

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**AREA JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**  
**CARRERA DE BANCA Y FINANZAS**

**TITULO:**

**“INSTALACIÓN DE UNA ACADEMIA DE  
CAPACITACIÓN PARA EL TALENTO HUMANO DEL  
SISTEMA FINANCIERO DE LA CIUDAD DE LOJA”.**

**TESIS, PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE INGENIERA EN BANCA Y  
FINANZAS.**

**AUTORA: SASHA MARICELA CABRERA BENAVIDES**

**DIRECTOR: ING. JAIME RODRIGO LOJAN NEIRA MCA-CP**

**LOJA – ECUADOR**

**2015**



**MCA-CP.**  
**Jaime Lojan Neira.**  
**DIRECTOR DE TESIS:**

**CERTIFICA:**

Que la Señora Sasha Maricela Cabrera Benavides egresada de la carrera de Banca y Finanzas, es autora de la tesis denominada : **“INSTALACIÓN DE UNA ACADEMIA DE CAPACITACIÓN PARA EL TALENTO HUMANO DEL SISTEMA FINANCIERO DE LA CIUDAD DE LOJA”**, la misma que fue revisada y cumple con los requerimientos establecidos por la Universidad, en sus aspectos de fondo y forma por lo cual autorizo su presentación.

Loja, Mayo del 2015.

Atentamente

Ing. Jaime Rodrigo Lojan Neira. MCA - CP

**DIRECTOR DE TESIS**

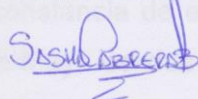
## AUTORÍA

Yo, **Sasha Maricela Cabrera Benavides**, declaro ser la autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el repositorio Institucional- Biblioteca Virtual.

**Autora:** Sasha Maricela Cabrera Benavides

**Firma:**



**Cedula:** 1104229966


**Fecha:** Loja Mayo 2015

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACION ELECTRONICA DEL TEXTO COMPLETO.**

Yo Sasha Maricela Cabrera Benavides , declaro ser autora de la tesis titulada **“INSTALACIÓN DE UNA ACADEMIA DE CAPACITACIÓN PARA EL TALENTO HUMANO DEL SISTEMA FINANCIERO DE LA CIUDAD DE LOJA”**, como requisito para optar al grado de Ingeniero en Banca y Finanzas ; autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad. La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 11 días del mes de Mayo del dos mil quince, firma la autora.

Firma: 

Autora: Sasha Maricela Cabrera Benavides

Cédula: 1104229966

Dirección: Bloques el Tejar ( Av. Orillas del Zamora entre Lourdes y Azuay)

Correo Electrónico: sashac\_64@live.com

Teléfono: 2562215

Celular: 0980945578

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

Director de tesis: Ing. Jaime Lojan Neira . MCA-CP.

Tribunal de grado. Ing. Mauricio Guillen Godoy Mg,Sc (PRESIDENTE)

Ing. Fernando Ludeña Mg,Sc (VOCAL)

Econ. Lenin Peláez Mg,Sc (VOCAL)



# **DEDICATORIA**

Quiero dedicar este proyecto de tesis a mi Señor Jesucristo que con su infinita misericordia me ha dado la sabiduría suficiente para llegar a la culminación de un sueño más como es el ser una profesional. A mi compañerita, mi madre, mi amiga **Lupita Maribel**, que sin duda alguna en el trayecto de mi vida me has demostrado tu amor corrigiendo mis faltas y celebrando mis triunfos gracias mamá TE AMO, mira mamita linda al fin lo logre. A mi tesoro más valioso mi persona favorita que Dios puedo haberme dado mi hijo **Mateo Ezequiel**, como no darle las gracias por ser mi luz mi fuerza y mi todo. A mis hermanos queridos Miguel Ángel, Robert Fabricio, y mi gruñón preferido Jackson Israel, a pesar de que tengamos nuestras eventuales discusiones y malos encuentros, y de que tal vez seamos polos opuestos en ciertas cuestiones, han sido una de las principales personas involucradas en ayudarme a que este proyecto fuera posible. y como no dedicar a mi Estrellita mi papito Miguel Ángel sé que estas en el cielo, pero aunque no lo pueda ver esto va por ti.

**SASHA MARICELA CABRERA BENAVIDES**

# **AGRADECIMIENTO.**

Quiero expresar mi imperecedero agradecimiento a todos los personeros de la Universidad Nacional de Loja especialmente a los docentes de la Carrera de Banca y Finanzas, quienes con sus valiosos conocimientos han sabido encaminarme para que hoy en día no solamente me haya quedado en la teoría, sino que he podido poner en práctica estas enseñanzas, lo cual me ha permitido alcanzar mi meta profesional.

