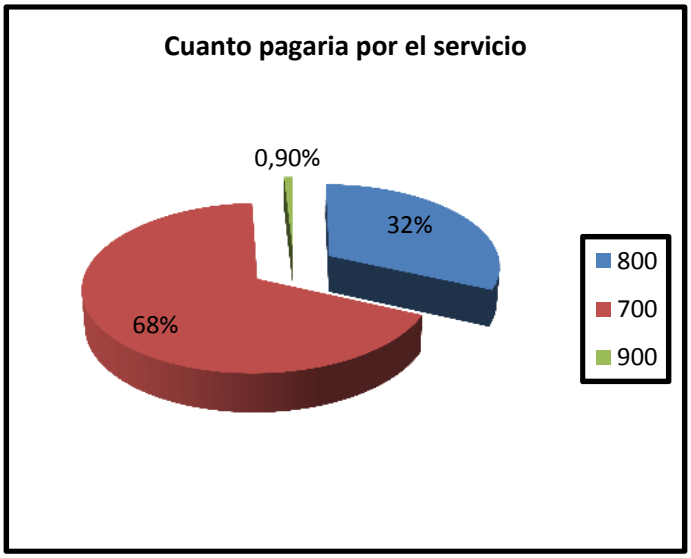
16.) ¿Cuánto usted pagaría por el servicio si se considera que necesitaría una persona y en el tiempo de un mes? (Para personal y cliente encubierto).

CUADRO Nº 17

Ítems	Numero	Porcentaje
700	148	68%
800	69	32%
900	2	0.9%
Total	219	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

GRAFICO Nº 16



Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

Las opiniones dentro de esta pregunta favorecen la implementación del servicio ya que el (68%) de los encuestados pagarían 700 dólares por persona o en el tiempo de un mes que sería el mínimo de duración del servicio, el (32 %) 800 y solo un (0.9%) que es el menor porcentaje pagarían 900.

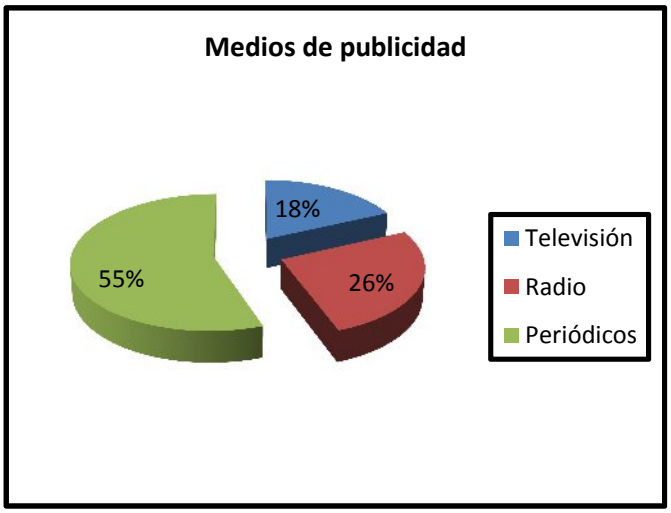
17.) ¿Por qué medios usted se informa?

CUADRO Nº 18

Ítems	Numero			Porcentaje
	Local	Nacional	Total	
Televisión	30	10	40	18%
Radio	56	2	58	26%
Periódicos	109	11	121	55%
Total			219	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

GRAFICO Nº 17



Fuente: Encuesta
Elaboración: El autor

Esta pregunta demuestra que el (55%) de los gerentes encuestados se informan a través de los periódicos en este caso predominando el local que es la Hora, en lo cual se ve reflejado una mayor posibilidad en medios de comunicación impresos como medios potenciales para colocar la publicidad y ofrecimientos a clientes del servicio, también predomina las frecuencias radiales locales como radio Loja, ECUASUR, Municipal, entre otros con un (26%) que sería otra opción publicitaria. Y la televisión cuenta con un (18%).

18.) ¿Por qué no estaría dispuesto a adquirir el servicio?

Al considerar esta pregunta los encuestados que no adquirirían el servicio corresponden al **cuadro nº 9**, manifestando que sería un gasto innecesario porque de esto se encarga el departamento de Recursos Humanos y en otras ocasiones por la ausencia de capital y el no interés en este tipo de servicios dentro de sus organizaciones.

DISCUSIÓN

g. DISCUSIÓN

g.1) ESTUDIO DE MERCADO

El mercado de una empresa es uno de los principales componentes puesto que su funcionamiento rige en función de su actividad, se interrelacionan con el desenvolvimiento en un marco de competencia determinado.

En este marco se realizó el estudio de mercado obteniendo la información necesaria sobre la demanda potencial del servicio de personal o cliente encubierto y la oferta que existe del mismo, para a partir de este conocimiento, estar en capacidad de determinar cuáles son las necesidades del mercado y en qué capacidad esta el mismo para adquirir el servicio de acuerdo a precios y tiempo.

Se enfocó la mejor forma de comercializar el servicio, verificando si existe un mercado para su comercialización y si es viable.

g.1.1) Servicio de Personal o Cliente Encubierto

El servicio aportará personal encubierto para ayudar a detectar fallas en sus funciones, este es un estudio sistemático, integral y periódico que tiene como propósito fundamental conocer la organización administrativa y el funcionamiento del área objeto de estudio, con la finalidad de detectar las causas y efectos de los problemas administrativos de la empresa.

Surge como una necesidad empresarial que se ha podido percibir, y para disminuir los problemas que ocasiona crisis dentro de la empresa, así como las necesidades de adaptación del presente al futuro.

Se fundamenta en que todas las organizaciones deben analizar su aparato estructural y funcional para poder tener información más clara al adecuar y modernizar con lo cual poder estar acorde con la evolución de los mercados actuales, de ello resulta que deben adaptar su mentalidad y acciones a los cambios que se le presentan y aceptar, enfrentar como un reto y encontrar soluciones a los problemas particulares y generales en cualquier momento

El campo de aplicación del servicio propuesto no tiene límites ni barreras, puede aplicarse a todo nivel dentro de cualquier área, departamento, función o proceso, simplemente se encontrarán variantes de cómo aplicarlo dependiendo de las características particulares de la empresa.

Se realizará en forma integral detectado el problema y todos aquellos aspectos administrativos que se encuentran relacionados directa o indirectamente con él, además es necesario realizar análisis periódicos sobre las áreas objeto de estudio para retroalimentar las soluciones y mejorarlas permanentemente.

El servicio de personal encubierto se regirá al análisis de los siguientes aspectos:

- De la estructura administrativa y orgánica, líneas de autoridad y tramos de control.

- De las funciones de cada uno de los órganos administrativos, que comprende al conjunto de actividades relacionadas entre sí que se necesitan llevar a cabo para lograr con los objetivos de la misma.

- De los procesos generales y descripción gráfica de la secuencia de las funciones que se llevan a cabo para cumplir con cada uno de ellos.

- De facultades delegadas dentro del personal, así como la relación existente entre la ejecución de las funciones específicas de los puestos y el proceso de toma de decisiones.

- De comunicación y coordinación entre dos o más áreas para determinar la relación existente entre cada una de ellas.

Para aplicar adecuadamente el servicio, es necesariollevar un orden lógico para lograr recopilar e interpretar adecuadamente la información y cumplir con los objetivos deseados, difícilmente se podrán obtener si no existen parámetros de evaluación que indiquen los aspectos que se deben evaluar.

g.1.2) Demanda

La demanda dirigida al servicio propuesto se puede definir como el número de personal encubierto que las distintas empresas están dispuestas a contratar a un precio y tiempo determinado.
Lo descrito a continuación se desprende de los datos obtenidos mediante las entrevistas que se realizaron a gerentes y administradores de empresas de la ciudad de Loja, legalmente constituidas y que se encuentran registradas en la Cámara de Comercio de Loja.

La Demanda permitió determinar los posibles usuarios que tendrá la empresa **CDN Investing** así como también ayudó a conocer los diferentes tipos de demanda como: potencial, real y efectiva.

g.1.3) Distribución del mercado objetivo

Se analizó de una forma específica el mercado al que vamos a ofrecer el servicio, encontrando la característica del mercado que más se acoplan al servicio planteado.
Por ende el proyecto tiene como objetivo las Empresas afiladas a la Cámara de Comercio de Loja, pues es un Servicio de personal o cliente encubierto que ayuda a detectar fallas en el desempeño de funciones, que está enfocado a todo tipo de empresa que tenga la necesidad de mejorar su desenvolvimiento administrativo, económico y humano al adquirir elmismo.

g.1.4) Análisis de la Demanda

g.1.4.1) Demanda Potencial

En el presente proyecto se realizó la segmentación de **800** empresas que representan el **100%** de la población estudiada, se consideró como demanda potencial el **87%** de la misma **(Cuadro Nº 2)** que corresponden a un número de **696** empresas de la ciudad de Loja, que estarían de acuerdo con la creación de la empresa. Para saber cuantos servicios se podrían utilizar en el mercado .A las 696 empresas se las multiplicó por 93% y 7%; a este resultado se lo multiplicó por 1 y 2 veces respectivamente que es el rango de utilización al año

datos obtenidos del cuadro **(Nº 10)** dando un total de **745** demanda potencial en servicios

CUADRO Nº 19
DEMANDA POTENCIAL

Población	Demanda Potencial	Demanda potencial Empresas	Demanda potencial Servicios	Demanda potencial total Servicios
800 empresas	87%	696 *93 %	647*1	647
		696*7 %	49*2	98
				745

Fuente: Segmentación de mercado, cuadro 2 y 10
Elaboración: El autor

g.1.4.2) Demanda Real o Actual

No se determinará la demanda real ya que en el medio no existe otra empresa que preste este tipo de servicio o similar.

g.1.4.3) Demanda Efectiva

Para determinar la demanda efectiva siendo nuestra población **800**empresas se le sacó el **85%** dato obtenido en el **(cuadro Nº 9)**, que si utilizarían el servicio, dando un total de **680** demanda efectiva empresas.

CUADRO Nº 20
DEMANDA EFECTIVA

Población	Demanda efectiva 85%
800 empresas	680 empresas

Fuente: Segmentación de mercado, cuadro 10
Elaboración: El autor

De la misma manera a las**680** empresas se multiplicó por **93%** y luego por 1 que es el rango de veces que se utilizaría el servicio al año **(cuadro nº 10)** dando un total de **632,**luego para obtener un número, concreto de los servicios que se utilizarían al año, se tomó en cuenta el otro porcentaje que es el **7%** y este caso por**2** que es el otro rango de veces que se utilizaría siendo igual a **48** servicios **,** sumados estas cantidades **632+ 96** se obtiene un total de **728** que correspondería a la demanda efectiva en servicios.

Datos que se los representan a continuación en el cuadro comparativo.

CUADRO Nº 21
DEMANDA EFECTIVA SERVICIOS

Demanda Efectiva 85%	Requerimiento del servicio (veces)	Rango de veces de utilización al año	Total número de servicios al año
680 empresas	93%	1 veces	632
680 empresas	7%	2 veces	96
Total			728

Fuente: Segmentación de mercado, cuadro 10
Elaboración: El autor

Para el uso percápita por empresa se dividió 680/728= 1 servicio por empresa al año.

g.1.4.4) Proyección de la Demanda

Para realizar la proyección de la demanda se tomó en cuenta la fórmula:

$$= \text{Numero de servicio}(1 + \ )$$

Siendo el índice de crecimiento empresarial de 3.75 % (i)[35]

CUADRO º 22
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Años	Demanda Proyectada 3.75% C.E.
0	728
1	755
2	783
3	812
4	842
5	874

Fuente: cuadro 23
Elaboración: El autor

g.1.5) Oferta

La oferta es considerada como la cantidad de servicios que los productores están dispuestos a colocar en el mercado en un momento dado a un precio determinado.

[35] www.INEC.com

Al igual que en el caso de la demanda, señalaremos un conjunto de factores que determinan la oferta de un empresario individual. Estos son la tecnología, los precios de los factores productivos (tierra, trabajo, capital) y el precio del bien que se desea ofrecer.

g.1.5.1) Análisis de la Oferta

La oferta de servicios de personal o cliente encubierto en el país existe, ya que diversas empresas se dedican a este servicio o similares.

Pero tomando en consideración la información obtenida en la investigación de campo, podemos determinar que en nuestra ciudad no existe ninguna empresa en el mercado o similar, que preste este tipo de servicio, y más bien los empresarios cuando requieren de algún servicio similar lo realizan ellos mismos o sus mismos empleados, lo cual no da el resultado esperado.

Como conclusión podemos mencionar que no existe competencia para la empresa que se pretende implementar con este proyecto.

Existe el suficiente mercado potencial para establecer una empresa que preste el servicio de personal o cliente encubierto para detectar fallas en las funciones internas de las Pymes en la ciudad de Loja.

La empresa podría brindar servicios adicionales como corregir los problemas ya detectados con personal calificado, asesoría en la contratación de personal, conferencias a empresas sobre atención al cliente y ambiente laboral, entre otras.

g.1.5.2) Análisis de la Oferta y La Demanda

El análisis de la oferta y la demanda nos permite determinar la demanda insatisfecha existente para el ofrecimiento del servicio.

g.1.5.3) Balance entre Oferta y Demanda

En términos generales el balance entre la oferta y la demanda no es sino la comparación que nos permite determinar la demanda insatisfecha en cuanto al servicio de personal o cliente encubierto que se pretende ofrecer en esta empresa.

g.1.5.4) Demanda Insatisfecha

Está constituida por la cantidad de servicios que hacen falta en el mercado para satisfacer las necesidades de la comunidad, es decir son todas las personas que se encuentran inconformes con los servicios que reciben y buscan nuevas alternativas en el mercado, a los cuales los nuevos empresarios, en este caso la empresa que se está proponiendo en este proyecto, pretende dirigir sus esfuerzos para atenderlos.

Con relación al análisis de la demanda insatisfecha de empresas que requieran los servicios de personal o cliente encubierto, se puede mencionar que existe una demanda de **728** servicios ya que algunos empresarios estarían dispuestos a solicitar el mismo1 y 2 veces al año. Como no existe en la Ciudad de Loja una empresa que brinde este servicio, entonces automáticamente se convierte la demanda efectiva en la demanda insatisfecha. Datos interpretados en el siguiente cuadro.**CUADRO Nº 23**

DEMANDA INSATISFECHA

Años	Demanda Proyectada 3.75% C.E.	Demanda insatisfecha del servicio de personal o cliente encubierto Crecimiento Empresarial 3.75%
0	728	728
1	755	755
2	783	783
3	812	812
4	842	842
5	874	874

Fuente: Cuadro 22
Elaboración: El autor

g.1.6) Comercialización del Producto

Es un proceso que hace posible que el empresario haga llegar el servicio proveniente de su unidad al usuario, en las condiciones óptimas de lugar y tiempo.

g.1.6.1) Plan De Marketing

El Plan de Marketing es una herramienta que sirve de base para los otros planes de la empresa (por ejemplo, el plan de producción o el financiero); asigna responsabilidades, permite revisiones y controles periódicos para resolver los problemas con anticipación

La empresa se muestra como una agencia de investigación de mercados especializada en evaluaciones de calidad en el servicio y fallas en el desempeño de funciones dentro de las organizaciones. El servicio se prestara de acuerdo a las necesidades de cada una de las empresas, los empleados se denominan (empleado o cliente encubierto) tambiénllamado MysteryShopper los cuales efectuaran visitas que le son asignadas siguiendo las instrucciones del estudio. Estas visitas tienen varios objetivos entre ellos evaluar la calidad en el desempeño de funciones.

Nombre de la Empresa: CDN.INVESTING

Eslogan: Mejora tu desempeño empresarial

Dedicada a: Prestar servicios de personal o cliente encubierto encargada de detectar fallas en el desempeño de funciones en las empresas.

Logotipo:

Misión:

Ser una empresa dedicada a ofrecer servicios de investigación empresarial especializados, facilitando la detección de problemas en las funciones de las empresas que les guste la innovación y que se propongan romper esquemas tradicionales en el manejo de personal.

Seguimos nuestra misión como empresa al:

- Mantener la mayor calidad de personal.
- Proteger y crear nuestra marca.
- Maximizar los servicios y correlación.
- Administrar con una perspectiva global.

Encuadrar a CDN INVESTING como un aliado estratégico de la organización, en las funciones, facilitándoles información de los problemas o fallas que en estas se encuentre, apoyándonos en profesionales altamente especializados en cada uno de las áreas que nos competa.

Visión:

Ser en el 2015 una empresa Lojana de vanguardia, con sentido global primera y líder en este tipo de servicios. Reconocida por su elevado profesionalismo, objetividad, valor agregado, excelencia de su personal y eficiente contribución al mejoramiento empresarial.

Objetivos:

1. Mejorar la calidad de las funciones en las empresas brindando un servicio innovador, a las crecientes y complejas dificultades que se encuentran en las funciones empresariales, esperando satisfacer las aspiraciones de los clientes reflejada en una relación duradera.

2. Líder en el segmento fortaleciendo la imagen de la empresa. Desarrollando una publicidad de los servicios de Personal o cliente encubierto, para garantizar el posicionamiento en el mercado empresarial de la ciudad de Loja.

3. Cumplir todas las expectativas para que nuestra empresa sobrepase el mercado empresarial local y despertar inquietud en las empresas nacionales por el desafío de mejorar significativamente la calidad de las funciones.

4. Crear la mejor imagen frente a los posibles clientes para tener una rentabilidad máxima en próximos proyectos.

5. Establecer un nuevo lineamiento en lo referente a investigación de problemas empresariales.

Valores:

Dentro de la empresa se vivirán los siguientes valores:

1. **La dignidad:**Esta se la manejará en todos los niveles de la empresa, para que todos los empleados tengan excelencia y realce en las actividades a las que se les designe y lograr un servicio de calidad aceptable.
2. **Igualdad:** Se enfocará principalmente en la no discriminación interna entre los empleados y de la misma forma hacia los clientes ya sea por su raza, religión, situación económica entre otros.
3. **Respeto:** Incluir este valor es de vital importancia, se lo realizará a través de las manifestaciones de acatamiento a las disposiciones de la empresa, y a la forma de atención hacia los clientes y respecto a la interrelación entre los miembros de la organización, con quienes se comparten las actividades laborales cotidianas.
4. **Cortesía:** Se pierden muchos clientes si el personal que los atiende es descortés. Dentro de la empresa, tanto el cliente como el empleado siempre serán bien tratados, se los hará sentir importantes y apreciarán la utilidad que ellos representan para la empresa.
5. **Ética:** La empresa desarrollará este valor en todos sus niveles organizativos dentro del mayor apego y respeto por los valores éticos, siendo útil a la comunidad, con una elevada conciencia de costos y calidad, generando beneficios para su accionista y su personal.

Políticas:

Las políticas que aplicará en la empresa son:

1. Satisfacer todos los requisitos (de calidad, servicio y precio) de nuestros clientes.
2. Conocer las expectativas de nuestros clientes, internos y externos y nuestros grupos de interés, para entregar un servicio de su completa satisfacción.
3. Impulsar las actividades de innovación y desarrollo del servicio de personal y cliente encubierto para satisfacer o, incluso, superar las expectativas de nuestros clientes, trabajadores y otros grupos de interés.
4. Potenciar la cultura de la mejora continua en el servicio y en la gestión de los procesos de **CDN INVESTING.**
5. Promover la implicación de los trabajadores de **CDN INVESTING** por la vía de la comunicación interna, la formación, y la capacitación.
6. Fomentar el trabajo en equipo como patrón de comportamiento en todos los niveles organizativos
7. Desplegar la cultura de **CDN INVESTING** de respeto al medio ambiente, de prevención de riesgos por las personas y de compromiso con la sociedad, internamente y entre nuestros colaboradores.
8. Velar por la mejora de los indicadores de crecimiento, rentabilidad, liderazgo, responsabilidad social, y costes, para asegurar el éxito continuo de la empresa.
9. Desterrar toda forma de paternalismo y favoritismo, cumpliendo la reglamentación vigente.
10. Impulsar el desarrollo de la capacidad y personalidad de los recursos humanos mediante acciones sistemáticas de formación.
11. Realizar evaluaciones periódicas, permanentes a todos los procesos de la Empresa.
12. Mantener una sesión mensual documentada del trabajo de investigación del personal encubierto de cada unidad, a fin de coordinar y evaluar planes y programas y definir prioridades.
13. Mantener en la empresa un sistema de información sobre los trabajos de personal o cliente encubierto realizados, en cumplimiento de sus funciones, proyectos y planes operativos.

14. Difundir permanentemente la gestión de la empresa **CDN INVESTING** en forma interna y externa.

Reglamentos:

1. Antes de empezar y al culminar la labor investigativa, el personal encubierto se presentará en las oficinas de **CDN INVESTING** para constatar su asistencia al puesto de trabajo.
2. Los puestos de trabajo en la empresa son de carácter poli funcional; ningún trabajador podrá negarse a cumplir una actividad para la que esté debidamente capacitado.
3. Presentar los resultados y planes operativos; los informes de actividades hasta máximo un mes de haber empezado el trabajo investigativo de personal encubierto en cualquier empresa.
4. Definir por escrito, el tiempo máximo de respuesta de todo requerimiento interno o externo del personal encubierto, es responsabilidad de cada una de los empleados.
5. Atender al cliente es responsabilidad de todos los integrantes de la empresa, para lo cual deberán conocer los procedimientos a fin de orientarlos.
6. Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético.
7. Aplicar la asistencia obligatoria y la confidencialidad en las reuniones mensuales de la empresa con los grupos investigativos de personal encubierto.
8. Se aplicará varias evaluaciones de control cuando un empleado ha tenido más de una queja por parte del cliente (empresa).
9. Los resultados finales de la investigación del personal encubierto se entregará al gerente o administrador de la empresa cliente, previo al pago total del servicio.