**LA AUTORA**

**1. TITULO.**

**“INSTALACIÓN DE UNA ACADEMIA DE CAPACITACIÓN PARA EL TALENTO HUMANO DEL SISTEMA FINANCIERO DE LA CIUDAD DE LOJA”.**

## **2. RESUMEN**

El presente proyecto de inversión se basa en la gestión de recursos humanos de las instituciones financieras de nuestra ciudad, mismas que no tienen un considerable desarrollo humano – profesional por no existir en el medio una institución dedica a dar capacitación al personal del sistema financiero local, por lo que la investigación se orienta a satisfacer necesidades de conocimiento para ejercer funciones financieras con eficiencia y eficacia.

El objetivo general que se ha planteado para llevar a cabo la investigación científica es: "Demostrar la factibilidad de instalar una academia de capacitación para el talento humano del sistema financiero de la ciudad de Loja"; el mismo que para un efectivo cumplimiento y consolidación, se ha trazado los siguientes objetivos específicos primeramente estructurar un estudio de mercado para determinar la demanda y oferta del servicio, como segundo objetivo se tiene desarrollar un Estudio Técnico, para establecer la ubicación del proyecto", en donde se desarrolló el diseño del sistema para establecer la ubicación macro y micro, eligiendo un lugar estratégico y viable para la implantación de la academia.

El tercero objetivo se orienta a desarrollar un Estudio Jurídico Administrativo para justificar la estructura organizativa del proyecto", en la que consta los requisitos para constituir la en forma legal, estructural y organizacional, y así determinar el personal y las funciones que cumplirán cada uno de ellos.



Como último objetivo se planteó, ejecutar un Estudio Financiero que permita conocer las fuentes de financiamiento e inversiones del proyecto”, en donde como resultados se obtuvo que se necesita una inversión de \$36.167,88, así como también al aplicar indicadores financieros de evaluación se obtuvo un VAN positivo de \$39.430,39 relación beneficio-costo de 1.25, la TIR de 44,56%, y una sensibilidad de 9.45% en incremento en costos y 7,87% en disminución en ingresos.

Para lograr estos objetivos se utilizó métodos como: el científico, inductivo, deductivo, sintético, estadístico, matemático, y técnicas de investigación como: observación, encuesta, entrevista, recolección bibliográficas y muestreo, la que facilitó un desarrollo ordenado y verídico de las diferentes fases del proyecto de inversión, ya que permitió recoger y analizar datos que arrojaron las encuestas y entrevistas aplicadas.

Se concluyó, que el proyecto está enfocado al éxito, se lo debe aprovechar brindando un servicio de calidad combinada con una buena atención y un ambiente agradable, para mantener la fidelidad del cliente institucional hacia la empresa, de igual forma se recomienda la implementación del mismo, ya que resulta favorable y beneficioso, para el desarrollo del léxico profesional del recurso humano del sector financiero, teniendo en cuenta un punto muy importante que las utilidades sean recapitalizadas para dar mayor sostenibilidad a la empresa.

## **SUMMARY**

This investment project is based on the human resources management of the financial institutions in our city, some that do not have a considerable human development - professional by not existing in the Middle an institution dedicated to give training to the staff of the local financial system, so the research focuses on needs of knowledge to perform financial duties efficiently and effectively.

The general objective that has been raised to carry out scientific research is: "Demonstrate the feasibility of installing a training Academy for human talent in the financial system of the city of Loja"; the same as for an effective compliance and consolidation, has drawn the following specific objectives.

First structuring a market study to determine the demand and supply of the service, as second goal is to develop a technical study to establish the location of the project", where the design of the system was developed to establish the location macro and micro, choosing a strategic and viable place for the implementation of the Academy.

The third objective aims to develop an administrative legal study to justify the organizational structure of the project", in which consists the requirements to incorporate it in a legal, structural and organizational, and determine personnel and functions that will meet each of them.

Ultimate goal was, run a financial study that allows to know the sources of financing and investment of the project", in where results were obtained that he needs an investment of \$36.167,88 as well as also to apply financial evaluation indicators was obtained a VAN \$39.430,39 relation benefit-cost of 1.25, positive TIR of 44,56% and a sensitivity of 9.45% increase in costs and 7.87% decline in revenue.

Methods are used to achieve these objectives as: the scientist, inductive, deductive, synthetic, statistical, mathematical, and as research techniques: observation, survey, interview, bibliographic collection and sampling, which facilitated an orderly and true of different phases of the project's investment, development since it allowed to collect and analyze data that threw the surveys and interviews applied.

It was concluded that the project is focused on the success, you must take advantage of it is offering a service of quality combined with good care and a friendly atmosphere, to maintain the institutional loyalty towards the company, similarly recommended the implementation of it, since it is favorable and beneficial for the development of the professional lexicon of the human resources of the financial sector consideration a very important point that the profits are reinvested to give greater sustainability to the company.

### **3. INTRODUCCIÓN.**

Todo proyecto de inversión es fundamental dentro de un socio-economía porque tiene como propósito fundamental resolver necesidades, aprovechando los recursos disponibles, tratando de satisfacer a la sociedad, por ende mejorar las condiciones de vida de la misma.

LA INSTALACIÓN DE UNA ACADEMIA DE CAPACITACIÓN PARA EL TALENTO HUMANO DEL SISTEMA FINANCIERO DE LA CIUDAD DE LOJA, servirá como aporte al personal que labora en las instituciones del sistema financiero de la localidad, brindando capacitación, conocimientos e información primordial y sobre todo ofrecer alternativas a los gerentes de bancos, cooperativas, compañías de seguros etc. tomando en cuenta que la capacitación de los clientes internos es la actualidad un factor clave de éxito , ya que si no hay actualización de conocimientos y procesos bancarios y financieros las instituciones no pueden operar con eficiencia y son sancionados con multas por entidades de control como la Superintendencia de compañías, SRI, Contraloría etc.

De acuerdo al reglamento del régimen académico que establece la estructura del informe final de tesis, a continuación se desglosa de la siguiente manera: Título, “LA INSTALACIÓN DE UNA ACADEMIA DE CAPACITACIÓN PARA EL TALENTO HUMANO DEL SISTEMA FINANCIERO DE LA CIUDAD DE LOJA”; el cual da la pauta general de lo que se va a tratar en el desenvolvimiento del

mismo; Resumen, en este se da a conocer de una forma abreviada el cumplimiento de lo planteado en los objetivos; Introducción, se refiere a la importancia que tiene el tema, el aporte que va a tener con la sociedad y la estructura del proyecto, en cuanto a la Revisión Literaria, consta de la información necesaria, extraída de libros, internet, revistas, así como conceptos, definiciones, para dar un correcto cumplimiento al tema; Materiales y Métodos, se utilizó materiales tecnológicos y de oficina, mediante la metodología empleada en el proyecto de inversión se da a conocer los métodos: científico, analítico, deductivo, inductivo, sistemático, estadístico matemático, y técnicas de investigación como: observación, encuesta, entrevista, recolección bibliográfica que fueron utilizados para la adquisición de información valiosa y determinante, para llevar acabo el desarrollo de las diferentes fases del proyecto; Posteriormente se continúa con los Resultados, después de haber aplicado las encuestas y entrevistas se extrajo información relevante obteniendo resultados que servirán luego para la discusión , en lo que tiene que ver la demanda y la oferta del mercado, además se llevó la secuencia mediante los cuatro estudios del proyecto, como son el estudio de mercado, el estudio técnico, el estudio administrativo legal y el estudio financiero, luego de haber concluido con los estudios se procedió a establecer las conclusiones, las cuales permitirán conocer una síntesis de los aspectos analizados y su relevancia, seguida de algunas Recomendaciones, que pueden ser tomadas como sugerencias para resolver problemas que se presenten respecto al tema.

Posteriormente contiene la Bibliografía, en la que consta la información de dónde fueron extraídos los conocimientos científicos, constituyéndose como un aporte valioso para llegar de la teoría a la práctica, está estructurada también por Anexos, donde se detallan las técnicas que se utilizaron para la recolección de información, finalmente se presenta el Índice, este sirve como guía para la localización de algún tema dentro del presente proyecto.

## **4. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **4.1 MARCO REFERENCIAL**

#### ***4.1.1 Introducción a la capacitación del personal***

Existen autores que se refieren a la capacitación del personal en las empresas es el caso de Angell Land, (1991) que manifiesta:

Para los administradores de recursos humanos, los empleados y trabajadores son el recurso más valioso de toda organización, por esto la necesidad de invertir en ellos al proporcionarles continuamente oportunidades para mejorar sus habilidades.

Esto constituye el desarrollo del personal, que incluye aquellas actividades designadas a capacitar, adiestrar y motivar al empleado, con el propósito de ampliar sus responsabilidades dentro de la organización.

Desarrollar las capacidades que el trabajador proporciona beneficios para los empleados y para la organización, ayuda a los trabajadores a aumentar sus habilidades, cualidades y beneficia a la organización al incrementar las habilidades del personal de manera costo-efectivo ( pag 72-73).

La capacitación hará que el trabajador sea más competente y hábil; Además al utilizar y desarrollar las habilidades del trabajador, la organización entera se vuelve más fuerte, productiva y rentable.

#### ***4.1.2 Proceso de capacitación al Recurso Humano.***

“La capacitación es un proceso educacional a corto plazo, mediante el cual las



personas aprenden conocimientos, actitudes y habilidades en función de objetivos definidos” (VÁZQUEZ, pág. 122).

La capacitación se refiere a los métodos usados para proporcionar al personal de una empresa las habilidades que éstos necesitan para realizar su trabajo, esta abarca desde cursos sencillos sobre terminología hasta cursos complejos que permiten entender el funcionamiento de un nuevo sistema; tales cursos pueden ser teóricos o prácticos, o combinados.

La capacitación es un proceso que lleva a mejorar continuamente las actividades laborales, con el fin de implantar mejores formas de trabajo, esta es una actividad sistemática, planificada y permanente, cuyo propósito general es: preparar desarrollar e integrar al recurso humano en el proceso productivo, mediante la entrega de conocimientos, desarrollo de habilidades y actitudes necesarias para el mejor desempeño de todos los trabajadores. En este sentido, la capacitación va dirigida al perfeccionamiento técnico del trabajador, para que éste se desempeñe eficientemente en las funciones a él asignadas. Producir resultados de calidad, dar excelente servicio a los clientes, prevenir y solucionar anticipadamente problemas potenciales dentro de la organización.