Metas:

Lograr vender el número de servicios de personal o cliente encubierto en función de la demanda en porcentajes superiores a los planificados y/o presupuestados, y posicionar la marca en el mercado, en el tiempo de un año a partir de la instalación de la empresa **CDN INVESTING.**

Estrategias:

- Conseguir los contactos necesarios para poder llevar nuestra idea a las empresas de la ciudad.
- Mostrar un servicio de la más alta calidad tanto en diseño como en funcionamiento para que vaya acorde con la imagen que queremos ofrecer.
- Facilitar a todas las empresas nuestro personal técnico (y/o el que lo amerite) para una cristalización excelente de sus funciones.
- Como empresa pionera captaremos el mayor segmento empresarial, (mostrar el servicio y poder captar nuevos clientes). Estableciendo una relación CDN INVESTING - empresas, ofreciendo servicio de alta calidad.
- Implantación de programas para la realización del servicio, desarrollando procesos de investigación total en todos los niveles organizativos de la empresa (cliente), realizando una mecanización de la misma y lo que es más importante, la captación masiva de los problemas en el recurso humano.

Análisis DA

Oportunidades:

- Con la falta de este servicio se presenta la oportunidad de captar mercados potenciales locales y nacionales, que anteriormente no han sido descubiertos.

- La insatisfacción de los gerentes y administradores de las empresas que no se desarrollan como esperaban y buscan algún tipo de ayuda para conocer sus problemas.

Amenazas:

- El ingreso de empresas que ofrezcan el mismo servicio en la zona donde se tiene el servicio exclusivo con precios bajos para asegurar su comercialización.
- Los cambios económicos en los mercados globalizados que afectan la economía de las empresas especialmente la de nuestros posibles clientes.

Las oportunidades y amenazas propuestas provienen de la información del procedimiento al realizar el estudio de mercado.

Sistema de comercialización del servicio

Por tratarse de un servicio no se puede analizar la distribuciónfísica del producto. En la empresa se analizará los distribuidores como canal de comercialización

Para la comercialización de los servicios **CDN INVESTING** utilizará diversos canales de comercialización, fuerza de venta directa a través de representantes directos, en ambos casos los clientes o empresas captadas se le asigna un grupo de 1 o 2 personas especializadas en diferentes áreas administrativas, y son derivados a una base de **CDN INVESTING.**

El gerente es el responsable de asignar el personal necesario y con la capacitación correspondiente para determinada empresa.

Es importante mencionar que cada grupo de personal o cliente encubierto maneja su propio presupuesto, así también los niveles de eficiencia y eficacia del servicio son monitoreados en forma permanente, comunicándole al departamento de marketing si es (positivo o negativo) con respecto a los reglamentos planteados.

Para la comercialización de los servicios de Personal o cliente encubierto, los costos se establecerán mediante el estudio técnico de precios, evaluando sus costos de operación y producción, a los que se agregará un margen mínimo de ganancia para la empresa de acuerdo con sus políticas y reglamentos establecidos.

Este procedimiento permitirá al usuario una mejor información, con lo que dará una mayor confiabilidad de los servicios de investigación empresarial de personal o cliente encubierto, convirtiéndose así en una empresa pionera en ayudar a mejorar el desarrollo socioeconómico de las empresas que adquieran el servicio y específicamente en las funciones internas de las mismas.

Análisis de fijación de precio

Para realizar un análisis de los precios se tomó en cuenta los datos obtenidos en la investigación de mercado, los cuales son solo una suposición ya que el precio real del servicio se obtendrá en el análisis financiero.

Los precios van de acuerdo al número de personas que requiera cada organización, estos serán acordados en forma individual con cada empresa.

El precio promedio de los servicios de personal o cliente encubierto es de 500 USD en el tiempo de un mes.

Análisis de la Publicidad

CND INVESTING realizará publicidad a través de los medios más comunes según los resultados en la investigación de mercado como son la prensa escrita, y la radio pero además se la dará un valor agregado con otro tipo de publicidad. Los anuncios han sido bien enfocados hacia los clientes metas.

Los avisos publicitarios permitirán a la empresa promover la buena imagen y repercutirá en un aumento de las ventas del servicio.

La publicidad está enfocada a mostrar el servicio que se ofrece a empresas de renombre, las pautas publicitarias de las empresas se diferenciaran

claramente tratando de promocionar el nombre de la empresa y posesionarla como tal.

Se distribuirán tarjetas comerciales y copias de volantes sobre el servicio que ofrece CDN INVESTING. Los puntos de distribución serán en las zonas donde se encuentren ubicadas la mayor cantidad de empresas con un costo de 100 USD

Se colocará un cartel en el exterior del edificio donde se encuentren ubicadas las oficinas de la empresa tiene un costo de USD 75.

Se publicará un boletín trimestral para los clientes existentes y algunas empresas selectas. El boletín solicitará recomendaciones, y notificará a los lectores respecto de las actuales promociones de venta del servicio.

Publicidad en el internet, a través de una página web y portales en los sitios más visitados. El costo es de USD 2.00

Publicidad en las páginas amarillas de los directorios telefónicos a un costo mensual de USD 150.00 por 50 publicaciones.

Lo anteriormente mencionado se lo realizara como un valor agregado a la publicidad del servicio.

“La Hora”, en los clasificados los días lunes y sábado con un costo aproximado de 8.00 USD por anuncio.

Se realizará un comercial en la RadioMunicipal que será transmitido una vez al día en una programación específica esta puede ser durante el noticiario con un costo aproximado de 30.00 USD cada una.

CUADRO Nº 24
PUBLICIDAD DEL SERVICIO

Medios	Cantidad Mensual	Costo unitario	Total
Cartel con nombre de la empresa	1	$75	$75

Tarjetas comerciales y volantes	100	$0.20	$20.00
Página web	1	$2.00	$2.00
Páginas amarillas de directorios telefónicos	50	$3.00	$150.00
Prensa escrita La Hora	4	$8.00	$32.00
Trasmisión de comercial radio Municp.	6	$30.00	$180.00
Total			$459.00

Fuente: Radio municipal, Diario la HORA, Grafica Santiago
Elaboración: El autor

Los medios de comunicación radial y escrito se los escogió de acuerdo a los resultados de la pregunta Nº 17 de la investigación de mercado

Condicionesde Venta

La empresa **CDN INVESTING**, no acepta el pago en efectivo se realizará a través de un depósito a la cuenta de la empresa y también se aceptará tarjetas de crédito.

g.2 ESTUDIO TÉCNICO

En esta etapa de los proyectos, se contempla aspectos técnicos, operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción del servicio deseado, como la determinación del tamaño más conveniente, la identificación de la localización final apropiada y la selección del modelo tecnológico que sea consecuente en el comportamiento del mercado. Comprende el Tamaño, Localización de la planta, e ingeniería del proyecto:

g.2.1 Tamaño

La definición del tamaño del proyecto está en relación directa con los factores que intervienen directamente en la capacidad instalada, y en la capacidad utilizada, entre ellos se mencionan la demanda, la oferta, los costos, las políticas de publicidad.

El tamaño ideal del proyecto es aquel que presta un servicio eficiente y está cuantificado para servir a los clientes, para ello se ha fijado un horario de trabajo de lunes a viernes ocho horas diarias y el día sábado por tratarse de que es un día comercial y de mucha concentración de personas en las

empresas. Se ha previsto trabajar desde las 7:00am hasta las 18:00am, con el personal encubierto dotado de materiales suficientes para cumplir el trabajo de investigación.

g.2.1.1 Capacidad Instalada. Se conoce con este término a la cantidad de servicios que la empresa puede ofrecer al mercado, trabajando al 100% de sus posibilidades y utilizando los equipos, personal e insumos en su totalidad.

La capacidad instalada de la empresa estará en función de atender la demanda de las empresas así mismo del número del personal encubierto que soliciten, también se debe tomar en cuenta que el servicio se lo realiza en 30 días.

Mirando un escenario realizable o alcanzable se considera que sólo se atenderá10 servicios mensualmente, lo que es lo mismo 10 personas que actuarán como personal encubierto, estos 10 servicios multiplicados por 12 meses son 120 para el primer año.

Para el segundo año como aumenta la demanda se incrementará 5 servicios por mes que sumados a los 10 y multiplicados por 12 darían 180 servicios, de igual manera hasta llegar al año 5 de vida útil del proyecto.

CAPACIDAD INSTALADA
CUADRO Nº 25

Años	Demanda Insatisfecha (Servicios)	Capacidad Instalada (Servicios)
1	728	120
2	755	180
3	783	240
4	812	300
5	842	360

Fuente: CuadroNº23
Elaboración: El autor

g.2.1.2 Capacidad utilizada.

Corresponde la definición a la cantidad de servicios que entregará la empresa al mercado tomando como referencia la capacidad instalada, de la cual se

estima un porcentaje menor que permite entrar al mercado y crecer conforme mejoran las condiciones de venta.

Por lo tanto en el proceso de producción del servicio, el factor predominante es el humano pues juega un papel primordial especialmente en la venta y desarrollo del servicio, es decir, el personal encubierto para las diferentes empresas.

Para esto se tomó la capacidad utilizada en este caso es igual a la instalada, ya que la empresa, utilizara100% de la capacidad máxima disponible permanentemente, que son de 10 empresas mensuales que multiplicadas por 12 son 120 servicios (empresas al año), la fracción de capacidad instalada es iguala 10 empleados que atenderán a estas empresas, siendo al año 120 empleados encubiertos capacidad utilizada.

En medida que se pueda penetrar al mercado, y se mejore la eficiencia empresarial, se irá incrementando la capacidad instalada, Lo que se detalla en el siguiente cuadro.

CAPACIDAD UTILIZADA
CUADRO Nº 26

Años	Demanda Insatisfecha (servicios)	Capacidad Instalada	Capacidad Utilizada	% Utilización	Participación en el mercado
1	728	120	120	100%	16,49 %
2	755	180	180	100%	23,84 %
3	783	240	240	100%	30,65 %
4	812	300	300	100%	36,94 %
5	842	360	360	100%	42,75 %

Fuente: Cuadro nº 25
Elaboración: El autor

La participación en el mercado es igual a: CI X %U / Nº de servicios

g.2.2 Localización

La localización de la empresa, constituye el lugar específico (ubicación física de la empresa), es el área donde se realizan las actividades económicas y de producción del servicio.

Para la implementación de la empresa de personal encubierto se analiza las fuerzas de localización que permitan determinar el lugar más adecuado.

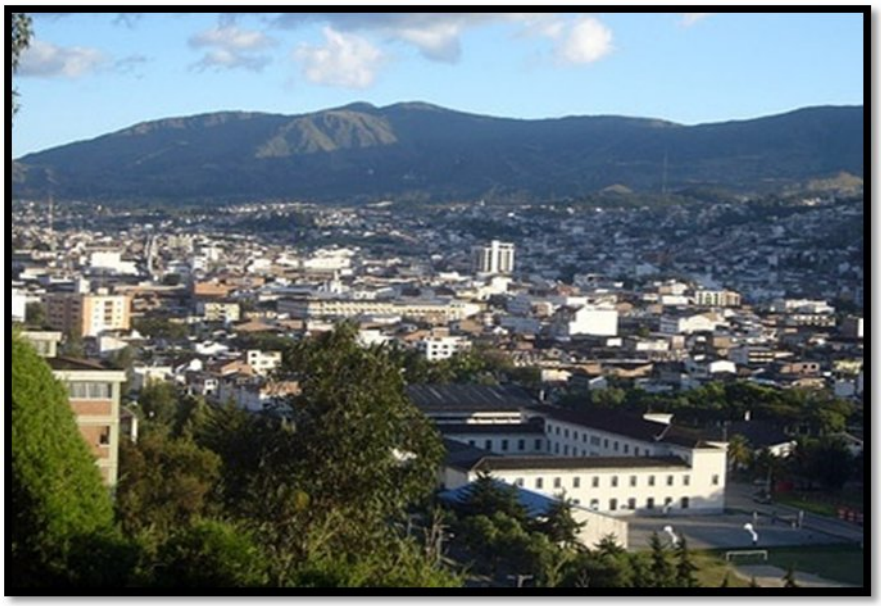
g.2.2.1 Macro localización

La empresa de Personal encubierto para ayudar a detectar fallas en las funciones de las empresas **"CDN INVESTING"**, estará ubicada en Loja, ciudad de Ecuador, capital de la provincia del mismo nombre, ubicada al sur del país, en la hoya del río Zamora, a 2.135 m de altitud.

GRAFICO Nº 18
PROVINCIA DE LOJA

Fuente: www.mapas del ecuador.com
Elaboración: El autor

GRAFICO Nº19
CIUDAD DE LOJA



Fuente: www.municipio de Loja.com
Elaboración: El autor

g.2.2.2 Micro localización

La empresa **CDN INVESTING** de personal encubierto, se encontrará ubicada en la parte céntrica de la ciudad debido al fácil acceso y al mayor desenvolvimiento empresarial que existe, ya que los futuros clientes precisamente son las empresas, las oficinas serán instaladas en el tercer piso del edificio **Brito** ubicado **18 de noviembre** entre **Colon e Imbabura**. Se considera más idónea esta ubicación además porque posee todos los servicios básicos tales como: Alcantarillado público, agua potable, energía eléctrica y telefónica tanto pública como celular, así como fácil acceso a estacionamiento, que serán utilizadas en gran medida por la empresa lo cual está en relación a las necesidades de las oficinas en las que se desarrollaran las actividades.

GRAFICO Nº 20
EDIFICIO DONDE SERÁ INSTALADA LA EMPRESA *"CDN INVESTING"*

Fuente: Edificio Brito
Elaboración: El autor

GRAFICO Nº 21
CROQUIS DE LA UBICACIÓN DE LA EMPRESA *"CDN INVESTING"*

Elaboración: El autor

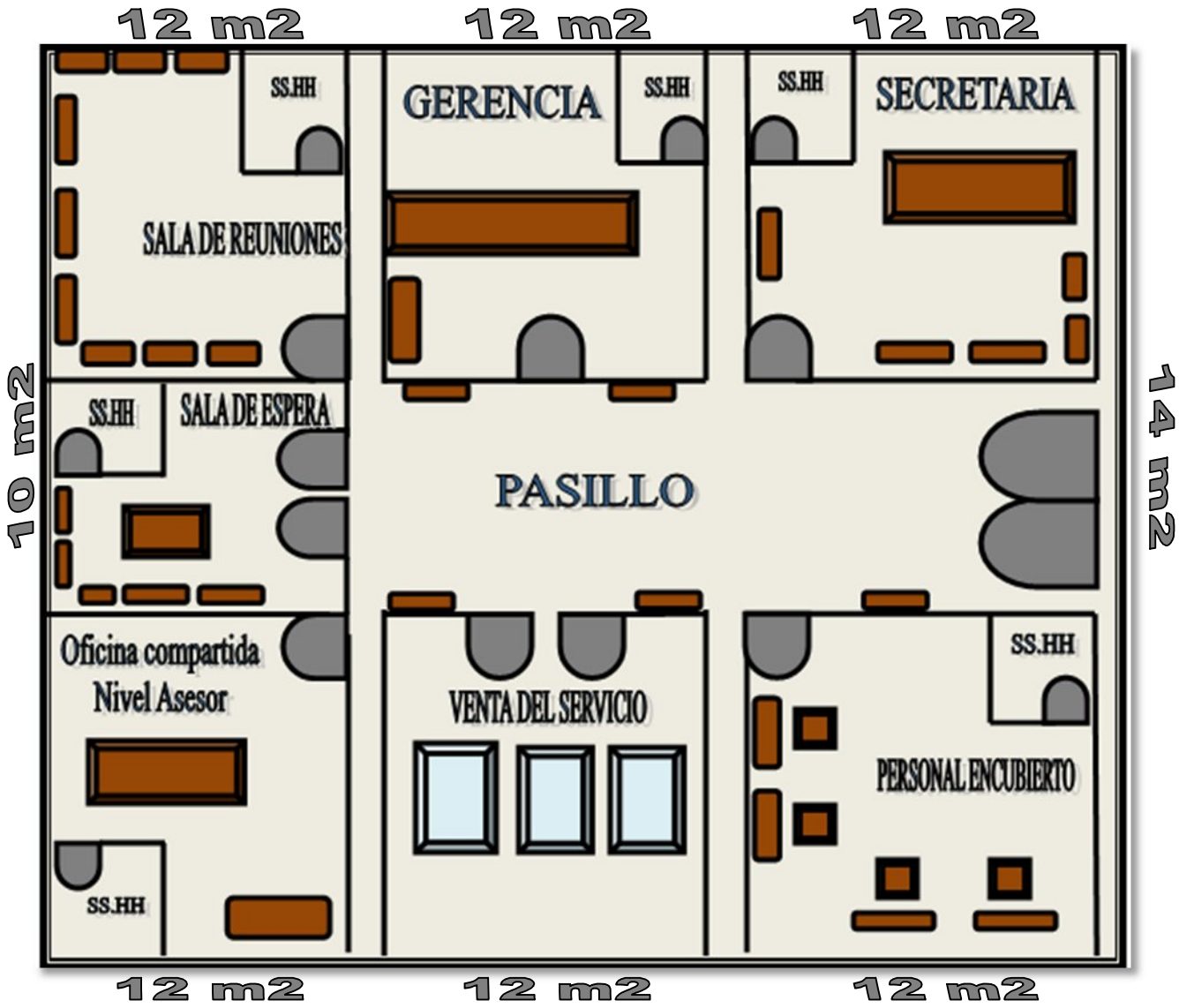
El personal que va a laborar en la empresa será contratado en la ciudad donde se encuentra la suficiente cantidad de profesionales que se requiere, teniendo los mismos, capacitación específica para cada área como: recursos humanos, financieros, marketing, operación, administración, entre otros.

Con los elementos anteriores, las áreas requeridas se distribuyen de manera que existan oficinas con la infraestructura suficiente, que permitan desarrollar la actividad, recibir a los posibles clientes y presentarle un acogedor lugar con comodidad y espacio suficiente de la siguiente manera.

96 m^2 serán utilizados para la parte administrativa que se dividirá en 6 oficinas y una sala de estar para la espera de clientes; es decir, se contará con una oficina para:

Gerencia	12 m^2
Sala de reuniones	12 m^2
Secretaria	12 m^2
Oficina Compartida N. Asesor	12 m^2
Pasillo	14 m^2
Estadía del Personal	12 m^2
Sala de espera	10 m^2
Venta del servicio	12 m^2
TOTAL	96 m^2

GRAFICO Nº 22
DISTRIBUCIÓN FISICA DE LA EMPRESA



Elaboración: El Autor

g.2.3 Ingeniería del Proyecto

La ingeniera del proyecto, es el estudio técnico de los procesos para producir un bien o servicio, se trata de dimensionar la cantidad de elementos que intervienen en el proceso productivo del servicio, el personal involucrado, los insumos adicionales o indirectos y principalmente la definición, del equipo, mobiliario, sus características, tamaño precio, calidad, garantías, etc.; de igual manera se estudia en esta parte la incidencia de los precios, la distribución de los equipos en el área administrativa y finalmente el proceso de administración y ventas, en base a las políticas diseñadas en la parte del estudio de mercado, que corresponden a comercialización.

En el presente proyecto el estudio está dirigido a la venta de servicios de personal encubierto para ayudar a detectar fallas en las funciones de las empresas, por lo tanto es un proceso para la prestación de un servicio, de esta manera se tomaran dos procesos uno para la venta del servicio y otro para la generación del mismo.

g.2.3.1 Proceso del servicio

El proceso de producción tiene relación con las formas y métodos para poder producir un servicio para el mercado en el que interviene los empleados apoyado por equipos, mobiliario y otros elementos que permitirán poner a la venta el servicio, en este caso el de personal encubierto.

Si bien en el caso de la producción de este servicio no tiene un proceso único absoluto; entonces implica hacer una selección de los equipos necesarios y los recursos humanos a utilizarse de tal forma que se pueda, maximizar utilidad y optimizar recursos, especialmente aquellos que resulta difícil de controlar, más que nada cuando la mayor parte de la actividad de ventas es con la participación directa de los empleados.

Antes de hablar del proceso de producción, se insertará el procedimiento que será aplicado para la prestación de servicio.

g.2.3.1.1 Flujograma de Proceso

El flujo grama es un gráfico utilizado para indicar las relaciones e interrelaciones que existen entre los diferentes tipos de actividades que se ejecutan dentro de un proceso de gestión de servicio, cuya finalidad es mostrar en resumen los diferentes pasos o etapas que se siguen para ofrecer un servicio de calidad.

g.2.3.1.1.2 Simbología

Los símbolos convencionales de aceptación universal que se han utilizado en los flujos gramas, son:

=OPERACIÓN → Ejecutar un tramite

=INSPECCIÓN → Resultado verificación

=TRANSPORTE → Resultado movimiento, traslado

=DEMORA → Espera, Aplazamiento

=ACTIVIDAD COMBINADA → Operación e inspección

=ARCHIVO → Almacenamiento, finalización

g.2.3.1.2 Proceso de venta del servicio

Es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener una eficiente atención al cliente que va a contratar el servicio de personal encubierto. A continuación se presenta una descripción de este proceso.

a) Recepción del cliente

En esta etapa se da el ingreso del cliente que es recibido por la secretaria encargada de la atención quien le da la información suficiente para que el cliente pueda contratar el servicio de personal encubierto eficiente y eficazmente.

b) Asignación del profesional

El gerente atiende al cliente y le da los pormenores de la contratación del servicio para luego asignarle a un profesional. El mismo que va a vender el servicio al cliente.

c) Acuerdos Mutuos

En esta etapa el profesional le informa y detalla cómo se prestará el servicio, indicándole también la forma como se desarrollará dentro de su empresa, le hace la propuesta, le da los pormenores sobre la forma de pago, las condiciones de negociación del servicio, para posteriormente realizar laredacción del contrato.

d) Llenado de la información

Este paso lo realiza exclusivamente el cliente, una vez que esté de acuerdo con el paso anterior, debe llenar en un formulario prediseñado, la información necesaria como: nombre, constitución, tamaño de la empresa, áreas más críticas de la empresa, número de personas que requiere, que tipo de personal necesita cliente o empleado encubierto, entre otras. Para ingresar datos al sistema.

e) Firma del contrato

Una vez ingresados los datos al sistema y negociados la forma de venta y desarrollo del servicio se procede a la firma y legalización del contrato por parte del gerente quien revisa y aprueba el contrato.

f) Entrega de documentación

En esta etapa se le da al cliente una copia del contrato para que tenga como garantía en el caso de que suceda algún inconveniente con el servicio.

g) Pago del servicio

Terminados los trámites anteriores el contrato va a la secretaria. La misma que elabora los documentos de egreso para el pago, el cliente procederá a pagar el

servicio, con cheque y en el caso de depósito lo realizará en el banco en el que se tenga la cuenta de la empresa.

h) Análisis de la información

En esta etapa el jefe de personal que será el profesional mejor capacitado, analiza la información para posteriormente, capacitar o informar a los empleados encubiertos, lo que va a realizar y en qué empresa desarrollarán el servicio.