Por medio de la capacitación el perfil del trabajador se adecua al perfil de conocimientos, habilidades y actitudes requerido en un puesto de trabajo, la capacitación no debe confundirse con el adiestramiento, este último implica una transmisión de conocimientos que hacen apto al individuo ya sea para un equipo o maquinaria.

El proceso de capacitación se puede acometer de dos modos, primero, el que se produce por y dentro el mismo grupo de trabajo; se da un intercambio que fomenta el aprendizaje a través de experiencias compartidas, en este aspecto, la capacitación de saberes es inherente al oficio específico de cada trabajador. Segundo, la que es acometida por una persona ajena al ámbito de la organización. Por ejemplo, facilitadores externos de empresas especializadas en el área. Se capacita al personal de una empresa para alcanzar la satisfacción por el trabajo que realiza; pues si un empleado no está satisfecho con la labor que lleva a cabo no podrá efectuar un trabajo eficiente.

El proceso de capacitación es un proceso continuo, el mismo está constituido de cinco pasos, a que continuación mencionamos:

1. Analizar las necesidades. Identifica habilidades y necesidades de los conocimientos y desempeño.
2. Diseñar la forma de enseñanza: Se elabora el contenido del programa, folletos, libros, actividades.
3. Validación: Se eliminan los defectos del programa y se hace una presentación restringida a un grupo pequeño de personas.
4. Aplicación: Se dicta el programa de capacitación.
5. Evaluación: Se determina el éxito o fracaso del programa.

#### **4.1.3 Programas de capacitación**

Los programas de capacitación son la traducción de las expectativas y necesidades de una organización en determinado periodo de tiempo. Éste corresponde a la realidad que se espera concretar efectivamente en un determinado plazo y, por lo mismo, debe estar vinculada a los recursos disponibles y las disponibilidades organizacionales.

Se propone considerar el modelo que presenta ARELLANO (2001), para programas de capacitación:

Para la elaboración de un programa de capacitación se pueden considerar, por lo menos, tres criterios:

1. Distribución personalizada de los recursos: El énfasis se enfoca en lograr que la mayor cantidad de funcionarios participen de la capacitación. Implica determinar el presupuesto disponible y sobre esa base asignar la capacitación, se prioriza la cobertura de las actividades que se aprueben.

2. Distribución centrada en la capacitación específica: Aquella destinada a resolver brechas de competencias que están dirigidas a debilidades de la organización. Las acciones se orientan, a veces, a temas que están alejados de los intereses y motivaciones de los funcionarios.

3. Distribución orientada a la capacitación específica, que también da cuenta de la capacitación general: En este tipo de escenarios los procesos de detección de necesidades dan cuenta de toda su fortaleza, en la medida que han sido

capaces de considerar, sin exclusiones previas, todas las perspectivas y expectativas vigentes en la organización.

#### **4.1.4 Principios fundamentales de la capacitación**

El contenido de la capacitación involucra cuatro tipos de cambios de comportamiento, a saber:

1. Transmisión de informaciones: Distribuir información entre los entrenados como un cuerpo de conocimientos.

2. Desarrollo de habilidades: Destrezas y conocimientos directamente relacionados con el desempeño del cargo actual. Es una capacitación orientada de manera directa a las tareas y operaciones del trabajador.

3. Desarrollo de actitudes: Se refiere al cambio de actitudes negativas por actitudes más favorables entre los trabajadores, aumento de la motivación, desarrollo de la sensibilidad del personal de gerencia y de supervisión.

4. Desarrollo de conceptos: la capacitación puede estar conducida a elevar el nivel de abstracción y conceptualización de ideas, ya sea para facilitar la aplicación de conceptos en la práctica administrativa o para elevar el nivel de generalización. (Pág. 150).

Cuando se desarrolla un plan de capacitación se está enseñando a alguien un nuevo conocimiento acrecentando el valor de esa persona en la organización,

así la capacitación tiene que aportar el conocimiento necesario para realizar tareas específicas e infundir el deseo de llevarla a feliz término.

Se utilizará la información del análisis para diseñar los programas y plan de capacitación y desarrollo, el análisis mostrará el tipo de habilidades, y, por tanto, de capacitación que se requieren. El análisis es útil para asegurar que todas las actividades estén asignadas a posiciones específicas. El análisis reporta como las actividades y los conocimientos requeridos han sido identificados, lo que amerita un plan de capacitación.

Modelo de plan de capacitación. Denominación del plan de capacitación:

- Plan específico de aprendizaje con predominio en la empresa.
- Plan específico de aprendizaje con predominio en el centro de formación.
- Plan profesional: prácticas pre-profesionales.
- Plan específico de pasantía en la empresa.