GRAFICO Nº 23
FLUJOGRAMA DEL PROCESO PARA LA VENTA DEL SERVICIO

ACTIVIDADES	SIMBOLOGIA					TIEMPO MINUTOS
1.-Recepción del cliente						3 minutos
2.-Asignacion del profesional						5 minutos
3.-Acuerdos mutuos						20 minutos
4.-Llenado de la información						15 minutos
5.-Firma del contrato						5 minutos
6.- Entrega de documentación						5 minutos
8.-Pago del servicio						7 minutos
9.Analisis de la información						20 minutos
Total	4	1	1	1	1	80 minutos

Elaboración: El autor

g.2.3.1.3 Proceso del servicio dentro de la empresa cliente

Se refiere al procedimiento y desarrollo que se va a utilizar para realizar el servicio de investigación dentro de la empresa cliente, con los empleados (personal o cliente encubierto), con la finalidad de detectar las causas y efectos de los problemas en las funciones de la empresa de una forma eficiente y eficaz, para satisfacer las necesidades de nuestros clientes. Dicho proceso se estableció de la siguiente manera:

a) Inducción del personal encubierto.

Al llegar el personal a la empresa, inicia sus actividades presentándose o siendo presentado por el gerente como un empleado más, en el caso que fuera cliente encubierto este llegaría como tal, los días y la hora que se establecieron al llenar la información en el proceso de venta del servicio.

b) Recolección de datos

En esta etapa el personal encubierto recolecta datos que permitan obtener una idea general de la empresa. Determinando con datos reales la evolución de la empresa en un período más o menos largo, en lo referente a capital, ventas o servicios, recursos, etc. Para analizar sistemáticamente si ha existido crecimiento o se ha desarrollado tanto en sus aspectos administrativos como también en los operativos.

c) Investigación del personal

De igual manera esta etapa la realiza el personal encubierto en toda la estructura de la empresa, de forma experimental a través de Investigar al personal, sus actividades, funciones, relaciones, con base en entrevistas y conversaciones debidamente planificadas y ejecutadas ordenadamente, esta información será verificada por lo subjetivo de sus respuestas.

d) Análisis de la estructura

Este paso comprende el estudio de cada una de los componentes que integran la estructura organizacional, para determinar si la forma en la que se

encuentran organizadas ayuda a cumplir con la misión, visión y objetivos de la misma y de la empresa en general o esta influye para la existencia de fallas o problemas en sus funciones.

En esta etapa el personal encubierto evaluará como mínimo los siguientes aspectos:

- Organigrama estructural

- Niveles jerárquicos

- Tipo y líneas de autoridad

- Tramos de control

- Recursos existentes

- Áreas existentes en la empresa (administrativa, operativa, auxiliar, apoyo, etc.)

- Dependencia y relación con otras áreas

e) Comparación de la información

En esta fase el personal encubierto compara la información registrada en la etapa de llenado de información y los aspectos reales de la empresa recolectada en las etapas anteriores, a efecto de enumerar los hallazgos y determinar los puntos críticos que afectan al buen desempeño de la misma.

f) Determinación del área critica

En esta etapa el personal propone en una reunión mensual al gerente de la empresa una lista de posibles áreas y funciones a examinar, un listado de problemas para iniciar un auto diagnóstico preliminar, tomando en cuenta la información registrada de los elementos pertenecientes a la empresa y así determinar el departamento o área afectada y de esta forma determinar el análisis de la misma.

g) Análisis de funciones en el área critica

El personal empieza con el estudio de las funciones asignadas al área crítica, para saber si existen problemas o fallas en las mismas, así como las atribuciones y obligaciones que tienen que cumplir para el desempeño del trabajo.

Se analizará la relación existente entre las funciones que se desempeñan en cada puesto de trabajo con los objetivos del área y si se encuentran normadas adecuadamente o simplemente se realizan en forma empírica, si existe duplicidad u omisión de funciones dentro del área en relación a los objetivos de la misma, grado de complejidad y especialización que se necesita para realizar cada una de las funciones, descripción y perfiles de los puestos de trabajo y se verificará las funciones principales del área crítica objeto de estudio.

Este análisis lo realizará el personal encubierto recopilando datos de fuentes personales con información verbal directa y luego se ampara con fuentes legales y otros documentos del área afectada, para realizar en forma breve y rápida el análisis de lo recolectado para hacer conocer los posibles problemas.

h) Análisis en los procesos del área critica

En esta etapa el personal encubierto analiza los procesos que se desarrollan dentro del área objeto de estudio, así como el aporte que ofrecen parcialmente a los procesos generales de la organización en los cuales se ve involucrada. Para realizar este análisis el personal encubierto se basará en el Manual de Normas y procedimientos que se desarrollan dentro del área.

El personal se involucra en la secuencia de cada una de las actividades que se desarrollan dentro del área objeto de estudio como:

Procesos principales

Sub-procesos

Procesos contingentes

Lo cual permitirá tener un enfoque de que si la base del problema o falla están presentes en los procesos.

i) Análisis de relaciones en el área critica

En esta etapa el personal encubierto analiza la coordinación, comunicación y dependencia que existe entre los elementos integrantes de la organización en general y que se relacionan con el área objeto de estudio.

El personal evaluará los tipos de relaciones que existen:

- Entre los niveles jerárquicos que integran la estructura organizacional del área objeto de estudio.
- Entre el personal en general del área objeto de estudio con las otras áreas.
- Entre las funciones y los puestos de trabajo que integran el área.
- Entre los procesos generales de la organización.

Al culminar este análisis ya se tendrá claro las posibles conclusiones del problema o fallas que se encuentran en el área estudiada y por ende lo que esta afectando al desarrollo de la empresa.

j) Determinación del problema o falla

Esta etapa es una de las más importantes del servicio ya que el personal encubierto procesa y compara con mucho cuidado la información obtenida en los análisis anteriores, de esta información se examinará sus necesidades, su fuente, su calidad y cantidad, sus procedimientos de obtención y registro y luego se propone los problemas detectados de los cuales dependerá las posibles soluciones que le den en la empresa.

k) Obtención de conclusiones

En esta etapa el grupo de personal encubierto elabora el listado final de las cosas que están mal y producen fallas dentro de la empresa, para obtener conclusiones parciales de los problemas

Algunos problemas o fallas organizacionales que se puede llegar a detectar a través de la intervención en la empresa "**CDNInvesting**" de personal encubierto son las siguientes:

- Inexistencia de misión, visión y objetivos definidos claramente.
- Inexistencia de estrategias, metas y políticas administrativas que orienten sobre los objetivos de la organización, para no confundir autonomía con independencia
- Falta de estructura organizacional acorde a los objetivos del área de estudio
- Dualidad de mando y abuso de autoridad
- Incapacidad o falta de interés gerencial de los mandos medios para dirigir a sus subordinados y cumplir eficientemente con los objetivos de la empresa.
- Improvisación en el trabajo como consecuencia de la inexistencia de planes y programas administrativos.
- Falta de comunicación y coordinación entre el personal a todo nivel o entre las diferentes áreas o departamentos que integran la empresa (línea jerárquica).
- Falta de información oportuna para la adecuada toma de decisiones.
- Existencia de burocracia dentro de los procesos que se desarrollan dentro de la empresa.
- Obsolescencia de procedimientos, método y técnicas de trabajo.
- Insuficiencia de calidad profesional y técnica en los diferentes puestos de trabajo.
- Falta de programas de inducción y capacitación para el personal que realiza las diferentes actividades.
- Duplicidad de funciones
- Cuellos de botella.
- Instalaciones inadecuadas a las tareas que se realizan.
- Falta de controles para la adecuada utilización de los recursos disponibles.
- Exceso de papelería y formularios en general.

- Inadecuada distribución del trabajo, que no permite delimitar responsabilidades.
- Falta de delegación de autoridad y responsabilidad.
- Excesivo tramo de control
- Resistencia al cambio y actitudes conformistas del personal
- Inadecuada utilización de habilidades y destrezas del personal.
- Proceso lento y complejo para la toma de decisiones, concentrándolas y congestionándolas en la alta dirección aún aquellas que son rutinarias.
- Exceso de mandos medios o puestos innecesarios
- Baja productividad como consecuencia de problemas técnicos, humanos y organizacionales.
- Crecimiento no programado, cuando no se prevé y toman medidas correctas a lo que el medio ambiente provoca y que implica que la organización estructural y funcional sea condicionada por factores externos e internos lo cual implica un debilitamiento e improductividad por parte de los responsables de realizar las actividades dentro de la empresa.
- Especialización del trabajo en una sola persona o área
- Falta de líderes o líderes inadecuados

L) Entrega del informe de resultados

En esta atapa el personal encubierto elabora un informe que será presentado al gerente quien lo inspeccionará y lo aprobará para luego tener una reunión con los administrativos de la empresa cliente, para explicar y entregar una copia de los resultados y finalizar el servicio.

M) Archivo de documentación

Los resultados de cada investigación del personal encubierto serán archivados en la empresa, para tener una secuencia en el caso de que el mismo cliente contrate dos veces el servicio, y para tener un respaldo de que si se realizó el mismo

Gráfico Nº 24

FLUJOGRAMA DEL PROCESO DEL SERVICIO DENTRO DE LA EMPRESA CLIENTE

ACTIVIDADES	SIMBOLOGÍA					TIEMPO MINUTOS
	○	➡	▭	◯	▽	
1.-Inducción del personal encubierto		●				1día
2.-Recolección de datos.	●					2día
3.-Investigación del personal				●		4 días
4.-Análisis de la estructura			●			3 días
5.-Comparación de la información				●		2 días
6.- Determinación del área critica	●					2 días
7.-Analisis de funciones en el área critica			●			3 días
8.-Analisis en los procesos del área critica			●			3 días
9.-Análisis de las relaciones en el área critica			●			3 días
10.-Determinacion del problema o falla	●					3 días
11.- Obtención de conclusiones	●					2 días
12.- Entrega del informe de resultados	●					1 día
13.- Archivo de documentación					●	1 día
Total	5	1	4	2	1	30 días

Elaboración: El autor

g.2.3.2 Requerimientos

Determina el equipo adecuado, los requerimientos del personal que van a solicitar el servicio, que va de acuerdo al nivel de demanda a satisfacer, la tecnología debe responder a ciertas condiciones propias del mercado, la misma no debe ser muy alta (tecnología de punta) ni elemental para el proceso, ya que se debe evitar el desperdicio.

En los cuadros siguientes se expone los equipos y requerimientos que se necesitaran para iniciar las actividades de la empresa, que ofrecerá el servicio de personal y cliente encubierto.

CUADRO Nº 27
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
3	Equipos de computación de escritorio
5	Computadoras portátiles

Elaboración: El autor

CUADRO Nº 28
EQUIPOS DE OFICINA

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
5	Teléfonos Inalámbricos LG.
1	Copiadora

Elaboración: El autor

CUADRO Nº 29
MUEBLES Y ENSERES

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
1	Escritorio Tipo Gerente
1	Sillas Giratorias Tipo Gerente
10	Escritorios de Madera
10	Sillas fijas de cuerina
1	Juego de muebles de sala
2	Sofás de cuerina
1	Mesa metálica larga
10	Sillas de plástico
2	Archivadores metálicos de 5 gavetas
3	Muebles para computadora

Elaboración: El autor

CUADRO Nº 30
OBRAS DE ACONDICIONAMIENTO

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
5	Divisiones de madera
1	Pintado de oficinas
1	Decoración de oficinas

Elaboración: El autor

CUADRO Nº 31
ARRIENDO DEL LOCAL

EDIFICIO	PISO	UBICACIÓN
Brito	3	18 de Noviembre entre Colon e Imbabura

Elaboración: El autor

CUADRO Nº 32
SUMINISTROS DE OFICINA

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
1 Caja	Esferográficos
1 resmas	Papel bond
1 Caja	Marcadores
1 Caja	Carpetas
2 Cartuchos	Tinta para impresoras
2 cajas	Grapas
2 cajas	Clips
3	Sellos
2	Grapadora tipo pistola
2	Perforadoras

Elaboración: El autor

CUADRO Nº 33
SERVICIOS BÁSICOS

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
20 m^3	Consumo Agua
40 kw/h	Consumo Energía Eléctrica
300 min	Consumo de teléfono

Elaboración: El autor

CUADRO Nº 34
ÚTILES DE ASEO

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
1	Escoba
1	Trapeador
1	Recogedor
1 Galón	Ambientales
1 Galón	Desinfectantes
8	Recipientes para Basura
3	Escobillas
2 Frascos	Limpiadores para computadoras
3 metros	Franela
2	Baldes de plástico

Elaboración: El autor

CUADRO Nº 35
PERSONAL ADMINISTRATIVO

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
1	Gerente
1	Contador Temporal
1	Secretaria
1	Asesor Jurídico Temporal
2	Profesionales en RR/HH
2	Profesionales en administración
2	Profesionales de operación
2	Profesionales en Marketing
2	Profesionales en finanzas
1	Conserje

Elaboración: El autor

g.3 ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Es el sistema de reglas y relaciones funcionales para llevar a cabo las políticas empresariales, además de las políticas que cada uno de los programas implica.

g.3.1 Organización legal.

Luego de analizar los tipos de sociedades mercantiles existentes, para realizar actividades económicas, se ha decidido que la empresa a conformarse será en Sociedad Anónima, con la aportación de 3 accionistas

La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por las aportaciones de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones" Art 143 LC.

Se decidió lo anterior mencionado por los siguientes lineamientos.

a) La compañía anónima es una sociedad: con ello quiere decir que existe una pluralidad de personas con ánimo de asociarse, unir capitales para emprender en operaciones y participar de su utilidades, Sin embargo debemos destacar que por las reformas a la ley de compañías introducida por la Ley de mercado de valores (R.O. suplemento Nº 199 del 28 de mayo de 1993) la compañía anónima puede subsistir con un accionista.
b) El capital se puede constituir y aumentar mediante subscripción pública. Esto facilita formar grandes capitales para grandes empresas.
c) El capital está dividido en acciones representadas por títulos absolutamente negociables.
d) La administración está desligada de la titularidad del capital.

La formación y funcionamiento de la compañía **CDN INVESTING S.A.** Estará bajo la disposición de la ley de compañías concretamente a lo que tiene relación a la compañía de sociedad anónima.

g.3.1.1 Razón Social o Denominación

La razón social con la cual operara la empresa de personal encubierto es **"CDN INVESTING S.A."**, es una denominación objetiva, se debe a que los servicios que va prestar son de investigación de fallas en las funciones de las empresas, y el nombre está de acuerdo al tipo de empresa y conforme lo establece la ley.

g.3.1.2 Domicilio.

Constituyese y fíjese su domicilio en la ciudad de Loja provincia del mismo nombre, la empresa se instalará en el edificio **Brito** en el Piso #3, que se encuentra ubicado 18 de noviembre entre **Colon e Imbabura**

g.3.1.3Capital Social

El capital suscrito mínimo de la compañía deberá ser de ochocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse en al menos un 25% del valor nominal de cada acción. Dicho capital puede integrarse en numerario o en especies (bienes muebles e inmuebles) e intangibles, siempre que, en cualquier caso, correspondan al género de actividad dela compañía.

El capital social de la empresa es variable, limitado e indivisible y se compondrá de la siguiente manera:

Numero de accionistas: 3

Capital Social: $ 800.00

Acciones de: $ 1,00

Cuantía de las aportaciones

Accionista A: $ 267.00 acciones de $ 1,00 c/u

Accionista B: $ 267.00 acciones de $ 1,00 c/u

Accionista C: $ 267.00 acciones de $ 1,00 c/u

Para el ingreso de nuevos accionistas la cuota de ingreso que deberá cancelar como requisito fundamental es de acuerdo al número de acciones que requieran en este caso una acción seria $1.00 dólar.

La empresa se constituirá mediante escritura pública, en un solo acto por convenio entre los que la otorgan, que previo mandato de la Superintendencia de Compañías será inscrita en el Registro mercantil de la ciudad de Loja, luego de haber sido afiliada a la Cámara de Comercio de la misma.

g.3.1.4 Plazo o Duración

La duración de esta empresa será indefinida; sin embargo podrá disolverse o liquidarse por cualquiera de las causales previstas en la Ley de compañías, su reglamento general y los atributos de la personalidad jurídica.

g.3.2 Organización Administrativa

g.3.2.1 Niveles Jerárquicos

Se basa en la división del trabajo y delegación de funciones a los miembros de la empresa, lo cual se lo hará definiendo los niveles de la empresa y valiéndose de los organigramas**.**

Estructuralmente la empresa tendrá cinco niveles.

a) Nivel Legislativo - Directivo

Este nivel estará constituido por la Asamblea General de Socios, que lo integran todos los socios legalmente constituidos dueños de acciones, incluyendo el directorio. Su función es la de legislar sobre las políticas de generación de los servicios financieros, a quienes les corresponde fijar políticas, normas y procedimientos que regirán durante la vida de la empresa "**CDN INVESTING S.A.**", es decir la elaboración de reglamentos, estatutos. Este nivel estará representado por la presidencia.

b) Nivel Ejecutivo.

Este nivel ocupa el primer lugar en jerarquía, estructurado con la finalidad de ejecutar las políticas y decisiones que obedecen a los intereses económicos y sociales de los socios.

Está conformado por la Gerencia General (Gerente – Administrador) el mismo que será nombrado por el nivel Legislativo - Directivo en base a requisitos previamente establecidos, son funciones de este nivel la planeación, organización, dirección, ejecución y control de todas las actividades del servicio y administrativas de la empresa **CDN INVESTING S.A.”**, con el fin de cumplir y alcanzar los objetivos y metas establecidas por la misma.

c) Nivel Asesor

Tiene como funciones asesorar, aconsejar e informar respecto a situaciones de carácter laboral y las relaciones judiciales de la empresa **CDN INVESTING S.A.”** con otras organizaciones o clientes. En el caso de la empresa lo conformará un Asesor Jurídico y Contador, Contratados para servicios temporales.

d) Nivel Auxiliar

Se conforma con todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con las actividades administrativas de la empresa **CDN INVESTING S.A.”**, en este caso la Secretaria que coordinará directamente labores de junta de accionistas, directorio, gerencia y nivel de apoyo, el conserje se encargará de los servicios generales de la misma.

e) Nivel Operativo

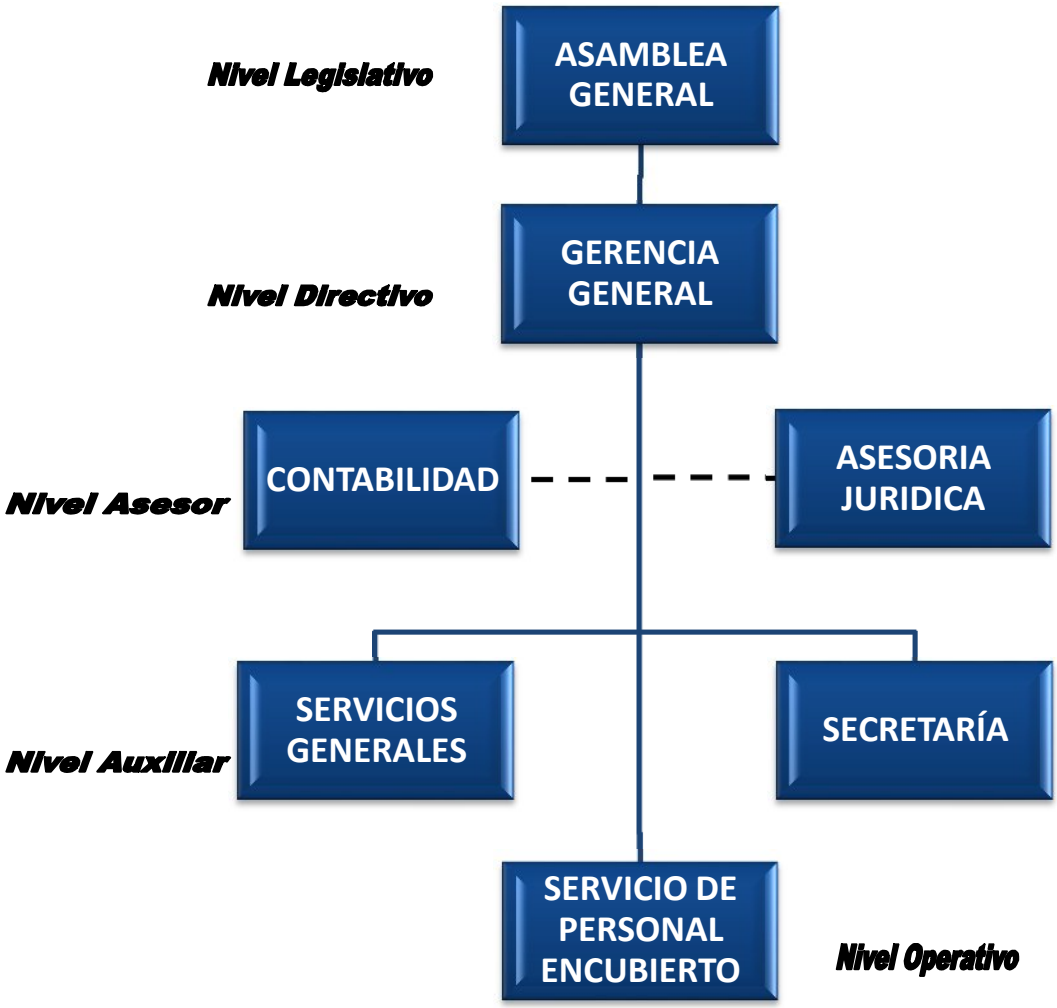
Tiene como función principal la ejecución de las actividades generativas del servicio que ofrece la empresa **CDN INVESTING S.A.”** están involucrados directamente con la producción y control del mismo, En este se encuentran el personal encubierto que van a ejecutar el servicio en la empresa cliente y vender el servicio dentro de la empresa.