Plan de programa de capacitación:

Contenido

- Introducción y Antecedentes
- Evaluación de necesidades

Descripción del Programa

- Proceso de formulación
- Caracterización del contexto

- Diagnostico
- Planificación de la capacitación
- Esquema de conceptualización y diseño

#### ***4.1.5 Técnicas de la capacitación aplicada***

Las técnicas didácticas son el entramado organizado por el facilitador por medio de las cuales busca cumplir los objetivos propuestos, estas son mediaciones y como tal tienen una carga relativa a la formación social, valores y formación. Las técnicas se encuentran en constante relación con las características personales y habilidades del individuo y de los grupos; además, del contenido a trabajar, de las condiciones físicas del espacio y el tiempo a emplear.

Entre las técnicas de capacitación aplicadas, según VÁZQUEZ, (1985) se tiene las siguientes:

- Instrucción directa sobre el puesto: La cual se da en horas laborables, se emplea para enseñar a obreros y empleados a desempeñar su puesto de trabajo, se basa en demostraciones y prácticas repetidas, hasta que la persona domine la técnica, esta técnica es impartida por el capacitador, supervisor o un compañero de trabajo.
- Rotación de puesto: Se capacita al empleado para ocupar posiciones dentro de la organización en periodo de vacaciones, ausencias y renuncias, se realiza una instrucción directa.

- Relación experto-aprendiz: Se da una relación maestro- Aprendiz, en dicha relación existe una transferencia directa del aprendizaje y una retroalimentación inmediata.
- Técnicas de capacitación aplicadas fuera del sitio de trabajo: En este ámbito existen las siguientes:
  - Conferencias, videos, películas, audiovisuales y similares: Esta técnica no requiere de una participación activa del trabajador, economiza tiempo y recurso. Ofrece poca retroalimentación y bajos niveles de transferencia y repetición.
  - Simulación de condiciones reales: Permite transferencia, repetición y participación considerable; generalmente las utilizan las compañías aéreas, los bancos y los hoteles, esta consiste en la simulación de instalaciones de operación real, donde el trabajador va a aprender de manera práctica su puesto de trabajo.
  - Actuación o socio drama: Esta técnica da la oportunidad al trabajador a desempeñar diversas identidades; crea vínculos de amistad y de tolerancia entre los individuos y permite reconocer los errores.
  - Estudio de casos: Permite al trabajador resolver situaciones parecidas a su labor. El trabajador recibe sugerencias de otras personas y desarrolla habilidades para la toma de decisiones, en esta técnica se practica la participación, más no la retroalimentación y la repetición.
  - Lectura, estudios individuales, instrucción programada: Se refiere a cursos basados en lecturas, grabaciones, fascículos de instrucción



programada y ciertos programas de computadoras. Los materiales programados proporcionan elementos de participación, repetición, relevancia y retroalimentación, la transferencia tiende a ser baja.

- Capacitación en laboratorios de sensibilización: Consiste en la modalidad de la capacitación en grupo, se basa en la participación, retroalimentación y repetición, se propone desarrollar la habilidad para percibir los sentimientos y actitudes de las otras personas. VÁZQUEZ, 1985, pág. 122).

## **4.2 MARCO CONCEPTUAL**

### **4.2.1 INSTITUCIÓN FINANCIERA**

Una institución financiera es una organización que facilita servicios financieros a sus clientes, probablemente el servicio financiero más común es actuar como intermediario financiero. Entre las entidades financieras están los bancos, cooperativas de ahorro y crédito o sociedades de préstamo inmobiliario, empresas de seguros. Las instituciones financieras facilitan el flujo de dinero a través de la economía permitiendo que los ahorros sean utilizados para facilitar fondos para préstamos.

**4.2.2 PLAN DE NEGOCIOS:** “Es un documento que identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio, examina la viabilidad técnica, económica y

financiera de la misma, y desarrollo todos los procedimientos y estrategias necesarias para convertir la citada oportunidad de negocio en un proyecto empresarial concreto” (Bermejo & De La Vega, 2003, p. 58).

**4.2.3 ESTUDIO DE MERCADO:** “Es la parte del proyecto en la cual se determina el grado de necesidad que se presenta en la sociedad, con relacion al bien o servicio” (Moreno 1998, p. 50). Este estudio permite determinar si hay o no demanda insatisfecha para el servicio que se desea ofrecer. Por lo tanto el estudio de mercado no es solamente el punto de partida de un proyecto, sino tambien una de sus etapas mas importantes, puesto que a traves de este se determina la viabilidad o no seguir cn las demas etapas de del estudio.

**4.2.4 Servicio:** Son actividades, beneficios o satisfacciones identificables e intangibles, que se ofrecen en renta o a la venta, con el objetivo no solo de responder, sino también la de satisfacer deseos o necesidades de un cliente.

**4.2.5 Cliente:** Es el individuo, sujeto o entidad que mediando una transacción financiera accede a recursos, productos o servicios de cual tipo (tecnológico, gastronómico, mueble o inmueble, entre otros) brindados por una empresa o negocio.

**4.2.6 Demanda:** “Es la cantidad de bienes y servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a comprar dependiendo de su poder

adquisitivo” (Parkin, 2007, p. 74). Esto con el objetivo de satisfacer necesidades y/o deseos en base al precio y lugar establecido, que permita satisfacer sus necesidades de compra.

**4.2.7 Demanda Potencial:** Es la demanda probable, donde un producto, bien o servicio podría alcanzar el volumen máximo de compra.

**4.2.8 Demanda Real:** Son todos los consumidores del mercado disponible que compran un producto específico.

**4.2.9 Demanda Efectiva:** Es la cantidad de personas que verdaderamente van adquirir el servicio, o se encuentran en capacidad de hacerlo, es decir la cantidad de bienes y servicios que verdaderamente se consumidos.

**4.2.10 Oferta:** Es la relación entre la cantidad de bienes y servicios que las empresas u organizaciones están dispuestas a vender en el mercado a un precio determinado

**4.2.11 Demanda insatisfecha:** Es aquella demanda donde la misma “parte de una población o un conjunto de instituciones que no reciben el servicio y/o producto que requieren, por lo tanto, la demanda es mayor que la oferta” (Valencia, 2011, pág. 4). Demanda que puede ser cubierta en su totalidad o en parte por el proyecto.

**4.2.12 Marketing:** Es el conjunto de técnicas utilizadas para la comercialización y distribución de un producto, bien o servicio entre los

distintos consumidores, lo cual influye en saber tomar las mejores decisiones en cuanto se refiere a servicios, precios, y promoción para alcanzar el éxito de la organización.

**4.2.13 Plan de Marketing:** “Es el conjunto de actividades que define la forma de cómo se comercializará un producto o servicio en el mercado” (Bermejo & De La Vega, 2003, pág. 73).

Es decir que implica el saber qué hacer, el cómo se hará, el cuándo se llevara a cabo y el quien será el responsable de las medidas comerciales.

**4.2.14 Marketing Mix:** “Es aquel incluye todas las técnicas que puede tomar una empresa para influir en la demanda de sus productos. Este sin fin de posibilidades se puede agrupar en torno a las cuatro P” (Kotler & Gary, 2004, p. 60).

**4.2.15 Producto:** Son los bienes y servicios que ofrece una empresa u organización para atraer la atención del su público objetivo, el mismo que puede ser adquirido, usado o consumido.

**4.2.16 Precio:** Es aquel para el que se igualan la oferta y la demanda, es decir que es la cantidad monetaria, a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar el servicio.

**4.2.17 Plaza:** Se refiere a los lugares donde venderemos nuestro producto y a los canales de distribución, es decir que son todas las actividades que efectúa

la empresa para hacer accesible un producto o servicio a un público objetivo.

**4.2.18 Promoción:** Son todas las acciones que desarrollo una empresa para comunicar las cualidades de sus productos o servicios, cuyo fin consista en convencer a los clientes para que compren.

**4.2.19 Publicidad:** La publicidad es lo que da vida al negocio mediante anuncios espectaculares, carteles, volantes, folletos, tarjetas y personas que recomiendan; buscando incrementar ventas, atraer nuevos clientes, promocionar ofertas e introducir un nuevo producto o servicio.

**4. 3 ESTUDIO TÉCNICO:** Es un estudio que consiste en resolver las preguntas referente a dónde, cuándo, cuanto, cómo y con qué se va producir el servicio que se desea prestar y que por ende son la base primordial para el cálculo financiero y la evaluación económica del proyecto a realizar.

**4.3.1 Macrolocalización:** Se refiere a la selección del área donde se ubicará o instalará la empresa o negocio (país, provincia y ciudad), cuyo objetivo es la de analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de determinar el lugar donde se obtenga la máxima ganancia. Por ello se deben ver las facilidades y costos de la mano de obra e insumos; materias primas, energía eléctrica, actitud de la comunidad, zonas francas, condiciones sociales y culturales.

**4.3.2 Microlocalización:** Consiste en determinar el terreno concreto donde se va a levantar el proyecto, empresa o negocio y por consiguiente debe ser más detallado y especificado.

En la micro localización deben tomarse varios aspectos importantes como la localización urbana, suburbana o rural para el transporte del personal, disponibilidad de servicios, condicionar las vías urbanas y de las carreteras, la recolección de basuras y residuos, restricciones locales Impuestos, tamaño del sitio, forma del sitio, características topográficas del sitio, así como condiciones del suelo en el sitio. (Marín, 2012, p.5)

**4.3.3 Capacidad instalada:** Corresponde a la capacidad máxima disponible de producción permanentemente de la empresa. irónico

**4.3.4 Capacidad utilizada:** Es la fracción de la capacidad instalada que se está utilizando y se refiere a la capacidad utilizada en promedio y se expresa como un porcentaje de la capacidad instalada.

**4.3.5 Ingeniería del Servicio:** El objetivo general del estudio de ingeniería del proyecto es “resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la plantas, desde de la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria, hasta definir la estructura de organización que ha de tener la nueva unidad productiva” (Baca, 2001, p. 101).