g.3.2.2 Organigramas

g.3.2.2.1 Organigrama Estructural

Es una representación gráfica en la que se determina, los niveles jerárquicos, las líneas de autoridad y responsabilidad entre las diferentes secciones que conforman la estructura administrativa de la Empresa "***CDN INVESTING S.A.***

GRAFICO Nº 21
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL
"CDN INVESTING S.A



LEYENDA

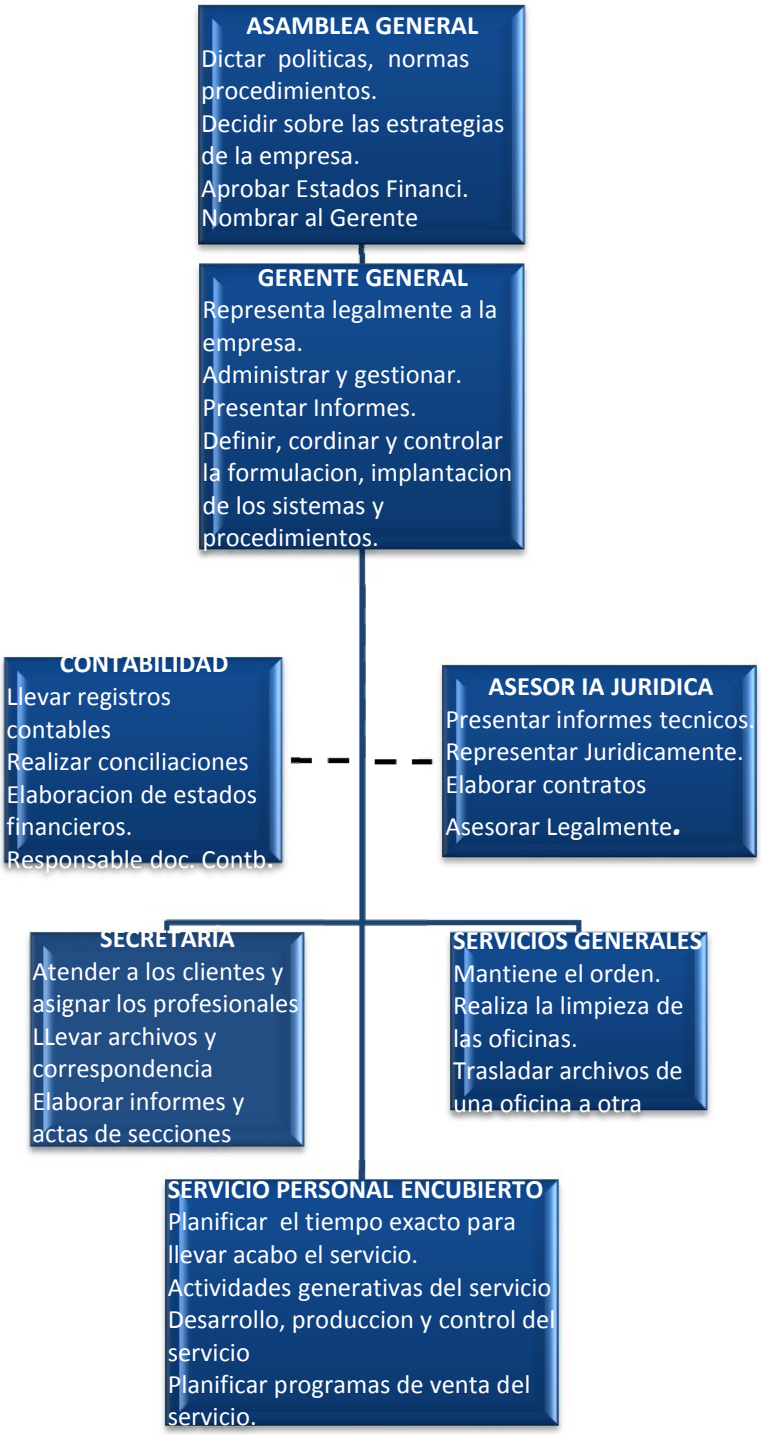
*	Nivel Legislativo
**	Nivel Directivo
***	Nivel Asesor
****	Nivel Auxiliar
*****	Nivel Operativo

Elaboración: El autor

g.3.2.2.2 Organigrama Funcional

Este es una singularidad del organigrama estructural, simboliza las funciones básicas de cada unidad administrativa de la empresa, iniciando por las más importantes y luego las de menor trascendencia y en cada uno de los niveles.

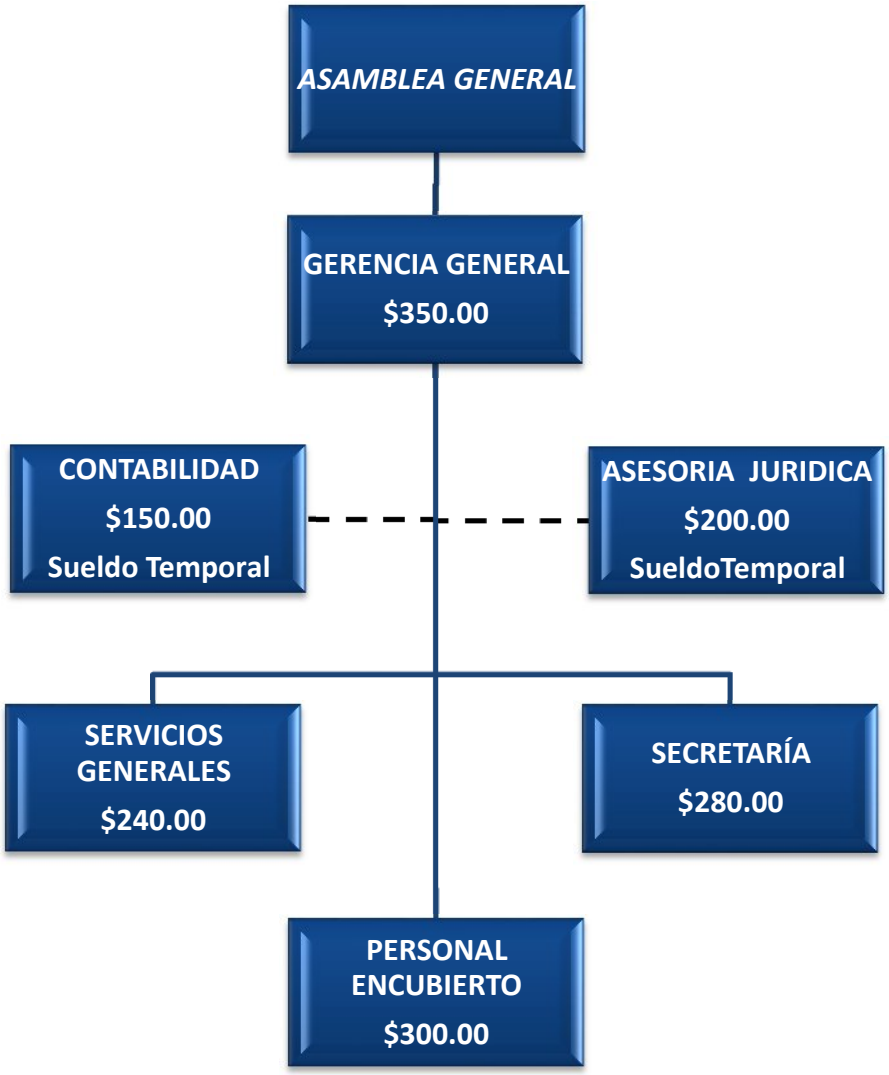
GRAFICO Nº 22
ORGANIGRAMA FUNCIONAL
"CDN INVESTINGS.A



g.3.2.2.3 Organigrama Posicional.

Este organigrama tiene la característica de presentar dentro de la división departamental cada uno de los sueldos que se asigna a las respectivas funciones.

GRAFICO Nº 23
ORGANIGRAMA POSICIONAL
EMPRESA *"CDN INVESTING"*



Elaboración: El autor

g.3.2.3 Manual de Funciones

En la organización de una empresa no es de aspecto prioritario el detallar los puestos de trabajo ni las funciones, pero es necesario organizarla adecuadamente, delimitando los niveles jerárquicos en especial las funciones que ejecutara cada uno de los miembros integrados a la empresa.

De esta manera, se a editado un manual apropiado a las características y condiciones de la empresa ***"CDN INVESTING"***, con lo cual se ganaría la posibilidad para que todos los integrantes del equipo empresarial conozcan con exactitud las funciones que deben desempeñar y como coordinar sus acciones para cumplir su trabajo eficaz y eficientemente.

NIVEL : LEGISLATIVO

TITULO DEL PUESTO : ASAMBLEA GENERAL DE SOCIOS

SUPERIOR INMEDIATO: NINGUNO

SUBALTERNOS : TODO EL PERSONAL

Naturaleza del trabajo:

La Junta General de Accionistas legalmente constituida, es el órgano supremo de la compañía; y, en consecuencia, tiene plenos poderes para resolver todos los asuntos relacionados con los negocios sociales así como el desarrollo de la empresa que no se hallen atribuidos a otros órganos de la compañía siendo su competencia lo suficiente:

Funciones Básicas:

- Definir políticas, normas y procedimientos generales que regirán durante la vida de la empresa
- Aprobar anualmente el presupuesto de la Empresa;

- Fijar la cuantía de los actos y contratos cuyo otorgamiento o celebración el Gerente General requiere autorización del Directorio; y la que requieran autorización de la Junta General de Accionistas, sin perjuicio de lo dispuesto en el Art. 12 de la Ley de Compañías;
- Autorizar al Gerente General el otorgamiento de poderes generales, de conformidad con la ley;

Funciones Periódicas:

- Nombrar el Presidente, al Gerente General, así como a los vocales principales y alternos del Directorio;
- Conocer y resolver todos los informes que presente el directorio y órganos de administración como los relativos a balances, reparto de utilidades, formación de reservas, administración;
- Resolver sobre el aumento o disminución de capital, prórroga de plazo, disolución anticipada, cambio de domicilio, de objeto social y demás reformas al Estatuto, de Conformidad con la ley de Compañías;
- Fijar las remuneraciones que perciban el Presidente, los vocales del Directorio y el Gerente General

Requisitos:

- Ser socios o dueños de acciones en la empresa

NIVEL JERARQUICO : EJECUTIVO

TITULO DEL PUESTO : GERENTE

SUPERIOR INMEDIATO: JUNTA GENERAL DE SOCIOS

SUBALTERNOS : TODO EL PERSONAL

Naturaleza del trabajo:

El Gerente General será elegido por la Junta General de Accionistas para un período de dos años. Puede ser reelegido indefinidamente; y, podrá tener o no la calidad de accionista. Ejercerá el cargo hasta ser legalmente reemplazado. El Gerente General será el Representante Legal de la Compañía. Además responderá por todas las actividades que se realicen en la empresa y las decisiones que sean tomadas a su nivel.

Funciones Básicas:

- Planificar, organizar, dirigir, ejecutar y controlar todas las actividades que se realicen en la empresa.
- Ejercer la representación judicial y extrajudicial de la empresa.
- Planificar la gestión empresarial, de acuerdo a las necesidades del servicio.
- Dirigir la gestión económico–financiera de la Empresa.
- Supervisar y controlar la marcha de cada una de las actividades de la empresa, como de las instalaciones en general
- Presentar a la Junta General de Accionistas el balance, el estado de pérdidas y ganancias y la propuesta de distribución de beneficios dentro de los tres meses siguientes al cierre del ejercicio económico.

Funciones Periódicas:

- Decidir los planes para las actividades generales de la empresa.

- Revisar los procedimientos de trabajo de oficina.
- Nombrar y controlar empleados cumpliendo con los requisitos legales y reglamentos del caso.
- Convocar a las funciones para coordinar las actividades de la empresa.
- Realizar inversiones, adquisiciones y negocios sin necesidad de la firma conjunta de su superior inmediato, hasta por el monto para el que está autorizado.
- Presentar anualmente informe de labores ante la Junta General de Accionistas;
- Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establece la Ley, el Estatuto y Reglamento de la Empresa, así como las que señale la junta General de Accionistas.

Horario de Trabajo

- Laborara ocho horas diarias

Requisitos:

- Poseer título en Administración de Empresas (Ing. Com.)

Experiencia:

- Tres años desempeñando funciones similares

NIVEL JERARQUICO : ASESOR

TITULO DEL PUESTO : ASESOR JURIDICO (Temporal)

SUPERIOR INMEDIATO: GERENTE GENERAL

SUBALTERNOS : NINGUNO

Naturaleza del trabajo:

El asesor jurídico tendrá que ver con la representación legal de la empresa y asesora sobre asuntos jurídicos.

Funciones Básicas:

- Aconseja, informa y recomienda al Directorio y Gerente General, conforme a las inquietudes o urgencias que estos presentaren en el desarrollo de sus funciones.
- Preparar los reglamentos, normas y regulaciones legales que sean necesarias en la empresa.
- Representar conjuntamente con el gerente en forma judicial y extrajudicial a la empresa.
- Preparación de documentación legal.
- Tramitación de contratos.

Funciones Periódicas:

- Absolver consultas, tanto internas como externas.
- Proponer acciones legales a favor de la empresa en los casos que sea requerido por la Gerencia.
- Provisión de documentos, interna y externamente
- Sustanciación de procesos legales.
- Asesorar en aspectos jurídicos al personal de la empresa.

Horario de Trabajo

- De acuerdo a los requerimientos de la empresa, por tanto será temporal.

Requisitos:

- Poseer título de Abogado o doctor en Jurisprudencia.

Experiencia:

- Dos años desempeñando funciones similares.

NIVEL JERARQUICO : ASESOR

TITULO DEL PUESTO : CONTADOR (Temporal)

SUPERIOR INMEDIATO: GERENTE GENERAL

SUBALTERNOS : NINGUNO

Naturaleza del trabajo:

Gestión contable, ejecución y funcionamiento del sistema contable de la empresa. Elaboración de estados financieros.

Funciones Básicas:

- Elaborar los documentos contable (comprobantes de ingreso y egreso).
- Definir los estados financieros de la empresa.
- Realizar el control contable de los ingresos y egresos con la debida oportunidad.

Funciones Periódicas:

- Declaración anual del impuesto a la Renta.
- Informar al gerente sobre anomalías que se presente en la contabilidad de la empresa.

Horario de Trabajo

- Ocho horas diarias

Requisitos:

- Poseer título de Licenciado en Contabilidad.

Experiencia:

- Dos años en funciones similares.

NIVEL JERARQUICO : AUXILIAR

TITULO DEL PUESTO : SECRETARIA

SUPERIOR INMEDIATO: GERENTE GENERAL

SUBALTERNOS : NINGUNO

Naturaleza del trabajo:

Representa un nivel de soporte, descongestión y ordenamiento, apoyar la gestión administrativa, así como el flujo de comunicaciones generadas en la Gerencia, especialmente las siguientes:

Funciones Básicas:

- Atender al público por requerimientos de la Gerencia.
- Manejar comunicaciones.
- Realizar y receptar llamadas telefónicas internas y externas de la empresa.
- Manejar y controlar los archivos de la Gerencia.
- Redactar actas de las sesiones del Directorio y la Junta General.
- Recibir y enviar correspondencia interna y externa.
- Llevar agenda de Gerencia para el control de documentos y actividades;
- Cuadrar caja diariamente
- Controlar el monto de los Ingresos y Egresos
- Realizar trasferencias autorizadas.

Funciones Periódicas:

- Atender requerimientos varios de la Gerencia.
- Controlar el pago de servicios básicos de la empresa Provisión de documentos, interna y externamente
- Registrar el consumo de suministros de oficina y pedir provisión de los mismos.

- Custodiar bajo su responsabilidad los dineros que se encuentran a su cargo, hasta cuando sea entregado a la autoridad superior.
- Informar al gerente sobre anomalías que se presentar en el cobro del servicio.

Horario de Trabajo

- Ocho horas diarias

Requisitos:

- Poseer título de Bachiller en Secretariado Bilingüe.

Experiencia:

- Dos años desempeñando funciones similares

NIVEL JERARQUICO : AUXILIAR

TITULO DEL PUESTO : CONSERJE

SUPERIOR INMEDIATO: GERENTE GENERAL

SUBALTERNOS : NINGUNO

Naturaleza del trabajo:

Dar apoyo a la gestión administrativo de los departamentos de la empresa recibiendo y entregando correspondencia interna y externa, y especialmente en:

Funciones Básicas:

- Realizar la entrega de correspondencia al interior de la empresa o fuera de ella;
- Agilitar trámites, gestionar disposiciones, cumplir y apoyar operativamente el trabajo administrativo de los diferentes departamentos;
- Atender los requerimientos del personal y cumplirlos puntualmente;
- Efectuar la limpieza de los ambientes de la empresa.
- Hacer la apertura y cierre diario de las puertas de la empresa.

Funciones Periódicas:

- Informar a los clientes sobre los servicios que brinda la empresa.
- Realizar actividades compatibles con los servicios generales.
- Informar al gerente sobre anomalías que se presenten en el mobiliario y equipo de la empresa.

Horario de Trabajo

- Ocho horas diarias

Requisitos:

- Poseer título de Bachiller

Experiencia:

- Tres meses de funciones similares.

NIVEL JERARQUICO : OPERATIVO

TITULO DEL PUESTO : PERSONAL ENCUBIERTO

SUPERIOR INMEDIATO: GERENTE GENERAL

SUBALTERNOS : NINGUNO

Naturaleza del trabajo:

Ejecución de las actividades generativas del servicio que ofrece la empresa están involucrados directamente con el desarrollo y control del mismo y tiene responsabilidad de la publicidad, promoción y venta del servicio dentro y fuera de la empresa.

Funciones Básicas:

- Planificar, coordinar, supervisar y ejecutar los programas de desarrollo del servicio dentro de la empresa cliente.
- Realizar análisis del servicio.
- Atender a los clientes y consolidar las ventas del servicio dentro de la empresa.
- Planificar, coordinar, supervisar y ejecutar los programas de ventas del servicio.
- Proponer el sistema de comercialización del servicio y planificar la publicidad del mismo.

Funciones Periódicas:

- Presentar informes periódicos al Gerente General sobre el desarrollo del servicio.
- Presentar informes periódicos al gerente sobre las ventas del servicio fuera de la empresa.
- Realizar y analizar pronósticos de ventas.
- Estudiar la situación del mercado a fin de incrementar clientes.
- Informar al gerente sobre anomalías que se presentar en el desarrollo del servicio.

- Cumplir con otras obligaciones compatibles a su profesión que le sean asignadas por sus superiores.

Horario de Trabajo

- Ocho horas diarias

Requisitos:

- Poseer título de Ingeniero Comercial; Licenciado en RR/HH; Tecnólogo en Marketing; Economista; Tecnólogo en Administración.
- Ser experto en producción y desarrollo de bienes y servicios.
- Tener título afines a Administración de Empresas.

Experiencia:

- Dos años desempeñando funciones similares a su profesión.

g.4) ESTUDIO ECONÓMICO

Para el desarrollo de este esta etapa del proyecto se tomó en consideración los requerimientos de los activos fijos, diferidos y circulantes que la empresa requerirá al momento de ponerse en marcha, los precios de las cotizaciones de todo el equipamiento que la empresa requiere.

Dicho estudio pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto.

g.4.1) Inversión del proyecto

Inversión significa la formación del capital desde el punto de vista económico, se entiende por capital el conjunto de bienes que sirven para producir otros

servicios, se incluye dentro del capital bienes heterogéneos como terrenos, instalaciones, maquinaria, equipos e inventarios.

Todos los bienes destinados a las labores productivas de un servicio forman parte del capital de la empresa. El termino inversión se refiere a las erogaciones o flujos negativos que ocurren al comienzo de la vida económica de un proyecto que representan desembolsos efectivos para la adquisición de activos de capital.

Para el desarrollo de este esta etapa del proyecto se tomó en consideración los requerimientos de los activos fijos, diferidos, capital circulante o de trabajo y los precios de las cotizaciones de todo el equipamiento que la empresa requiere al momento de ponerse en marcha.

g.4.2 Activos Fijos

Es el monto total de los bienes propios que tiene la empresa, estos se caracterizan por la larga duración de vida y son el complemento necesario para la operación normal de la empresa. Se consumen lentamente por su uso o por el transcurso del tiempo, y su recuperación se consigue mediante la depreciación:[36]

La empresa para realizar sus actividades cotidianas en la prestación de los servicios de personal encubierto, le serán necesario adquirir los siguientes activos fijos que se detallan en los cuadros que a continuación se indican.

g.4.2.1) Equipos de oficina

Se incluyen todos los valores correspondientes a máquinas de escribir, sumadoras, calculadoras que harán posible que las funciones administrativas se cumplan eficientemente.

[36]BENGOECHEA PUJOL, Bruno “Diccionario de Marketing”

La inversión inicial en el equipamiento de las oficinas de la empresa es de $ 950.00; El desglose de esta inversión es la siguiente: Se adquirirán 5 teléfonos inalámbricos para cada una de las oficinas, indispensables en este tipo de empresa, a su vez se comprara una copiadora EPSON para sacar copias de todos los documentos que serán archivados, informes finales, contratos y otros que deberán tener duplicado.

CUADRO Nº 36
EQUIPOS DE OFICINA

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
5	Teléfonos Inalámbricos LG	$ 50,00	$ 250,00
1	Copiadora EPSON	$ 700,00	$ 700,00
		TOTAL	**$ 950,00**

Fuente: Proformas de Almacenes MASTER PC.
Elaboración: El autor

g.4.2.2) Equipos de computación

La inversión inicial en equipos de computación suma un total de $ 5.143.00, el desglose de esta inversión es la siguiente: se compraran 3 equipos completos de computación de marca LG (incluido impresoras) para las oficinas del gerente, secretaria y para la oficina compartida en la que trabajaran temporalmente el asesor jurídico y el contador; se considera imprescindible también el adquirir 5 computadoras portátiles que servirán al personal encubierto para la recolección de información en el desarrollo del servicio en la empresa cliente, en el caso de venta del servicio para ingresar la información del cliente al sistema.