**4.3.6 Servicios complementarios:** Son aquellos que tienden a utilizarse en conjunto; por lo que si baja la demanda de uno, esto afecta la demanda del otro

servicio, es decir que si el precio del servicio aumenta, esto puede afectar su demanda y por ende también afectar la demanda del servicio complementario.

**4.3.7 Servicios sustitutos:** Son aquellos que se utilizan en lugar de otros y son competencia en los mercados; es decir, un servicio o bien es competencia del otro y, en consecuencia, si el precio de uno de los bienes aumenta, eso hace que la demanda de ese bien disminuya, y por el contrario la demanda por el bien sustituto aumentará, pues entrará a remplazar al que aumentó de precio.

**4.3.8 Flujogramas:** Son aquellos en los cuales se emplean símbolos y figuras para representar una etapa o un proceso de un producto o servicio, en los cuales además de mostrar la secuencia de actividades, también evidencia lo que se realiza en cada etapa, los materiales o servicios que entran y salen del proceso, las decisiones que deben ser tomadas y las personas involucradas.

**4.3.9 Distribución de la planta:** Se refiere a la disposición física de los puestos de trabajo, de sus componentes, materiales y la ubicación de la maquinaria, para que fluya de mejor manera los procesos y así conseguir la máxima economía en el trabajo, y por ende garantizar la seguridad del trabajador.

**4.4 ESTUDIO ORGANIZACIONAL:** Es aquel donde se presentan las estructuras legales y funcionales que deberá tener la empresa, haciendo mención de las pautas que se deberán seguir para la constitución de la misma como tal.



**4.4.1 ESTRUCTURA LEGAL:** Es el aspecto jurídico donde se localiza información sobre la constitución legal de la empresa (número de socios, tipo de actividad a realizar, constitución de la sociedad, registros, licencia fiscal, licencia de la actividad, etc.)” (Bermejo & De La Vega, 2003, p. 80). Además incluye leyes laborales, tributarias, económicas, comerciales, derechos y obligaciones y demás requisitos que debe cumplir una empresa para su correcto funcionamiento.

**4.4.2 Razón Social:** Es el nombre o denominación oficial y legal por la cual se conoce a una empresa, el cual figurará en el documento donde conste la creación de la misma y que forma parte principal de la imagen corporativa de todo organización.

**4.4.3 Compañía de Anónima:** “La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones” (Comisión Ecuador, 1999, p. 27). Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.

**4.4.4 Permisos:** Son las autorizaciones otorgadas por los respectivos organismos pertinentes para el adecuado funcionamiento de la empresa y que la mismas pueda prestar sus respectivos servicios.

**4.4.5 Patentes:** Es un derecho exclusivo concedido a un producto o procedimiento, que aporta, en general, una nueva manera de hacer algo o una

nueva solución técnica a un problema.

**4.5 ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA:** Es uno de los aspectos más importantes dentro de un plan de negocios para el buen funcionamiento de la empresa, ya de este estudio depende una adecuada elaboración de organigramas y manuales en la cual se asigne funciones, responsabilidades, perfil de los puestos de trabajo, división del trabajo, departamentalización, establecimiento jerárquico y coordinación.

**4.5.1 Slogan:** Es parte esencial de la publicidad, que representa la palabra, frase o lema por la que la empresa se va caracterizar y a diferencia de las demás, el mismo que debe ser original e impactante.

**4.5.2 Logotipo:** Parte esencial de la publicidad, que comprende el diseño gráfico o “símbolo que utiliza normalmente una empresa para que la identifiquen con más facilidad” (Stanton, Etzel, & Walker, 2004, p. 303).

**4.5.3 Visión:** Es el conjunto de ideas generales, que proveen el marco de referencia de lo que una unidad de negocio quiere ser en el futuro, señalando el rumbo dirección de la misma: ¿Dónde quiere llegar la empresa?; ¿Cómo se ven o establecen en cinco años?; ¿objetivos principales a futuro?; ¿Área que quieren cubrir en servicios?; ¿Con quién desean llegar a ese futuro?

**4.5.4 Misión:** Es la razón de ser de una empresa u organización, que describe el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización, que define los mercados a los que se dirige, los clientes a los que

sirve y los productos que ofrece, dando respuesta a las siguientes preguntas: ¿Cuál es el objetivo de la existencia?; ¿Por qué se crea la empresa?; ¿Con quién se crea?; ¿Dónde se crea?; ¿Cuáles son los beneficios?; ¿Cómo quiere cumplir los objetivos propuestos?

**4.5.5 Organigramas:** Es un instrumento utilizado por las ciencias administrativas para análisis teóricos y la acción práctica, en el que se detalla el cargo, área, objetivo y funciones.

**4.5.6 Organigrama Estructural:** Representa el esquema básico de una organización, es decir, sus unidades administrativas y la relación de dependencia que existe entre ellas.

**4.5.7 Organigrama Funcional:** Es la representación gráfica que incluye las principales funciones que tienen asignadas cada jerarquía, además de las unidades y sus interrelaciones.