CUADRO Nº 37
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
3	Equipos de computación LG de escritorio	$ 956,00	$ 2.868,00
5	Computadoras portátiles LG	$ 455,00	$ 2.275,00
		TOTAL	**$ 5.143,00**

Fuente: Proformas de Almacenes MASTER PC
Elaboración: El autor

g.4.2.3) Muebles y Enseres

Comprende todos los bienes que se necesitan en la planta misma yen las oficinas de administración y ventas para su adecuación, entre estos están: escritorios, mesas, sillas, butacas, archivadores, etc. Para sacar el presupuesto de este rubro se tomó en cuenta el tamaño de la empresa.

El presupuesto que se tiene previsto para el rubro de muebles y enseres es de $1806.00 desglosado de la siguiente manera: de 1 escritorios y 1 silla tipo gerente que será instalados en la oficina del gerente de la empresa, 10 escritorios de madera y 10 sillas fijas de cuerina para cada una de las oficinas; también se adquirirá un juego de muebles para la sala de espera dándole comodidad del cliente al momento de esperar la atención; se tendrá en cuenta la compra de 2 sofás de cuerina para las oficinas de la secretaria y el gerente; se adquirirá una mesa metálica larga y 10 sillas de plástico para la oficina de reuniones; 2 archivadores metálicos que serán ubicados en la oficina compartida en donde se encontraran los documentos como contratos del servicio y del personal y 3 muebles para cada una de las computadoras que se adquirieron.

CUADRO Nº 38
MUEBLES Y ENSERES

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Escritorio tipo gerente	$ 70,00	$ 70,00
1	Silla giratoria tipo gerente	$ 26,00	$ 26,00
10	Escritorios de madera	$ 50,00	$ 500,00
10	Sillas fijas de cuerina	$ 20,00	$ 200,00
1	Juego de Sala	$ 400,00	$ 400,00
2	Sofás de cuerina	$ 50,00	$ 100,00
1	Mesa metálica larga	$ 80,00	$ 80,00
10	Sillas de plástico	$ 5,00	$ 50,00
2	Archivadores de 5 gavetas	$ 100,00	$ 200,00
3	Muebles para computadora	$ 60,00	$ 180,00
		TOTAL	**$ 1.806,00**

Fuente: Proformas de comercial COLINEAL.
Elaboración: El autor

g.4.2.4) Detalle de Activos Fijos

La inversión que se realizara en activos fijos o denominados tangibles suman un total de $7.899,00 siendo el desglose de la inversión la siguiente: Equipos de oficina $950.00;
Equipos de Computación $5143.00; Muebles y Enseres $1.806.00

CUADRO Nº 39
DETALLE DE ACTIVOS FIJOS

DETALLE	VALOR
Equipos de oficina	$950.00
Equipos de Computación	$5.143.00
Muebles y Enseres	$1.806.00
TOTAL	**$7.899.00**

Fuente: Cuadros nº 36, 37, 38
Elaboración: El autor

g.4.3) Activos Diferidos

Son conocidos como intangibles y tienen como característica estar sujetos a amortizaciones, en este caso los 5 años que tiene de vida útil la empresa. Es la agrupación de los diferentes valores que comprenden de los costos acumulados en la base de la formulación e implementación de los proyectos.[37]

g.4.3.1 Obras de Acondicionamiento

La inversión inicial para la adecuación de las oficinas es de un total de $ 576.00 el desglose de esta inversión es la siguiente: se realizara 5 divisiones de madera en la oficina del personal encubierto se realizara el pintado de todas las oficinas y la decoración en la cual se incluyen lámparas, cerámicas, cortinas, floreros.

[37]BENGOECHEA PUJOL, Bruno "Diccionario de Marketing"

CUADRO Nº 40
ADECUACIONES DE LAS OFICINAS

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
5	Tabiques divisionales de madera	$ 45,20	$ 226,00
1	Pintado de oficinas	$ 100,00	$ 100,00
1	Decoración de oficinas	$ 250,00	$ 250,00
		TOTAL	**$ 576,00**

Fuente: Proformas de comercial Galtor; Artevid, la Casa del Arte, Decomaderas.
Elaboración: El autor

g.4.3.2) Detalle de Activos Diferidos

La empresa para dichos pagos se ha reservado la cantidad de$1171,8 compuesta principalmente por la inversión en adecuación de oficinas, por los gastos que se realizaron en el estudio de pre- factibilidad, los gastos de constitución de la sociedad anónima que consistirá en trámites como el pago de abogados etc. También se incluyó la movilización y trasporte que se realizó al momento de hacer todo tipo de tramite; la capacitación que pueda tener el personal al momento de iniciarse en la empresa y finalmente los imprevistos que se tengan en el momento de Instalar la empresa que es el 5% de la suma de los gastos anteriores. El detalle se lo realiza en el siguiente cuadro:

CUADRO Nº 41
DETALLE DE INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS

DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Estudios de pre-factibilidad	$ 180,00	$ 180,00
Gastos de constitución	$ 190,00	$ 190,00
Gastos de movilización	$ 50,00	$ 50,00
Capacitación del personal	$ 100,00	$ 100,00
Adecuación de la oficinas	$576.00	$567.00
Imprevistos 5%	$ 55,80	$ 55.,80
Total		**$ 1.143,00**

Fuente: cuadro nº 40
Elaboración: El autor

g.4.4) Activos Circulantes

g.4.4.1) Gastos Administrativos

Los gastos administrativos se establecieron para un mes, por conceptos de arriendo de las oficinas, agua potable, energía eléctrica, teléfono, mantenimiento de los bienes, suministros de oficina y otros gastos, se tomó los precios de Enero de 2010.

g.4.4.1.1) Servicios Básicos

Dentro de este rubro podemos encontrar los servicios básicos con una inversión de $ 78.60 que se utilizaran dentro de la empresa para gastos en consumo de teléfono, agua potable y luz eléctrica, que se lo calculo tomando en cuenta, el valor unitario a pagar de cada servicio según su medición y se procedió a sacar el valor total de lo que se gastará en la Empresa.

CUADRO Nº 42
SERVICIOS BÁSICOS

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
300	Teléfono (minutos)	$ 0,17	$ 51,00	$ 612,00
20	Agua (metros cúbicos)	$ 0,08	$ 1,60	$ 19,20
40	Luz (Kilovatios)	$ 0,65	$ 26,00	$ 312,00
		TOTAL	**$ 78,60**	**$ 943,20**

Fuente: EERS, UMAPAL, PACIFICTEL
Elaboración: El autor

g.4.4.1.2) Suministros de oficina

En los gastos administrativos también se incluyen los suministros de oficina que representan los diferentes materiales y útiles que se utilizarán en las actividades de la oficina, con un total de $ 64.50 los cuales servirán principalmente para llevar a cabo las actividades de venta del servicio en la empresa y se distribuirán en las diferentes oficinas para realizar de una manera efectiva todo lo relacionado a la actividad de la empresa.

CUADRO Nº 43
SUMINISTROS DE OFICINA

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
1	Caja de Esferográficos	$ 3,00	$ 3,00	$ 36,00
1	Resma de Papel bond	$ 1,50	$ 1,50	$ 18,00
1	Caja de Marcadores	$ 4,00	$ 4,00	$ 48,00
1	Caja de Carpetas	$ 3,50	$ 3,50	$ 42,00
2	Cartuchos con tinta para impresoras	$ 5,50	$ 11,00	$ 132,00
2	Cajas de Grapas	$ 1,50	$ 3,00	$ 36,00
2	Cajas de Clips	$ 1,50	$ 3,00	$ 36,00
3	Sellos	$ 3,50	$ 10,50	$ 126,00
2	Grapadora tipo pistola	$ 6,50	$ 13,00	$ 156,00
2	Perforadoras	$ 6,00	$ 12,00	$ 144,00
		TOTAL	**$ 64,50**	**$ 774,00**

Fuente: Proforma La Reforma
Elaboración: El autor

g.4.4.1.3Útiles de Limpieza

Son los elementos básicos, necesarios de cada ser humano y son de suma importancia dentro de una empresa.

La inversión en útiles de limpieza tiene un total de $ 29.80 los cuales le servirán al conserje para tener listas las oficinas al momento de empezar a laborar dentro de las mismas, estos se los tomo en cuenta en base a la necesidad y tamaño de la empresa.

CUADRO Nº 44
UTILES DE LIMPIEZA

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
1	Escoba	$ 1,00	$ 1,00	$ 12,00
1	Trapeador	$ 1,50	$ 1,50	$ 18,00
1	Recogedor	$ 1,00	$ 1,00	$ 12,00
1	Galón de Ambiental	$ 2,50	$ 2,50	$ 30,00
1	Galón de desinfectante	$ 2,30	$2,30	$ 27,60
8	Recipientes para Basura	$ 1,20	$ 9,60	$ 115,20
3	Escobillas	$ 0,80	$2,40	$ 28,80
2	Frascos Limpiadores para computadoras	$ 2,00	$ 4,00	$ 48,00
3	Metros de franela	$ 1,50	$ 4,50	$ 54,00
2	Baldes plásticos	$ 0,50	$ 1,00	$ 12,00
		TOTAL	**$ 29,80**	**$ 357,60**

Fuente: Proformas de comercial Romar
Elaboración: El autor

g.4.4.1.4 Arriendo del inmueble

Como la empresa no tiene instalaciones propias será necesario arrendar un inmueble, por lo tanto se cotizó en el lugar de la decisión de localización y el mismo tendrá un costo por año de $3.600.00 debido a su ubicación y acabado.

CUADRO Nº 45
INVERSIÓN EN ARRIENDO DEL INMUEBLE

DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Arriendo de Inmueble	$ 300,00	$ 300,00	$ 3.600,00
Total			**$ 3.600,00**

Fuente: Edificio Brito
Elaboración: El autor

g.4.4.1.5 Gasto de Venta

Son todos los gastos relacionados con la venta del servicio, por ejemplo promoción y publicidad

g.4.4.1.5.1 Publicidad

Para los gastos de publicidad se cotizo en los medios principales de comunicación y de lo cual se determinó que se anunciara los servicios de la empresa de Personal y cliente encubierto “CDN INVESTING”, en el diario la hora se realizara cuatro publicaciones mensuales y en televisión se pasaran seis Spots publicitarios, el costo mensual de publicidad será de$ 317.00

CUADRO Nº 46
PUBLICIDAD

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
100	Tarjetas comerciales y volantes	$ 0,20	$ 20,00
1	Página web	$ 2,00	$ 2,00
1	Páginas amarillas de directorios telefónicos	$ 3,00	$ 3,00
4	Spots publicitarios prensa escrita	$ 8,00	$ 32,00
6	Spots publicitarios radial	$ 30,00	$ 180,00
1	Rotulo metálico	$ 80,00	$ 80,00
TOTAL			**$ 317,00**

Fuente: Medios de comunicación
Elaboración: El autor

g.4.4.1.6 Sueldos

La inversión en sueldos del personal administrativo y operativo se la realizo tomando en cuenta los siguientes puestos de trabajo, un gerente, una secretaria, un asesor jurídico temporal, un contador temporal, un conserje, y el personal encubierto que va a desarrollar el servicio en la empresa cliente, una vez que se desarrolló la ingeniería del proyecto se recomendó que se creara cada una de estas funciones, puesto que sin este requerimiento estructural funcional básico la empresa presentaría problemas de organización, es por este motivo que el presupuesto que se ha diseñado consta de tales puestos de trabajo.

El presupuesto mensual de la inversión en lo referente a sueldos para personal administrativo asciende a la suma de $ 1.494,85 y para el operativo 3,939.50 todo el personal administrativo y operativo contará con su sueldo más todos los beneficios de ley.

CUADRO Nº 47
ROL ADMINISTRATIVO

CANTIDAD	PUESTO	SUELDO BÁSICO	DÉCIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	APORTE PATRONAL	VALOR MENSUAL	VALOR DE NÓMINA MENSUAL	VALOR ANUAL
1	GERENTE	$ 350,00	$ 20,00	$ 29,17	$ 14,58	$ 42,53	$ 456,28	$ 456,28	$ 5.475,30
1	SECRETARIA	$ 280,00	$ 20,00	$ 23,33	$ 11,67	$ 34,02	$ 369,02	$ 369,02	$ 4.428,24
1	ASESOR JURIDICO	$ 200,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 200,00	$ 200,00	$ 2.400,00
1	CONTADOR	$ 150,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 150,00	$ 150,00	$ 1.800,00
1	CONSERJE	$ 240,00	$ 20,00	$ 20,00	$ 10,00	$ 29,16	$ 319,16	$ 319,16	$ 3.829,92
TOTALES			$ 60,00	$ 72,50	$ 36,25	$ 105,71	$ 1.494,46	$ 1.494,46	$ 17.933,46

Elaboración: El autor

CUADRO Nº 48
ROL OPERATIVO

CANTIDAD	PUESTO	SUELDO BÁSICO	DÉCIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	APORTE PATRONAL	VALOR MENSUAL	VALOR DE NÓMINA MENSUAL	VALOR ANUAL
10	Personal encubierto	$ 300,00	$ 20,00	$ 25,00	$ 12,50	$ 36,45	$ 393,95	$ 3.939,50	$ 47.274,00
TOTALES			$ 20,00	$ 25,00	$ 12,50	$ 36,45	$ 393,95	$ 3.939,50	$ 47.274,00

Elaboración: El autor

g.4.4.1.7 Detalle de Activos Circulantes

La inversión que se realizara en activos circulantes para un mes, suman un total de $6370.86 siendo el desglose de la inversión la siguiente: Servicios Básicos $78.06;
Suministros de oficina $56.00; Útiles de limpieza $28.40; Arriendo del inmueble $300.00; Gastos en Publicidad $317.00; Sueldo personal administrativo $727.85 y sueldos personal operativo $3875.00.

CUADRO Nº 49
DETALLE DE ACTIVOS CIRCULANTES

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Servicios Básicos	$78.60	$ 943.20
Gastos de publicidad	$317.00	$3.804,00
Suministros de Oficina	$64.50	$ 774.00
Útiles de Limpieza	$29.80	$ 357.00
Arriendo del Inmueble	$300.00	$ 3.600,00
Sueldos Personal Administrativo	$1494.46	$ 17.993,46
Sueldos Personal Operativo	$3.939.50	$ 47.274,00
TOTAL	**$6.223,86**	**$ 74. 746,26**

Fuente: Cuadros nº 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48
Elaboración: El autor

g.4.1.4 Resumen de la Inversión del Proyecto

Comprende todas aquellas inversiones que representan valores en movimiento en las operaciones normales de un negocio. En este caso para los gastos mensuales que requiere la empresa, sin considerar las depreciaciones y amortizaciones ya que no constituyen valores efectivos a pagar.
En el siguiente cuadro mostramos el detalle de las inversiones que realizara la empresa para su primer mes de funcionamiento que suma un total de $ 15,161.66, lo cual se describió anteriormente para cada uno de los rubros establecidos como son activos fijos la cantidad de 7619.00 para activo diferido

la suma de 1171.8 y para activo circulante de $ 6,370.86. Después de este periodo la empresa empezará a generar sus propios recursos.

CUADRO Nº 50
RESUMEN DE LA INVERSIÓN

DETALLE	VALOR MENSUAL
Activos Fijos	
Muebles y Enseres	$1.806,00
Equipos de Computación	$5.143,00
Equipos de oficina	$950,00
Sub total	**$7.899,00**
Activos Diferidos	
Estudios de pre-factibilidad	$ 180,00
Gastos de constitución	$ 190,00
Gastos de movilización	$ 50,00
Capacitación del personal	$ 100,00
Imprevistos 5%	$ 55,80
Obras de Acondicionamiento	$ 567.00
Sub total	**$1.143,00**
Activos Circulantes (1mes)	
Servicios Básicos	$78.60
Suministros de Oficina	$64.50
Útiles de Limpieza	$29.80
Arriendo del Inmueble	$300.00
Gastos en Publicidad	$317.00
Sueldos Personal Administrativo	$1494.46
Sueldos Personal Operativo	$3939.50
Sub total	**$6.223,86**
Inversión Total	**$15,265.86**

Fuente : Cuadro 39, 41, 49
Elaboración: El autor

g.5) FINANCIAMIENTO

Dentro de este estudio se indicara las fuentes de recursos financieros necesarios para la ejecución y funcionamiento del proyecto.

Al determinar el financiamiento del proyecto se tomó en cuenta dos fuentes:

g.5.1) Fuentes internas

El**67.25%** del total de la inversión que corresponde a **$ 10.265,86** fue financiado con aportaciones de los socios o capital propio.

g.5.2) Fuentes externas

Para poder desarrollar este proyecto se hace necesario solicitar un préstamo que corresponde al 32.75% del total de la inversión, es decir fuentes externas de financiamiento por lo que se decidió trabajar con el Banco de Loja con su línea de crédito especial, el mismo que tendrá un monto de **$5.000.00** con un plazo de **36** meses con un interés del **12%** que servirá para financiar el presente proyecto.

CUADRO Nº 51
FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

ESPECIFICACIÓN	Capital Propio	Capital Financiado Interés 12%	Porcentaje
Préstamo Banco de Loja		$5.000,00	32.75%
Capital Propio	$ 10.265,86		67.25%
Total		$ 15.265.86	100%

Elaboración: el autor

g.5.3) Estructura de costos y establecimiento de ingresos del proyecto

Se puede definir a los costos como al desembolso realizado cuando se ponga en marcha el proyecto es decir; el costo de servicios del personal profesional entre otros, los cuales pueden ser fijos, variables, semivariables, totales.

Para poder desarrollar eficazmente el proceso de brindar el servicio, se considera, costo del servicio, Gastos Administrativos, Gastos Generales, Financieros y de Ventas para cada uno de los periodos.

El presupuesto de operación es el proceso que distribuye los diferentes gastos que deberán efectuarse durante los 5 años de vida útil del proyecto.
Los gastos corresponden a los costos del servicio de operación y financiero, es decir se los elabora con la finalidad de determinar la proyección de los valores futuros que intervienen en la vida útil del proyecto.

Se proyecta para los 5 años tomando en consideración que los costos se elevarían en un 3.33% según la inflación anual octubre del 2010, y en los sueldos un 10% de incremento.

En el siguiente cuadro se detalla cada uno de los rubros presupuestados:

CUADRO Nº 52
ESTRUCTURA DE COSTOS

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO PRIMO					
Empleados encubiertos	$47,274.00	$ 78.002,10	$ 114.403,08	$ 157.304,24	$ 207.641,59
COSTO INDIRECTO DE SERVICIO					
Depreciación de equipos de cómputo 5 portátiles	$ 508,08	$ 508,08	$ 508,08	**$ 524,85**	**$ 524,85**
Depreciación de muebles y enseres	$ 125,03	$ 125,03	$ 125,03	$ 125,03	$ 125,03
Suministros de oficina 23%	$ 41,31	$ 43,54	$ 45,90	$ 48,38	$ 51,00
Total Costo operativo	$ 47.948,42	$ 78.678,76	$ 115.082,09	$ 158.002,50	$ 208.342,47
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos	$ 17.933,46	$ 19.726,81	$ 21.699,49	$ 23.869,44	$ 26.256,38
Suministros de Oficina 77%	$ 137,69	$ 142,24	$ 146,93	$ 151,78	$ 156,79
Útiles de limpieza	$ 88,60	$ 93,39	$ 98,45	$ 103,77	$ 109,39
Amortización de diferidos	$ 228,60	$ 228,60	$ 228,60	$ 228,60	$ 228,60
Depreciación de Activos Fijos	$ 763,53	$ 763,53	$ 763,53	$ 784,67	$ 784,67
Arriendo del Local	$ 3.600,00	$ 3.794,76	$ 4.000,06	$ 4.216,46	$ 4.444,57
Servicios Básicos	$ 506,64	$ 534,05	$ 562,94	$ 593,40	$ 625,50
Total Gastos Administrativos	$ 23.258,52	$ 25.283,37	$ 27.499,99	$ 29.948,11	$ 32.605,89
GASTOS DE VENTA					
Publicidad	$ 2.649,00	$ 2.792,31	$ 2.943,37	$ 3.102,61	$ 3.270,46
Total Gasto de Venta	$ 2.649,00	$ 2.792,31	$ 2.943,37	$ 3.102,61	$ 3.270,46
GASTO FINANCIERO					
Interés de préstamo	$ 520,78	$ 334,08	$ 123,71		
Total Gasto Financiero	$ 520,78	$ 334,08	$ 123,71		
TOTAL DE COSTOS	**$ 74.376,72**	**$107.088,53**	**$145.649,17**	**$191.053,22**	**$244.218,82**

Fuente: Cuadro Nº 50
Elaborado: El autor

g.5.4) Costo Unitario del servicio

Para calcular los costos unitarios del servicio, se establece la relación entre el costo total y el número de servicios que tendrá la empresa anualmente, para lo cual se aplicó la siguiente fórmula:

Uno de los objetivos de la contabilidad de costos es la determinación de los costos unitarios del servicio los cuales detallan en el siguiente cuadro.

CUADRO Nº 53
COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN

Años	Costo Total Del Servicio	Numero de Servicios Anuales	Costo Unitario del Servicio
1	$74.376,72	120	$ 619,81
2	$107.088,53	180	$ 594.94
3	$ 145.649,17	240	$ 606.87
4	$191.053,02	300	$ 636.84
5	$244.218,82	360	$ 678.39

Fuente: Cuadro Nº 52
Elaborado: El Autor.

g.5.5) Precio de Venta del Servicio

Para realizar el cálculo del precio de venta del servicio se toma el costo unitario del mismo al cual agregaremos un margen de utilidad, obteniendo el precio de venta con la fórmula:

. .= +

Lo cual se detalla en el siguiente cuadro para los 5 años de vida del proyecto.

CUADRO Nº 54
PRECIO DE VENTA DEL SERVICIO

Años	Costo Unitario del Servicio	Margen de Utilidad	Precio de Venta del Servicio
1	$ 619,81	4,6 %	$ 650
2	$ 594.94	9.12%	$ 650
3	$ 606.87	15.24%	$ 700
4	$ 636.84	9.48%	$ 700
5	$ 678.39	3.13%	$ 700

Fuente: Cuadro Nº 53
Elaborado: El Autor

g.5.6) Ingreso Anuales por Venta del Servicio

En el proyecto los ingresos que se genere serán específicamente por la venta del servicio de personal o cliente encubierto en este caso para determinar el ingreso anual por ventas, se multiplica el precio de venta al público por el

número de servicios prestados , todo mediante la aplicación de la siguiente fórmula:

. . = *

A continuación se presenta el detalle de los ingresos anuales que se obtendrá por la venta del servicio para los 5 años de vida útil del proyecto.

CUADRO Nº 55
INGRESOS POR VENTA DEL SERVICIO

AÑO	SERVICIOS	PRECIO DE VENTA	INGRESOS TOTALES
1	120	$ 650	$ 78.000
2	180	$ 650	$ 117.000
3	240	$ 700	$ 168.000
4	300	$ 700	$ 210.000
5	360	$ 700	$ 252.000

Fuente: Cuadro Nº 54
Elaborado: El Autor

g.5.7) Estado de Pérdidas y Ganancias

La finalidad del análisis del estado de resultados o de pérdidas y ganancias es calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto que son en forma general, el beneficio real de la operación de la empresa.

El estado de pérdidas y ganancias es un estado financiero que tiene como objetivo definir las bondades de un proyecto, presentando los resultados de ingresos y costos durante un determinado periodo de tiempo, mostrando así las utilidades o pérdidas sufridas en un ejercicio económico.

El procedimiento seguido para determinar la utilidad o perdida del proyecto es la siguiente: A los ingresos por ventas se le resta los costos del servicio los de operación, obteniendo la utilidad operacional, a este valor se le disminuye el 15% de reparto de utilidades a los trabajadores, a este resultado se le resta el

25% del impuesto a la renta y el 10% de reserva legal con lo cual se obtiene finalmente se obtiene la utilidad líquida.

En el siguiente cuadro se detalla el estado de pérdidas y ganancias para los 5años de vida útil del proyecto.

CUADRO Nº 56
ESTADO DE PERDIDAS Y GANACIAS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Ingreso por Venta del servicio	$ 78.000,00	$ 117.000,00	$ 168.000,00	$ 210.000,00	$ 252.000,00
(=) Total ingresos por venta	**$78.000,00**	**$117.000,00**	**$168.000,00**	**$210.000,00**	**$252.000,00**
(-) Costos Operativo	$ 47.948,42	$ 78.678,76	$ 115.082,09	$ 158.002,50	$ 208.342,47
(=) Utilidad en Ventas	**$30.051,58**	**$38.321,24**	**$ 52.917,91**	**$51.997,50**	**$43.657,53**
(-) Gastos Administrativos	$ 23.258,52	$ 25.283,37	$ 27.499,99	$ 29.948,11	$ 32.605,89
(-) Gastos de Venta	$ 2.649,00	$ 2.792,31	$ 2.943,37	$ 3.102,61	$ 3.270,46
(=) Utilidad antes de Intereses	**$ 4.144,06**	**$ 10.245,56**	**$ 22.474,54**	**$ 18.946,78**	**$ 7.781,18**
(-) Gasto Financieros	$ 520,78	$ 334,08	$ 123,71		
(=) Utilidad antes de dividendos a trabajadores	**$ 3.623,28**	**$ 9.911,47**	**$ 22.350,83**	**$ 18.946,78**	**$ 7.781,18**
(-) 15% Utilidad a trabajadores	$ 543,49	$ 1.486,72	$ 3.352,62	$ 2.842,02	$ 1.167,18
(=) Utilidad antes de Impuesto Renta	**$ 3.079,78**	**$ 8.424,75**	**$ 18.998,21**	**$ 16.104,77**	**$ 6.614,00**
(-) 25% Impuesto a la Renta	$ 769,95	$ 2.106,19	$ 4.749,55	$ 4.026,19	$ 1.653,50
(=) Utilidad antes de Reservas	**$ 2.309,84**	**$ 6.318,56**	**$ 14.248,66**	**$ 12.078,57**	**$ 4.960,50**
(-) 10% Reserva Legal	$ 230,98	$ 631,86	$ 1.424,87	$ 1.207,86	$ 496,05
(-) 5% Reserva Estatutaria	$ 115,49	$ 315,93	$ 712,43	$ 603,93	$ 248,03
(=) Utilidad para accionistas	**$ 1.963,36**	**$ 5.370,78**	**$ 12.111,36**	**$ 10.266,79**	**$ 4.216,43**

Elaborado: El Autor

g.5.6) Costos Fijos y Variables

En el presente proyecto, fue necesario determinar cómo los costos incurren en el proceso de brindar el servicio, para lo cual se clasifico los costos fijos y costos variables.

g.5.6.1) Costo Fijo: Son aquellos que se mantienen constantes durante el periodo completo de producción del servicio, estos no cambian con el volumen total de las ventas o la cantidad de modificaciones que se realizan en el servicio, con respecto a un nivel del servicio relevante.

g.5.6.2) Costo Variable: Son aquellas erogaciones de dinero que efectúa la empresa para financiar el servicio ofrecido, por lo tanto está en relación directa con el volumen de usuarios, esto es que si existe un aumento de los usuarios, el costo variable aumente y si el número de usuarios disminuye el costo variable disminuye.

En el siguiente cuadro se detalla la clasificación de costos para los 5 años de vida útil del proyecto.

CUADRO Nº 57
CLASIFICACIÓN DE COSTOS

RUBROS	AÑO 1		AÑO 3		AÑO 5	
	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable
COSTO PRIMO						
Empleados encubiertos		$47,274		$114.403,08		$207.641,59
COSTO INDIRECTO DE SERVICIO						
Depreciación de Equipos de Cómputo 5 portátiles	$508,0833333		$508,0833333		$524,8500833	
Depreciación de Muebles y Enseres	$125,0307692		$125,0307692		$125,0307692	
Suministros de oficina 23%		$41,31		$45,90		$51,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS						
Sueldos	$17.933,46		$21.699,49		$26.256,38	
Suministros de Oficina 77%	$137,69		$146,93		$156,79	
Útiles de limpieza	$88,60		$98,45		$109,39	
Amortización de diferidos	$228,60		$228,60		$228,60	
Depreciación de Activos Fijos	$763,53		$763,53		$784,67	
Arriendo del Local	$3.600,00		$4.000,06		$4.444,57	
Servicios Básicos	$506,64		$562,94		$625,50	
GASTOS DE VENTA						
Publicidad	$2.649,00		$2.943,37		$3.270,46	
GASTO FINANCIERO						
Interés de préstamo	$383,50		$88,64		$0,00	
TOTAL DE COSTOS	**$27.061,42**	**$47.315,31**	**$31.200,19**	**$114.448,98**	**$36.526,23**	**$207.692,59**

Fuente: cuadro nº 52
Elaborado: el Autor

g.5.6) Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio ocurre cuando de igualan los costos totales con los ingresos totales y quiere decir que en este punto no existe ni perdidas ni ganancias, se caracteriza por ser una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos y costos variables y los beneficios, tomando en cuenta que no es una técnica para evaluar la rentabilidad de una inversión, si no que solo es una importante referencia que debe tenerse en cuenta.

El punto de equilibrio puede calcularse en función a las ventas y en función de la capacidad instalada representad mediante la grafica.
Para el efecto deben estar clasificados los costos totales en fijos y variables

Punto de equilibrio para el Primer año

Método Matemático

- **En función de las ventas año 1**

$$= \frac{\quad}{\quad}$$

$$= \frac{\$27.061,42}{1 - \frac{\$\quad .}{\$\quad .}},$$

$$= 68.789,69$$

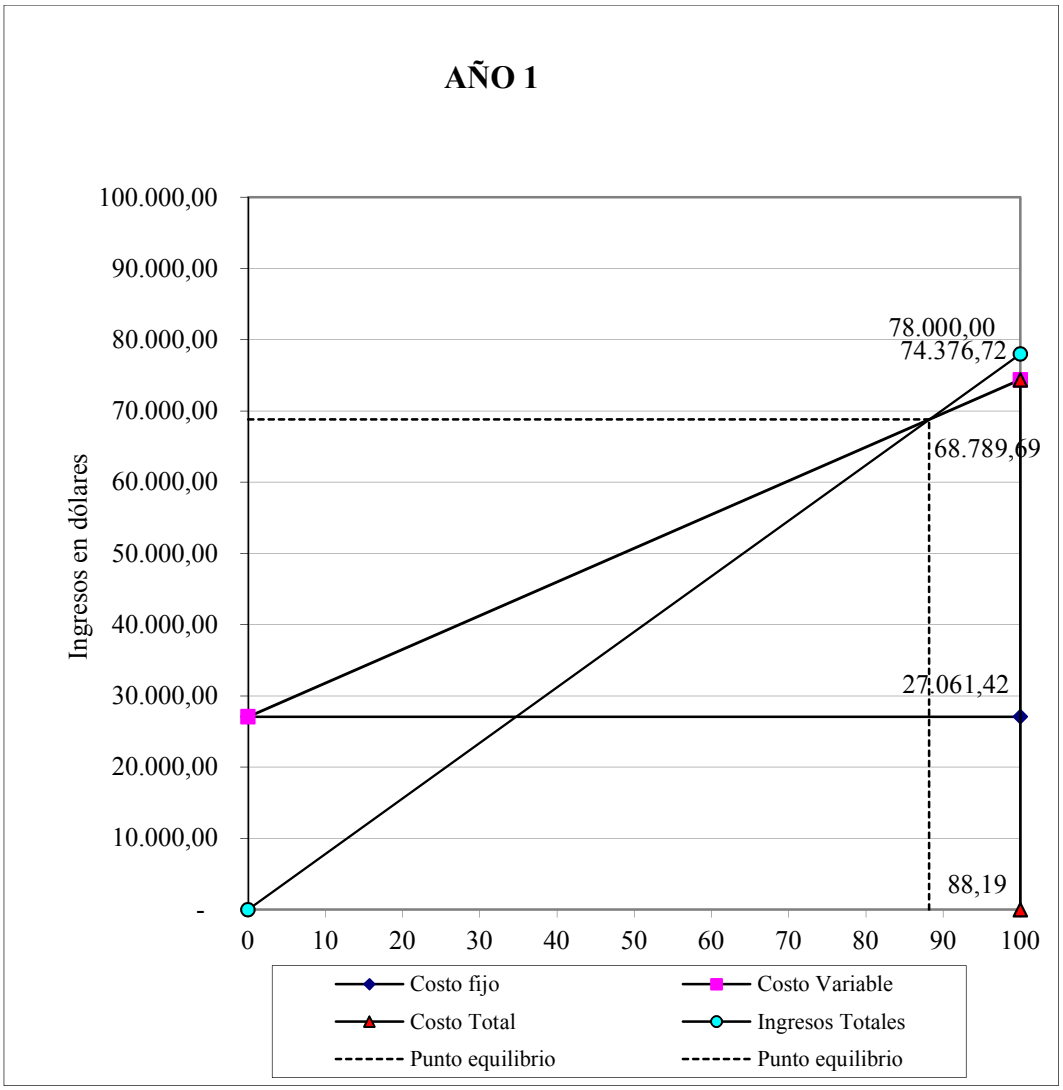
- **En función de la Capacidad Instalada Año 1**

$$= \frac{\quad}{\quad} \%$$

$$= \frac{\$27.061,42}{\$\,78.000 - \$47.315,31} \text{X } 100\%$$

$$= 88.19\%$$

GRAFICO Nº 24
PUNTO DE EQUILIBRIO



Fuente: Cuadro 57
Elaboración: El autor

Punto de equilibrio para el Tercer año

Método Matemático

- **En función de las ventas año 3**

$$= \frac{\$31.200,19}{1 - \frac{\$\quad .}{\$\quad .}}$$

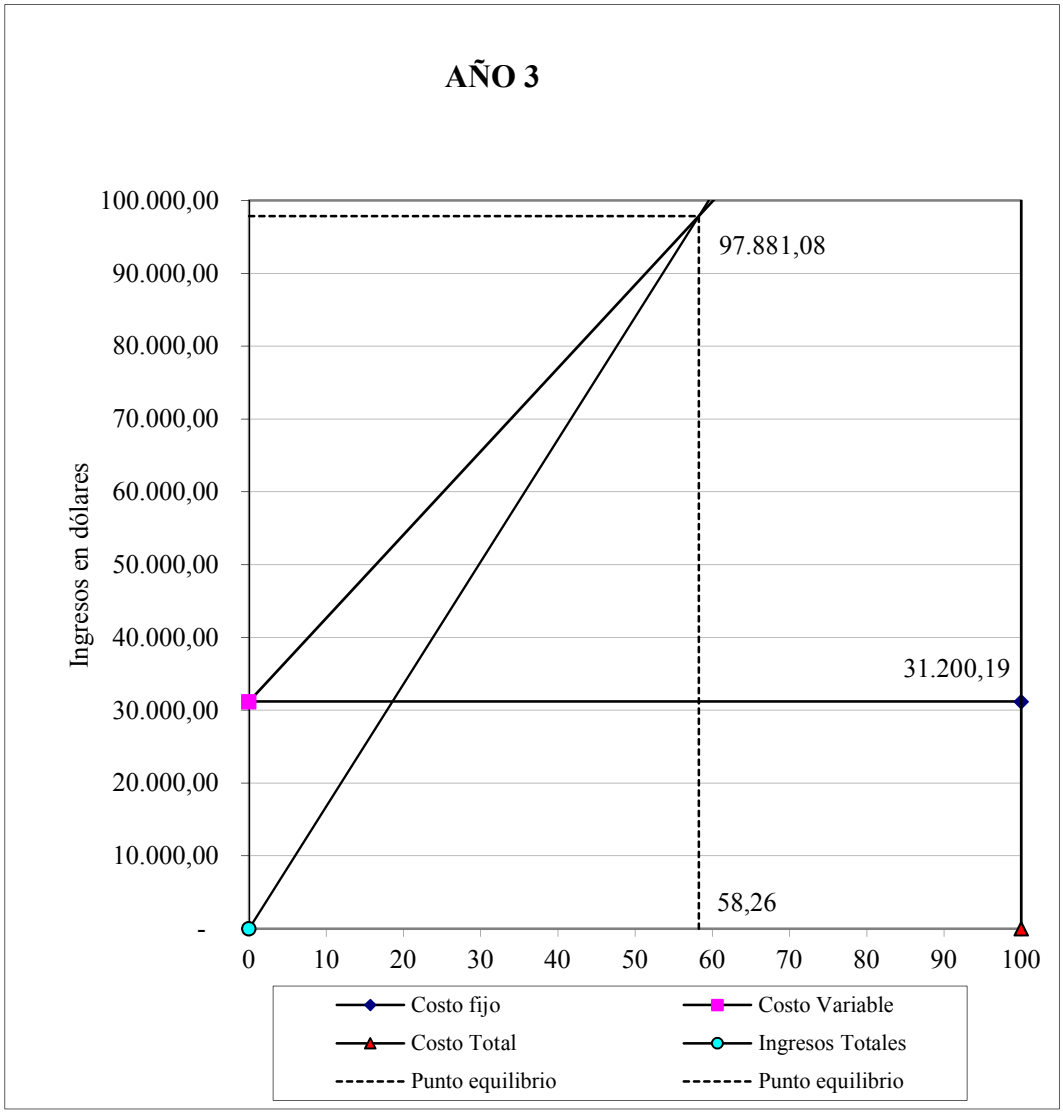
$$= \$97.881,08$$

- **En función de la Capacidad Instalada Año 3**

$$= \frac{\$31.200,19}{\$\,168.000 - \$114.448,98} \text{X } 100\%$$

$$= 58.26\%$$

GRAFICO Nº 25
PUNTO DE EQUILIBRIO



Fuente: Cuadro 57
Elaboración: El auto

Método Matemático

- **En función de las ventas año 5**

$$= \frac{\quad}{\quad}$$

$$= \frac{\$36.523,23}{1 - \frac{\$\quad .}{\$\quad .}},$$

$$= \$207.744,26$$

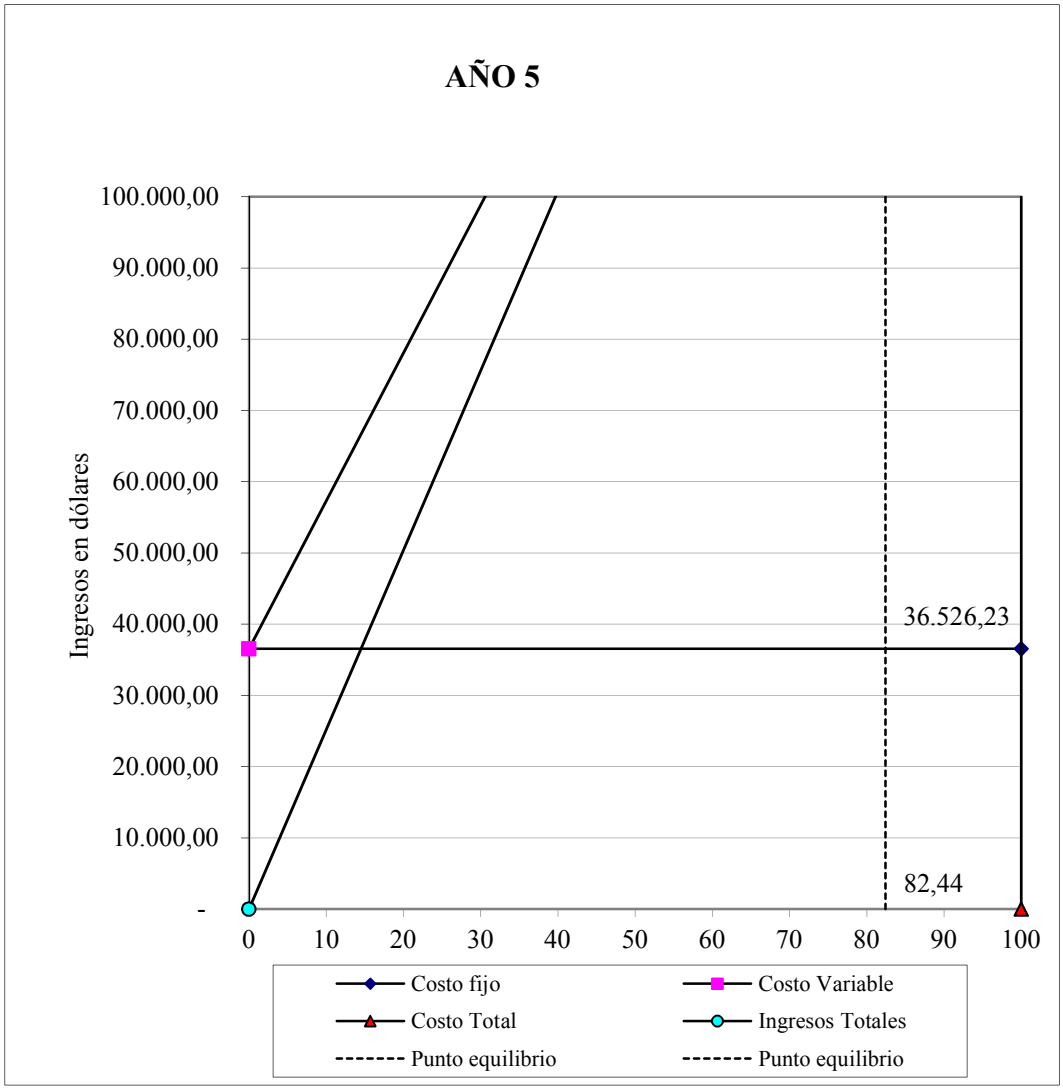
- **En función de la Capacidad Instalada Año 5**

$$= \frac{\quad}{\quad} \%$$

$$= \frac{\$36.523,23}{\$\,252.000 - \$207.692,59} \text{X } 100\%$$

$$= 82.44$$

GRAFICO Nº 26
PUNTO DE EQUILIBRIO



Fuente: Cuadro 57
Elaboración: El autor

g.5.7) Evaluación Financiera

La evaluación financiera nos ayuda a decidir si el proyecto es factible o no cambiando operaciones aritméticas a fin de obtener los coeficientes de evaluación lo cual se basa en la obtención de valores actuales de los ingresos y gastos, para luego proyectarlos al futuro.

Constituye una herramienta analítica utilizada por los administradores para tomar decisiones y alcanzar los objetivos planteados. Buscando analizar el retorno financiero o rentabilidad que puede generar para cada uno de los inversionistas del proyecto.

El cálculo de los coeficientes de evaluación se basa en la obtención de valores actuales de los ingresos y los gastos para luego determinar la proyección para el futuro. Los criterios de evolución y decisión más utilizados son: Valor actual neto (VAN), Tasa interna de retorno (TIR), Relación beneficios costo (RBC), Periodo de recuperación del capital (PRC), análisis de sensibilidad, que están relacionados directamente con los flujos de caja que se registran durante la vida útil del proyecto.

g.5.7.1) Flujo de Caja

La proyección del flujo de caja constituye uno de los elementos mas primordiales del estudio del proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuara sobre los resultados que en ella se determine.

El flujo de caja permite determinar la cobertura de todas las necesidades de efectivo a lo largo de los años de vida útil del proyecto.

El Flujo de Caja muestra los recursos en efectivo con los que contará la empresa luego de restar de sus ingresos totales, los egresos totales de cada uno de los años de vida útil.

Los ingresos totales están representados por las ventas del servicio en mención y el valor residual. Los egresos totales, en cambio con los costos menos las depreciaciones y la amortización del activo diferido y el reparto de utilidades e

impuestos. Cabe aclarar que las utilidades a los trabajadores y el impuesto a la renta son egresos en el segundo año.

Las utilidades y el impuesto a la renta se pagan al cumplir un año de trabajo.

De los cálculos efectuados el Flujo de Caja para el primer año es de $ 7.097,33 y en el quinto año es de $ 7.587,75.

CUARO Nº 58
FLUJO DE CAJA

DESCRIPCIÓN	Año 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
VENTAS		78.000,00	117.000,00	168.000,00	210.000,00	252.000,00
VALOR RESIDUAL				946,44		2.391,05
Capital Propio	10.265,86					
Capital Financiado	5.000,00					
TOTAL INGRESOS	**15.265,86**	**78.000,00**	**117.000,00**	**168.946,44**	**210.000,00**	**254.391,05**
EGRESOS						
Activos Fijos	**7.899,00**					
Activos Diferidos	**1.143,00**					
Activos Circulantes	**6.223,86**					
COSTO DE PRODUCCIÓN		47.948,42	78.678,76	115.082,09	158.002,50	208.342,47
GASTO ADMINISTRATIVO		21.953,52	24.413,37	27.499,99	29.948,11	32.605,89
GASTO DE VENTA						
GASTO FINANCIERO						
Interés		520,78	334,08	123,71		
Amortización del Capital		1.472,08	1.658,77	1.869,15		
Utilidades a trabajadores			543,49	1.486,72	3.352,62	2.842,02
Impuesto a la Renta			769,95	2.106,19	4.749,55	4.026,19
Reposición de activos					5.312,72	
TOTAL EGRESOS	**15.265,86**	**71.894,80**	**106.398,43**	**148.167,85**	**201.365,50**	**247.816,57**
Flujo de Caja		**6.105,20**	**10.601,57**	**20.778,59**	**8.634,50**	**6.574,49**
(+) Depreciación de activos fijos		763,53	763,53	763,53	784,67	784,67
(+) Amortización de diferidos		228,60	228,60	228,60	228,60	228,60
FLUJO NETO DE CAJA	**0,00**	**7.097,33**	**11.593,70**	**21.770,72**	**9.647,77**	**7.587,75**

Fuente: Cuadro Nº 56
Elaborado: El autor

g.5.7.2) Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto representa en valores actuales, el total de los recursos que quedaran en poder de la entidad después de su vida útil. Es el retorno líquido actualizado de los valores generados por el proyecto.

- Si el VAN es igual a cero es indiferente realizarlo al proyecto.
- Si el VAN es mayor a cero el proyecto o inversión es conveniente.
- Si el VAN es menor al cero el proyecto no es conveniente.

El van se calcula multiplicando los flujos de Caja por un coeficiente de actualización que corresponde a la tasa de interés del crédito recibido.

CUADRO Nº 59
VALOR ACTUAL NETO

PERIODO	FLUJOS NETOS	FACTOR ACTUALIZACIÓN 12,00%	FLUJO ACTUAL
0		**0,12**	**-15.265,86**
1	$ 7.097,33	0,89285714	$ 6.336,90
2	$ 11.593,70	0,79719388	$ 9.242,43
3	$ 21.770,72	0,71178025	$ 15.495,97
4	$ 9.647,77	0,63551808	$ 6.131,33
5	$ 7.587,75	0,56742686	$ 4.305,49
Suma Total			$41.512.12
Inversión			-15.265.86
Valor Actual Neto			$26.246.27

Fuente: Cuadro Nº 58
Elaborado: El autor

. = ( ) + (

. $= 0.6725(0.0544) + 0.3275(0.12)$

. $= 0.036584 + 0.393$

. $= 0.429584 * 100\%$

. $= 42.96$

. = /(+)^

. $= 1/(1 + 0.12)^1$

. $= 0.89285714$ Para el primer año

Para realizar el cálculo del VAN se utiliza la siguiente fórmula:

. . = −

. . $= \$\ 41.512{,}12 - 15.265{,}86$

. . $= \$$ .246,27

En este caso como el VAN es positivo o mayor que cero, esto quiere decir que el proyecto es conveniente, y que el valor de la empresa aumentará durante su etapa de operación.

g.5.7.3) Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es la tasa que hace que el valor presente (Valor Actual) de entradas de efectivo sea igual a la inversión neta relacionada con el proyecto. Es decir constituye la Tasa de Interés a la que se descuenta los flujos de efectivo creados en la vida económica del proyecto; es la tasa que iguala el valor presente de los flujos de ingresos con la inversión inicial, además se la interpreta como la tasa de descuento más alta que hace que el valor actual neto sea lo más cercano a cero, es decir, que el valor presente de los flujos netos sea igual a la inversión inicial.

La TIR es utilizada como criterio para tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto se toma como referencia lo siguiente:

- Si la TIR es mayor que el costo de capital se acepta el proyecto.
- Si la TIR es igual al costo del capital, la ejecución de la inversión del proyecto queda a consideración del inversionista.
- Si la TIR es menor que el costo de capital se rechaza el proyecto.

CUADRO Nº 60
TASA INTERNA DE RETORNO

PERIODO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN	VAN tasa Menor	FACTOR ACTUALIZACIÓN	VAN tasa Mayor
		64,50%	**-15.265,86**	**65,00%**	**-$ 15.265,86**
1	$ 7.052,84	0,60790274	$ 4.287,44	0,60606061	$ 4.274,45
2	$ 11.547,45	0,36954574	$ 4.267,31	0,36730946	$ 4.241,49
3	$ 21.741,07	0,22464786	$ 4.884,09	0,22261179	$ 4.839,82
4	$ 9.546,26	0,13656405	$ 1.303,68	0,13491624	$ 1.287,94
5	$ 7.500,54	0,08301766	$ 622,68	0,08176742	$ 613,30
Total	$ 57.388,16		$ 99,33		-$ 8,86

Fuente: Cuadro Nº 58
Elaborado: El autor

$$= \qquad -$$

$$= 65.00\% - 64.50\%/100\%$$

$$= 0.00005$$

Se aplica la siguiente fórmula:

$$= \quad + \frac{}{} \left(\frac{}{\quad - \quad} \right)$$

$$\mathrm{TIR} = 64.50\% + 0.00005\left(\frac{99.33}{99.33 - 8.86}\right)$$

$$\mathrm{TIR} = 64.96\%$$

Para el presente proyecto la TIR es de 64.96% que resulta mayor que el costo de capital que es del 12%, por lo tanto es aceptable el proyecto y debe ejecutarse.

g.5.7.4) Periodo de Recuperación del Capital (PRC)

Este indicador financiero se lo elabora con la finalidad de poder determinar el lapso de tiempo o el número de periodos necesarios que debe trascurrir desde el primer día de funcionamiento del proyecto para alcanzar a recuperar el monto de la inversión realizada o inversión inicial. Se considera normal para las circunstancias en la que se desarrolla la empresas, un periodo de recuperación en alrededor de la mitad de vida útil del proyecto y si lo hace en menos años también.

En el siguiente cuadro se detalla los flujos netos y los flujos actualizados para cada año de vida útil del proyecto.

CUADRO Nº 61
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

PERIODO	INVERSIÓN	Flujo actualizado	FLUJO NETO	SUMA DE FLUJOS
	$ 15.265,86			
1		$ 6.297,17	$ 6.297,17	
2		$ 9.205,56	$ 9.205,56	$ 15.502,73
3		$ 15.474,87	$ 15.474,87	$ 30.977,60
4		$ 6.066,82	$ 6.066,82	$ 37.044,42
5		$ 4.256,01	$ 4.256,01	$ 41.300,43
TOTAL:			$ 41.300,43	

Fuente: Cuadro nº 60
Elaborado: el autor

Período de Recuperación de Capital:

$$\mathrm{PRC} = \quad \tilde{n} \qquad\qquad \frac{\quad - \quad}{\tilde{n}}$$

$$\mathrm{PRC} = 2 + \frac{\$15.265{,}86 - \$15.502{,}73}{\$30.977.60}$$

$$\mathrm{PRC} = \$1.97$$

El periodo de recuperación del capital es de $1.97 que da como resultado 1 año, 0.97 se multiplica por 12 meses resultando 11.64 que se convierte en 11 meses. 0.64 se multiplica por 30 que resulta 19.2 que se convertirían en 19 días.

g.5.7.5) Relación Beneficio Costo (RBC)

Es un indicador cuyo resultado muestra el beneficio en términos monetarios de la inversión de una unidad monetaria.

El método de la razón beneficio costo, se utiliza para evaluar las inversiones gubernamentales o de interés social, tanto los beneficios como los costos no se cuantifican como se hace en un proyecto de inversión privada.

El procedimiento a seguir para calcular este indicador es le siguiente:

- Se debe actualizar los ingresos y egresos, tomando en cuenta como factor de actualización la tasa de interés del préstamo a otorgarse en la entidad bancaria.
- Para obtener este indicador se divide los ingresos actualizados para los egresos actualizados del proyecto

Los criterios de decisión son:

1. Si la RBC es mayor que 1, se acepta el proyecto
2. Si la RBC es igual a 1, es indiferente realizar el proyecto
3. Si la RBC es menor que 1, se rechaza el proyecto.

CUADRO Nº 62
RELACIÓN BENEFICIO COSTO (RBC)

PERIODO	INGRESOS ORIGINALES	EGRESOS ORIGINALES	FACTOR ACTUALIZACIÓN 12,68%	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
			0,12		
1	$ 78.000,00	$ 74.376,72	0,89285714	$ 69.642,86	$ 66.407,79
2	$ 117.000,00	$ 107.088,53	0,79719388	$ 93.271,68	$ 85.370,32
3	$ 168.000,00	$ 145.649,17	0,71178025	$ 119.579,08	$ 103.670,20
4	$ 210.000,00	$ 191.053,22	0,63551808	$ 133.458,80	$ 121.417,77
5	$ 252.000,00	$ 244.218,82	0,56742686	$ 142.991,57	$ 138.576,32
Total				$ 558.943,99	$ 515.442,40

Elaborado: El autor

Para encontrar la relación beneficio costo utilizamos la siguiente fórmula:

$$\text{RBC} = \frac{\sum}{\sum}$$

$$\text{RBC} = \frac{\$\ 558.943{,}99}{\$\ 515.442{,}40}$$

RBC =**1,08**

Según las operaciones correspondientes para saber el resultado del RBC, se obtuvo que el mismo sea de 1.08 que es mayor a la unidad, por consiguiente de acuerdo a los criterios de decisión se acepta el proyecto.

En el proyecto actual, la relación beneficio costo es mayor a la unidad, lo cual nos indica y sustenta la ejecución del proyecto, lo cual nos da a entender que por cada dólar invertido se obtendrá 0.08 centavos.

g.5.7.6) Análisis de Sensibilidad

Se domina análisis de sensibilidad, el procedimiento por medio del cual se puede determinar cuánto se afecta a un proyecto dos situaciones, esto es el aumento de costos y la disminución en los ingresos.

Es decir nos permite evaluar si la tasa de rentabilidad del proyecto, afecta o no frente acontecimientos eventuales y posibles cambios de una variable dentro del aspecto económico de la empresa.

Las variables que presentan mayor incertidumbre son los ingresos y los costos por ello el análisis se lo efectúa tomando como parámetros un aumento del % en los costos y una disminución del en los ingresos.

Para la toma de decisiones debe tomarse en cuenta lo siguiente:

- Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que uno, el proyecto es sensible.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a uno el proyecto no sufre ningún efecto.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.

Las variables que presentan mayor incertidumbre son los ingresos y los costos, por ello el análisis se lo efectúa tomando como parámetro una disminución de 1% en los ingresos y un incremento del 2% en los costos. Se considera estos valores por que es el porcentaje que mas se adecua al proyecto para que el mismo no sea sensible ante variaciones.

CUADRO Nº 63
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD (AS) CON LA DISMINUCIÓN DE 1% EN LOS INGRESOS

PERIODO	INGRESOS	EGRESOS	INGRESO DISMINUIDO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN	VAN TASA MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACION	VAN TASA MAYOR
			1,00%		**8,00%**	-$ 15.265,86	**75,00%**	-$ 15.265,86
1	$ 78.000,00	$ 74.371,88	$ 77.220,00	$ 2.848,12	0,92592593	$ 2.637,15	0,57142857	$ 1.627,50
2	$ 117.000,00	$ 107.129,47	$ 115.830,00	$ 8.700,53	0,85733882	$ 7.459,30	0,32653061	$ 2.840,99
3	$ 168.000,00	$ 145.746,54	$ 166.320,00	$ 20.573,46	0,79383224	$ 16.331,88	0,18658892	$ 3.838,78
4	$ 210.000,00	$ 191.190,02	$ 207.900,00	$ 16.709,98	0,73502985	$ 12.282,33	0,10662224	$ 1.781,66
5	$ 252.000,00	$ 244.355,63	$ 249.480,00	$ 5.124,37	0,68058320	$ 3.487,56	0,06092699	$ 312,21
						$ 26.932,36		-$ 4.864,72

Fuente: Cuadro nº 60
Elaboración: El autor

Calculo del análisis de sensibilidad con disminución del 1% en los ingresos

1) **Diferencia de Tasas**

$$= \quad -$$

$$= \quad -$$

$$\mathrm{DT} = 75\% - 8\%$$

$$\mathrm{DT} = 67\%$$

2) ***Nueva Tasa Interna de Retorno***

$$= \quad + \quad -$$

$$\mathrm{NTIR} = 0.8 + 0.67 \quad \frac{26.932{,}36}{26.932{,}36 - 4.864{,}72}$$

$$\mathrm{NTIR} = 0.65\%$$

3) ***Diferencia de TIR***

$$= \quad -$$

$$\mathrm{Df\ TIR} = 0.6496 - 0.6475$$

$$\mathrm{Df\ TIR} = 0.00129$$

4) ***Porcentaje de variación***

$$\% \quad = \quad *$$

$$\%\mathrm{V} = \frac{0.00129}{0.6496} * 100$$

$$\%\mathrm{V} = 0.54$$

5) **Sensibilidad**

$$\% = .$$

$$\text{SENSIB.} = \frac{0.32\%}{0.65\%}$$

$$\text{SENSIB.} = 0.50$$

Para el presente proyecto, el valor de disminución es del 1% en los ingresos, el coeficiente de sensibilidad encontrado es de 0.50, lo que nos indica que el valor de sensibilidad es positivo y menor a 1, por lo tanto no afecta al proyecto, el cual no es sensible ante esta variación.

CUADRO Nº 64
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON UN INCREMENTO DEL 2% EN LOS COSTOS

PERIODO	INGRESOS	EGRESOS	EGRESO INCREMENTADO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN	VAN TASA MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACION	VAN TASA MAYOR
			2,00%		**7%**	-$ 15.265,86	**83%**	-$ 15.265,86
1	$ 78.000,00	$ 74.371,88	$ 75.859,32	$ 2.140,68	0,93457944	$ 2.000,64	0,54644809	$ 1.169,77
2	$ 117.000,00	$ 107.129,47	$ 109.272,06	$ 7.727,94	0,87343873	$ 6.749,88	0,29860551	$ 2.307,60
3	$ 168.000,00	$ 145.746,54	$ 148.661,47	$ 19.338,53	0,81629788	$ 15.786,00	0,16317241	$ 3.155,51
4	$ 210.000,00	$ 191.190,02	$ 195.013,82	$ 14.986,18	0,76289521	$ 11.432,88	0,08916525	$ 1.336,25
5	$ 252.000,00	$ 244.355,63	$ 249.242,74	$ 2.757,26	0,71298618	$ 1.965,89	0,04872418	$ 134,35
						$ 22.669,43		-$ 7.162,37

Fuente: Cuadro nº 60
Elaboración: El autor

Calculo del análisis de sensibilidad con un incremento del 2% en los costos

1) Diferencia de Tasas

$$= \quad -$$

$$= \quad -$$

$$\text{DT} = 83\% - 7\%$$

$$\text{DT} = 76\%$$

2) *Nueva Tasa Interna de Retorno*

$$= \quad + \quad -$$

$$\text{NTIR} = 0.7 + 0.76 \quad \frac{22.669{,}43}{22.669{,}43 - 7.162{,}37}$$

$$\text{NTIR} = 0.6475\%$$

3) Diferencia de TIR

$$= \quad -$$

$$\text{Df TIR} = 0.6496 - 0.6475$$

$$\text{Df TIR} = 0.00206$$

4) Porcentaje de variación

$$\% \quad = \quad *$$

$$\%\text{V} = \frac{0.00206}{0.6496} * 100$$

$$\%\text{V} = 0.32$$

5) Sensibilidad

$$\% \\ . =$$

$$\text{SENSIB.} = \frac{0.32\%}{0.6475\%}$$

$$\text{SENSIB.} = 0.49$$

Para el presente proyecto, el valor de incremento es del 2% en los costos, el coeficiente de sensibilidad encontrado es de 0.49, lo que nos indica que el valor

de sensibilidad es positivo y menor a 1, por lo tanto no afecta al proyecto, el cual no es sensible ante esta variación.

CONCLUSIONES

H) CONCLUSIONES

Al finalizar el presente proyecto de factibilidad se expone las siguientes conclusiones

- ✓ Al instalarse la empresa CDN ***Investiga*** permitirá generar 15 puestos de trabajo, gerente, contador, asesor jurídico, secretaria, conserje, y 10 profesionales en diferentes ramas de administración que actuaran como personal encubierto necesarios para contribuir a la economía local.

- ✓ Al analizar la demanda potencial se concluye que esta es de 696 empresas y en servicios es de 745 al año, al no existir en el medio otra empresa similar no se determinó la demanda real.

- ✓ Tomando los datos del estudio de mercado se determinó una demanda efectiva en empresas de 680y en servicios 728. Siendo el uso perca pita por empresa de 1 servicio.

- ✓ Tomando en consideración la información obtenida en la investigación de campo, se concluye que en nuestra ciudad no existe oferta en este tipo de servicio o similar.

- ✓ Se concluye que existe una demanda de 728serviciosal año y como no existe en la Ciudad de Loja una empresa que brinde estos servicios, entonces automáticamente se convierte la demanda efectiva en la demanda insatisfecha.

- ✓ Como conclusión la comercialización de los servicios **CDN INVESTING** utilizará diversos canales de comercialización, fuerza de venta directa y a través de representantes directos.

- ✓ Para el análisis de los precios se tomó en cuenta los datos obtenidos en la investigación de mercado y finalmente de la evaluación financiera siendo este de 619,81 parael primer año.

- ✓ La publicidad se realizó a través de los medios más comunes obtenidos en la investigación de mercado, como son la prensa escrita y la radio; dando un valor agregado a la publicidad se realizara también a través de la televisión, internet y otros. Los anuncios han sido bien enfocados hacia los clientes metas.

- ✓ En la prestación del servicio se contará con un personal especializado y capacitado en todas las ramas que se desarrolle el servicio, lo que garantiza la eficiencia, eficacia y óptima calidad del mismo.

- ✓ Al realizar el análisis del estudio técnico se contempla que existen aspectos técnicos, operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción del servicio.

- ✓ La empresa estará ubicada en el 3er piso del edificio Brito ubicado en 18 de noviembre entre las calles Colon e Imbabura

- ✓ Se expresa como conclusión que la capacidad instalada es de 120 servicios al año, lo que es lo mismo 10 servicios mensualmente que se cubrirá con 10 personas que actuarán como personal encubierto, esto para el primer año.

- ✓ Se concluye quela capacidad utilizada del proyecto es de 120 empleados ya que la empresa trabajara al 100% de su capacidad disponible, para atender a 120 empresas para el primer año.

- ✓ El total de la inversión del proyecto es de $ 10.265,86 siendo el 67,25 % aportación de los socios y el 32,75% financiado a través de un préstamo en el Banco de Loja.

- ✓ En conclusión el costo total para el primer año del proyecto es de $74, 376,72, los ingresos totales son de $78,000, los beneficios son de 1, 963,36 por accionista y el punto de equilibrio para el primer año en función a las ventas es de 68,789,69 y en función de la capacidad instalada es de 88,19%

- ✓ Dentro del proyecto planteado el valor actual neto (VAN) es de $26.034.57 lo que indica que siendo mayor que cero es positivo y el proyecto es conveniente.

- ✓ Dentro de la presente inversión en los resultados arrojados para la tasa interna de retorno (TIR) esta es de 64.96% este porcentaje supera o es mayor al costo del capital entonces el proyecto es aceptable.

- ✓ Al determinar los resultados de la relación beneficio – costo (BC), esta es de 1.08 lo cual es mayor a uno, indica que se puede realizar el proyecto además, expresa que por cada dólar invertido se obtendrá 0.8centavos de utilidad.

- ✓ El tiempo requerido para recuperar la inversión inicial es de 1 año, 11 meses y 19 días, lo cual es una medida rápida en que el proyecto rembolsa el desembolso original del capital.

- ✓ Los valores de sensibilidad para el presente proyecto son menores que uno, por lo tanto en las variables que presentan mayor incertidumbre para la empresa se demuestra que la misma puede soportar un incremento del 2% en los costos con una sensibilidad de 0.49 y una disminución del 1% en los ingresos con una sensibilidad de 0.50 sin dejar de obtener utilidades.

- ✓ La empresa jurídicamente se constituirá en Sociedad Anónima y tendrá el nivel Legislativo conformado por la junta general de socios, el Directivo, conformado por la Gerencia General, el asesor por contabilidad y asesoría jurídica, los cuales son temporales, el auxiliar lo integra servicios generales y secretaria y el operativo, el servicio de personal o cliente encubierto.

- ✓ Po último se concluye que el proyecto se desarrolló sin problema alguno tomando como base los objetivos del mismo, y se presenta como una alternativa de inversión innovadora que puede ser ejecutable y rentable, sirviendo de apoyo para futuros proyectos de una misma índole

RECOMENDACIONES

i) Recomendaciones

Al Finalizar el presente proyecto se expresa las siguientes recomendaciones que servirán de base al momento de poner en marcha el mismo.

- ✓ Se recomienda que se ponga atención al presente proyecto ya que es innovador y realizable, para que inversionistas lo lleven a la práctica en la forma que se encuentra estructurado.

- ✓ Como los criterios de la evaluación financiera son positivos se recomienda realizar la inversión ya que los datos demostrados matemáticamente garantiza la factibilidad, sin dejar de lado la administración que se le dé al mismo.

- ✓ Al poner en práctica este proyecto se recomienda realizar una perfecta publicidad ya que la misma será la base de la captación de clientes y el servicio prestado tendrá la rentabilidad deseada.

- ✓ El personal debe estar capacitado en todas las ramas de la administración, por lo cual se recomienda contratar el mismo a través de una minuciosa selección, ya que el principal factor del presente proyecto es el humano.

- ✓ Se recomienda a todas las empresas a acceder a los servicios que se prestara, en vista de que no existe un verdadero criterio en la forma de determinar las falencias de las mismas en la administración empresarial, las cuales pueden ser solucionadas con una visión diferente a las ya tradicionales.

- ✓ Finalmente que el presente proyecto quede como constancia para los estudiantes y docentes, de que existen nuevas formas de hacer empresa con proyectos visionarios, innovadores y rentables, y que

el mismo capte la atención deseada por el postulante para que sirva de guía en futuras investigaciones.

BIBLIOGRAFIA

j) BIBLIOGRAFÍA

1) ALARCON, César Ajustó; Futuro con la Microempresa.

2) ARELLANO, Rolando; Marketing Enfoque América Latina.

3) BACA Urbina G; (1989) Evaluación de proyectos, Mc. Graw Hill, México.

4) BEGOECHEA, Pujol Bruno; Directorio de Marketing.

5) BALDWIN Jorge, Baldwin Carlos; (1993) Cómo dominar las finanzas de la empresa.

6) CÓRDOVA, Marcial; Formulación y Evaluación de Proyectos.

7) David Fred; Conceptos de Administración Estratégica.

10) GITMAN.(1992) Principio de administración financiera y control, 7ma. Edición, México

11) KOONTZ, Harold.(1989) Administración, Octava Edición, Editorial Graw-Hill, México

12) MÉNDEZ, Carlos Eduardo. (1988) Guía para la elaboración de diseños de investigación de ciencias económicas, contables y administrativas, Editorial McGraw- Hill, San José de Bogotá,

13) MIRANDA Juan José: (2003) Gestión de Proyectos; Editorial M.M Quito Ecuador.

14) Naciones Unidas; (1982)Manual para la evaluación de proyectos; New Cork

15) QUINTERO Uribe,(1995) Víctor Manuel Evaluación de Proyectos sociales; Fundación FES; Santiago de Chile 1995.

16) SPAGCHAIN, Nassio; Preparación y Evaluación de Proyectos.

18) UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, (2005) Administración Financiera, Guía Didáctica para la Carrera de Administración de Empresas Módulo VI Loja Ecuador.

19) CÓRDOBA, Marcial. (2005) "Administración Financiera". Editorial URYCO, Medellín, 400pp

20) CÓRDOBA, Marcial.(2006) "Formulación y Evaluación de Proyectos". Editorial ISBN, Bogotá, 500pp

21) ESPINOZA, Mireya. "Nociones Básicas de la Investigación Científica". Edición Tercera Loja Ecuador, 350pp

22) KOTLER, Phillips.(2001) "Dirección de Marketing". Editorial MILENIO, México, 500pp.

23) STANTON, Etal. (2004) "Fundamentos de Marketing". Editorial MCGRAWHALL, México, 700pp

24) TROUT & RIUKIN. (2006) "El nuevo Posicionamiento". Editorial LIMUSA, México, 400pp

PÁGINAS WED:

25) http://www.mailxmail.com/curso/empresa/administracionpymes/capitulo16.htm

26) http:/www.marketingteacher.com/lesson_marketing.htm.

27) http:/www.marketing.about.com/od/marketingplanandstralegy/a/marketing.hm

28) http://www.monografias.com

29) www.copyme.es

ANEXOS

k) ANEXOS

ANEXO N° 01

Área Jurídica Social y administrativa
Administración de Empresas

Señor gerente o administrador de tan prestigiosa empresa, con el propósito de adquirir información acerca de la factibilidad del proyecto presentado, para alcanzar el titulo de Ing. Comercial, me he propuesto realizar la siguiente encuesta, la misma que enumera una serie de alternativas referente a la aplicación de un nuevo servicio de personal o cliente encubierto encargado de ayudar a detectar fallas en el desempeño de funciones en las empresas. Por lo que le pido se digne contestar con la mayor franqueza posible el siguiente listado de preguntas.

1. ***¿Qué criterio tiene usted sobre la creación de una empresa de servicio de personal o cliente encubierto encargado de detectar fallas en el desempeño de funciones en las empresas de la ciudad?***

   De acuerdo ☐
   En desacuerdo ☐

   Porque----------
   ---

2. ***¿Conoce usted algún tipo de servicio similar al que se propone en esta empresa?***

   Si ☐
   NO ☐

   Descríbalo----------
   ---

3. ***¿Cuál cree usted que son las ventajas que ofrece la implementación de este servicio dentro de su empresa? (Pregunta abierta con 02 espacios para responder)***

   Mejora el servicio al cliente ☐
   Obtención de información ☐
   Eficacia comunicativa. ☐
   Eficiencia laboral ☐

4. ***¿Cómo describiría usted el grado de importancia desde el punto de vista económico que posee nuestro servicio para su empresa?***

Muy malo ☐
Malo ☐
Regular ☐
Bueno ☐
Muy Bueno ☐

5. ***¿Cómo calificaría a su empresa en base al desempeño de funciones?***

Excelente ☐
Buena ☐
Regular ☐

6. ***¿Existe algún equipo dentro de su empresa encargado exclusivamente de detectar los problemas en sus funciones y corregirlos?***

Si ☐
No ☐

Si su respuesta es afirmativa detállelo ----------
---

7. ***¿Cada que tiempo realiza una evaluación de las funciones en los diferentes departamentos de su empresa?***

Cada mes ☐
Cada tres meses ☐
Cada seis meses ☐
Cada año ☐
En adelante ☐

8. ***¿Usted como gerente o administrador estaría dispuesto a adquirir el servicio que le ofrece nuestra empresa?***

Si ☐

Corto plazo ( )
Mediano Plazo ( )
Largo plazo ( )

No ☐

Si su respuesta es negativa conteste la pregunta número 19

9. *¿Si el servicio cumple sus expectativas cuantas veces lo contrataría?*

Año	***Mes***
1 vez	☐ ☐
2 veces	☐ ☐

Otro----------

10. *¿En que área ha percibido algún problema que no ha sido detectado dentro de su organización?*

Administrativa ( )
Operativa ( )
Auxiliar ( )
Apoyo ( )

No ☐

11. *¿Dentro de su organización ha realizado algún proceso de cambio para mejorar las funciones de la misma?*

Si ☐
No ☐

12. *¿Qué tiempo cree que es el adecuado para lograr detectar fallas en las funciones de una empresa y corregirlas?*

1 mes ☐
3 meses ☐
5 meses ☐

Otro----------

13. *¿Cuántas personas cree usted que deben formar el grupo humano externo que ayude a detectar fallas en las funciones de su empresa?*

1 persona ☐
2 personas ☐
5 personas ☐
8 personas ☐

Otro----------

14. *¿En qué aéreas de su empresa cree usted que necesitaría mas la asistencia de el grupo humano citado en la pregunta anterior?*

Administrativa ☐
Operativa ☐
Auxiliar ☐
Apoyo ☐
Otras----------

15. *¿Cuál de las siguientes consideraciones escogería usted para pagar el servicio?*

Por número de personas ☐
Por tiempo ☐
Por el tamaño de su empresa ☐

Otras---------- ---- ---
---

16. *¿Dependiendo de la alternativa que escogió anteriormente cuanto usted pagaría por el servicio?*

700 ☐
800 ☐
900 ☐

En adelante----------
---

17. *¿Dígnese a contestar las siguientes interrogantes?*

Tipo de empresa----------

Actividad----------

Ubicación----------

18.¿Por qué medios usted se informa?

	Local	*Nacional*	*Nombre*
Televisión	☐	☐	----------
Radio	☐	☐	----------
Internet	☐		
Revistas	☐		----------
Periódicos	☐	☐	----------

19.) ¿Por qué no estaría dispuesto a adquirir el servicio?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO Nº 2

Presupuesto

Para desarrollar el presente trabajo se requirió del siguiente presupuesto:

CUADRO Nº A2
PRESUPUESTO

MATERIALES	COSTO
Papel bond para impresión de tesis y borrador	$ 70.00
Copias de documentos	$ 50.00
Movilización	$ 100.00
Impresión	$ 200.00
Empastado	$ 150.00
Internet	$ 120.00
Anillados	$ 100.00
Imprevistos y otros materiales de oficina	$ 100.00
TOTAL	**$ 890.00**

Elaboración: El Autor.

ANEXO Nº 3

DEPRECIACIONES

Depreciación de Muebles y Enseres (Administración)

Es la acumulación de valores por el desgaste de los muebles por el uso que se les da para el período de 10 años.

Fórmula para calcular las depreciaciones:

$\mathrm{Dp} = (\quad - \quad) * \% \quad º \quad Ñ$

$\mathrm{Dp} = (416.77 - 41.68) * 10\%$

$\mathrm{Dp} = 37.51$

A continuación se detallan los valores correspondientes a la depreciación de muebles y enseres.(Administración)

CUADRO Nº A3
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES (Administración)

PERIODO AÑO	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACIÒN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
			$ 416,77
1	$ 37,51	$ 37,51	$ 379,26
2	$ 37,51	$ 75,02	$ 341,75
3	$ 37,51	$ 112,53	$ 304,24
4	$ 37,51	$ 150,04	$ 266,73
5	$ 37,51	$ 187,55	$ 229,22
6	$ 37,51	$ 225,06	$ 191,71
7	$ 37,51	$ 262,56	$ 154,20
8	$ 37,51	$ 300,07	$ 116,70
9	$ 37,51	$ 337,58	$ 79,19
10	$ 37,51	$ 375,09	$ 41,68

Elaboración: El Autor

Depreciación de Muebles y Enseres (Operativo)

Es la acumulación de valores por el desgaste de los muebles por el uso que se les da para el período de 10 años.

Fórmula para calcular las depreciaciones:

$$= (\quad - \quad) * \% \quad º \quad Ñ$$

$$\mathrm{Dp} = (1.389{,}23 - 138.92) * 10\%$$

$$\mathrm{Dp} = 125.03$$

A continuación se detallan los valores correspondientes a la depreciación de muebles y enseres. (Operativo)

CUADRO Nº A3.1
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES (Operativo)

PERIODO AÑO	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACIÒN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
			$ 1.389,23
1	$ 125,03	$ 125,03	$ 1.264,20
2	$ 125,03	$ 250,06	$ 1.139,17
3	$ 125,03	$ 375,09	$ 1.014,14
4	$ 125,03	$ 500,12	$ 889,11
5	$ 125,03	$ 625,15	$ 764,08
6	$ 125,03	$ 750,18	$ 639,05
7	$ 125,03	$ 875,22	$ 514,02
8	$ 125,03	$ 1.000,25	$ 388,98
9	$ 125,03	$ 1.125,28	$ 263,95
10	$ 125,03	$ 1.250,31	$ 138,92

Elaboración: El autor

Depreciación de Equipos de Oficina

Es la acumulación de valores por el desgaste de equipos de oficina como teléfonos y copiadora por su uso para el período de 10 años.

Fórmula para calcular las depreciaciones:

$$= (\quad - \quad) * \% \quad º \quad Ñ$$

$$\mathrm{Dp} = (950.00 - 95.00) * 10\%$$

$$\mathrm{Dp} = 85.50$$

A continuación se detallan los valores correspondientes a la depreciación de Equipos de oficina.

CUADRO Nº A3.2
DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE OFICINA

PERIODO AÑO	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACIÒN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
			$ 950,00
1	$ 85,50	$ 85,50	$ 864,50
2	$ 85,50	$ 171,00	$ 779,00
3	$ 85,50	$ 256,50	$ 693,50
4	$ 85,50	$ 342,00	$ 608,00
5	$ 85,50	$ 427,50	$ 522,50
6	$ 85,50	$ 513,00	$ 437,00
7	$ 85,50	$ 598,50	$ 351,50
8	$ 85,50	$ 684,00	$ 266,00
9	$ 85,50	$ 769,50	$ 180,50
10	$ 85,50	$ 855,00	$ 95,00

Elaboración: El autor

Depreciación de Equipos de Cómputo (Administración)

Es la acumulación de valores por el desgaste de equipos de Cómputo por su uso para el período de 3 años.

Fórmula para calcular las depreciaciones

$$= (\quad - \quad) * \% \quad º \quad Ñ$$

$$\mathrm{Dp} = (2.868.00 - 946.44) * 33.33\%$$

$$\mathrm{Dp} = 640.52$$

A continuación se detallan los valores correspondientes a la depreciación de Equipos de computación (Administración)

CUADRO Nº A3.3
DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN
(Administrativos)

PERIODO AÑO	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACIÒN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
			$ 2.868,00
1	$ 640,52	$ 640,52	$ 2.227,48
2	$ 640,52	$ 1.281,04	$ 1.586,96
3	$ 640,52	$ 1.921,56	$ 946,44

Elaboración: El autor

Reposición: (2.868.00*3.3%)+2.868.00

Reposición: 2.962.64 Nuevo valor en libros

$$= (\quad - \quad) * \% \quad º \quad Ñ$$

$$\mathrm{Dp} = (2.962.64 - 977.67) * 33.33\%$$

$$\mathrm{Dp} = 661.66$$

CUADRO Nº A3.3.1
DEPRECIACIÓN DE REPOSICIÓN DE EQUIPO DE CÓMPUTO (Administración)

PERIODO AÑO	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACIÒN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
			$ 2.962,64
1	$ 661,66	$ 661,66	$ 2.300,99
2	$ 661,66	$ 1.323,31	$ 1.639,33
3	$ 661,66	$ 1.984,97	$ 977,67

Fuente: Cuadro. Nº A3.3
Elaboración: El autor

Depreciación de Equipos de Cómputo (Operativo)

Es la acumulación de valores por el desgaste de equipos de Cómputo por su uso para el período de 3 años.

Fórmula para calcular las depreciaciones

$$\text{₹} \quad - \quad) * \% \quad º \quad Ñ$$

$$\mathrm{Dp} = (2.275.00 - 750.75) * 33.33\%$$

$$\mathrm{Dp} = 508.08$$

A continuación se detallan los valores correspondientes a la depreciación de Equipos de computación (operativo)

CUADRO Nº A3.4
DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN (Operativo)

PERIODO AÑO	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACIÒN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
			$ 2.275,00
1	$ 508,08	$ 508,08	$ 1.766,92
2	$ 508,08	$ 1.016,17	$ 1.258,83
3	$ 508,08	$ 1.524,25	$ 750,75

Elaboración: El autor

Reposición: (2.275.00*3.3%)+2.275.00

Reposición: 2.350.08 Nuevo valor en libros

$$\text{₹} \quad - \quad) * \% \quad º \quad Ñ$$

$$\mathrm{Dp} = (2.350.08 - 775.52) * 33.33\%$$

$$\mathrm{Dp} = 524.85$$

CUADRO Nº A3.4.1
DEPRECIACIÓN DE REPOSICIÓN DE EQUIPO DE CÓMPUTO (operativo)

PERIODO AÑO	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACIÒN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
			$ 2.350,08
1	$ 524,85	$ 524,85	$ 1.825,22
2	$ 524,85	$ 1.049,70	$ 1.300,37
3	$ 524,85	$ 1.574,55	$ 775,52

Fuente: Cuadro. Nº 71
Elaboración: El autor

ANEXO Nº4

Amortización

Se realizará un préstamo a el Banco de Loja por una cantidad de $5.000,00, con un interés del 12%, para 3 años o 36 meses a continuación se detalla el procedimiento que se realizó para determinar la amortización del crédito.

Para obtener el interés se multiplica el Capital por la tasa de interés anual dividida para 12 se obtiene la mensual

= (. . * . /12= **50.00**

Para determinar la amortización se divide el capital sobre los periodos 3 años

= . / = .

Para determinar los dividendos sumamos el interés más la amortización así:

= . + . = .

Por último para obtener el saldo final se resta el capital menos la amortización.

= . − . = .

A continuación se detallan los valores correspondientes a interés, amortización, dividendos y saldos para cada periodo.

CUADRO Nº A4

TABLA DE AMORTIZACION MENSUAL

CAPITAL:	5.000
INTERES:	12,0%
PLAZO (años):	3
PLAZO (meses):	36
FECHA:	15/01/2011

	FECHA	CAPITAL	INTERES	DIVIDENDO	CAPITAL REDUCIDO
					5.000
1	14/02/2011	116,07	50,00	166,07	4.884
2	16/03/2011	117,23	48,84	166,07	4.767
3	15/04/2011	118,40	47,67	166,07	4.648
4	15/05/2011	119,59	46,48	166,07	4.529
5	14/06/2011	120,78	45,29	166,07	4.408
6	14/07/2011	121,99	44,08	166,07	4.286
7	13/08/2011	123,21	42,86	166,07	4.163
8	12/09/2011	124,44	41,63	166,07	4.038
9	12/10/2011	125,69	40,38	166,07	3.913
10	11/11/2011	126,95	39,13	166,07	3.786
11	11/12/2011	128,22	37,86	166,07	3.657
12	10/01/2012	129,50	36,57	166,07	3.528
13	09/02/2012	130,79	35,28	166,07	3.397
14	10/03/2012	132,10	33,97	166,07	3.265
15	09/04/2012	133,42	32,65	166,07	3.132
16	09/05/2012	134,76	31,32	166,07	2.997
17	08/06/2012	136,10	29,97	166,07	2.861
18	08/07/2012	137,46	28,61	166,07	2.723
19	07/08/2012	138,84	27,23	166,07	2.584
20	06/09/2012	140,23	25,84	166,07	2.444
21	06/10/2012	141,63	24,44	166,07	2.303
22	05/11/2012	143,05	23,03	166,07	2.160
23	05/12/2012	144,48	21,60	166,07	2.015
24	04/01/2013	145,92	20,15	166,07	1.869
25	03/02/2013	147,38	18,69	166,07	1.722
26	05/03/2013	148,85	17,22	166,07	1.573
27	04/04/2013	150,34	15,73	166,07	1.423
28	04/05/2013	151,85	14,23	166,07	1.271
29	03/06/2013	153,36	12,71	166,07	1.117
30	03/07/2013	154,90	11,17	166,07	962
31	02/08/2013	156,45	9,62	166,07	806
32	01/09/2013	158,01	8,06	166,07	648
33	01/10/2013	159,59	6,48	166,07	488
34	31/10/2013	161,19	4,88	166,07	327
35	30/11/2013	162,80	3,27	166,07	164
36	30/12/2013	164,43	1,64	166,07	0

Elaboración: El autor

ANEXO Nº 5

Roles con unos Proyectados (operativo)

Cuadro Nº A5.1
Año 2

CANTIDAD	PUESTO	SUELDO BÁSICO	DÉCIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	APORTE PATRONAL	VALOR MENSUAL	VALOR DE NÓMINA MENSUAL	VALOR ANUAL
15	Personal encubierto	$ 330,00	$ 22,00	$ 27,50	$ 13,75	$ 40,10	$ 433,35	$ 6.500,18	$ 78.002,10
TOTALES			$ 22,00	$ 27,50	$ 13,75	$ 40,10	$ 433,35	$ 6.500,18	$ 78.002,10

Elaboración: el autor

Cuadro Nº A5.2
Año 3

CANTIDAD	PUESTO	SUELDO BÁSICO	DÉCIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	APORTE PATRONAL	VALOR MENSUAL	VALOR DE NÓMINA MENSUAL	VALOR ANUAL
20	Personal encubierto	$ 363,00	$ 24,20	$ 30,25	$ 15,13	$ 44,10	$ 476,68	$ 9.533,59	$ 114.403,08
TOTALES			$ 24,20	$ 30,25	$ 15,13	$ 44,10	$ 476,68	$ 9.533,59	$ 114.403,08

Elaboración: el autor

Cuadro Nº A5.3
Año 4

CANTIDAD	PUESTO	SUELDO BÁSICO	DÉCIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	APORTE PATRONAL	VALOR MENSUAL	VALOR DE NÓMINA MENSUAL	VALOR ANUAL
25	Personal encubierto	$ 399,30	$ 26,62	$ 33,28	$ 16,64	$ 48,51	$ 524,35	$ 13.108,69	$ 157.304,24
TOTALES			$ 26,62	$ 33,28	$ 16,64	$ 48,51	$ 524,35	$ 13.108,69	$ 157.304,24

Elaboración: el autor

Cuadro Nº A5.4
Año 5

CANTIDAD	PUESTO	SUELDO BÁSICO	DÉCIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	APORTE PATRONAL	VALOR MENSUAL	VALOR DE NÓMINA MENSUAL	VALOR ANUAL
30	Personal encubierto	$ 439,23	$ 29,28	$ 36,60	$ 18,30	$ 53,37	$ 576,78	$ 17.303,47	$ 207.641,59
TOTALES			$ 29,28	$ 36,60	$ 18,30	$ 53,37	$ 576,78	$ 17.303,47	$ 207.641,59

Elaboración: el autor

INDICE

I) INDICE

CONTENIDOSPÁGS.

CARATULA.....I

CERTFICACIÓN.....II

AUTORIA.....III

DEDICATORIA.....IV

AGRADECIMIENTO.....V

TITULO.....

A. Titulo.....2

RESUMEN.....

B. Resumen.....4

b.1) Resumen en Español.....4 - 6

b.2) Resumen en Ingles.....7 - 9

INTRODUCCIÓN.....

C. Introducción.....11 – 14

REVISIÓN DE LA LITERATURA.....

D. Revisión de lituratura.....15– 30

MATERIALES Y MÉTODOS .....

E. Materiales y Métodos.....32 – 39

RESULTADOS .....

F. Resultados.....41

f.1) Tabulación e Interpretación.....41 – 58

DISCUSIÓN .....

G. Discusión.....59

g.1) Estudio de Mercado.....59 – 75

g.2) Estudio Técnico.....75– 97

g.3) Estudio Administrativo.....97 – 116

g.4) Estudio Económico.....116 – 129

g.5) Financiamiento ..... 129 – 154

CONCLUSIONES .....

H. Conclusiones.....156 – 159

RECOMENDACIONES .....

I. Recomendaciones.....161 – 162

BIBLIOGRAFÍA ....

J. Bibliografía.....164 – 165

ANEXOS ....

K. Anexos.....167 – 180

ÍNDICE .....

L. Índice.....182 - 183