**4.5.8 Organigrama Posicional:** Es aquel que recoge los nombres de las personas que pertenecen a cada uno de los niveles estructurales y funcionales; además el número de cargos, la denominación del puesto y la clasificación, en algunos casos se incluye la remuneración.

**4.5.9 Manual de Funciones:** Permiten una correcta orientación a los empleados de las organizaciones sociales, al describir las funciones de cada uno. con relación al cargo y puesto que ocupa en la empresa, así como la interrelación con los otros puestos dentro de la organización social.

**4.6 ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO:** El plan económico y financiero es otro de los elementos claves dentro de un plan de negocio, su intención es evaluar la viabilidad económica de un proyecto empresarial y al mismo tiempo dar opciones factibles de financiamiento para el mismo; es decir que permitirá determinar cuál será la cantidad de recursos económicos necesarios para la realización del proyecto.

**4.6.1 Evaluación Financiera:** Permite conocer la factibilidad del proyecto a través de la utilización de respectivos instrumentos y análisis que permitirán conocer todo lo relacionado a la capacidad financiera y a la rentabilidad del capital propio y ajeno invertido en el proyecto, como una de las bases primordiales para determinar el hasta donde los costos pueden ser cubiertos oportunamente.

**4.6.2 Activos Fijos:** Son los bienes con los cuales se va a poner en marcha el proyecto como: terrenos, edificios, maquinaria, muebles y enseres, equipo de cómputo entre otros. Se le llama fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de él sin que ello ocasione problemas.

**4.6.3 Activos diferidos:** Son todos los bienes intangibles necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

**4.6.4 Activo Circulante:** Fondos que se constituye y se debe mantener durante un ciclo de producción y comercialización, con la finalidad de evitar interrupciones.

**4.6.5 Costo:** Son los desembolsos causados por el proceso de producción, o por la prestación de un servicio, que son recuperables.

**4.6.6 Gastos:** Son desembolsos para la administración de una empresa, no recuperables.

**4.6.7 Balance general:** Es un documento contable que refleja la situación financiera de la empresa, a una fecha determinada y que permite efectuar un análisis comparativo de la misma; incluye el activo, el pasivo y el capital.

**4.6.8 Estado de pérdidas y ganancias** Esta es una declaración de la posición actual de la empresa en términos de los productos, rendimientos, ingresos, rentas, utilidades, ganancias, costos, gastos y pérdidas correspondientes a un periodo determinado.

**4.6.9 Flujos de caja:** Permite tomar decisiones sobre la evolución de la empresa durante la vida útil del proyecto, en donde se agrupan las fuentes de acuerdo al origen de los fondos. Se lo obtiene relacionando el total de ingresos con el total de egresos de cada año de vida útil.

**4.6.10 Punto de Equilibrio:** Lugar donde ni se pierde, ni se gana, permite tener conocimiento cuando son iguales tanto los ingresos por ventas y el total de costos (fijos y variables).

**4.6.11 Valor Actual Neto (VAN):** Es la diferencia entre los flujos de tesorería actualizados a una tasa de interés prefijado (tasa de diferencia) y las inversiones actualizadas a esa misma tasa.

Este criterio plantea que el proyecto debe aceptarse si su Valor Actual Neto (VAN) es igual o superior a cero, ya que un VAN positivo indica que la inversión en el Proyecto produce beneficios superiores a los que podrían obtenerse invirtiendo la misma cantidad a la tasa de referencia.

$$\text{VAN} = \sum \text{Valor Actualizado} - \text{Inversión Inicial}$$

**4.6.12 Tasa Interna de Retorno (TIR):** “Es la tasa de descuento por la cual el valor presente neto es igual a cero, o dicho de otro modo, es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial” (Baca, 2001, p. 216).

$$\text{TIR} = T_m + Dt * \left( \frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor} - \text{VAN mayor}} \right)$$

**4.6.13 Periodo de Recuperación de la Inversión:** Es el tiempo requerido para que las ganancias u otros beneficios económicos, sobre una inversión, iguallen el valor de los costos de inversión.

**4.6.14 Relación Beneficio – Costo:** Permite conocer la medida de rentabilidad de un proyecto en términos relativos, en donde se toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se invierte en el proyecto.

$$\text{BC} = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Costos Actualizados}}$$

**4.6.15 Análisis de Sensibilidad:** Es aquel mediante el cual se busca evaluar la sensibilidad de los indicadores de rentabilidad ante variaciones de las variables más significativas e inciertas, como en caso de incrementar costos y disminuir ingresos.

## 5. MATERIALES Y MÉTODOS

### 5.1 MATERIALES

DETALLE
Hojas
Esferos
Hojas de impresión
Cartuchos de tinta
Pen drive
Libros
Calculadora
<b>Otros</b>

### 5.2 MÉTODOS

El presente trabajo investigativo se ha desarrollado en la ciudad de Loja, por lo cual se consideró aspectos relevantes de nuestro medio, los mismos que permiten poner en práctica los conocimientos, mediante la aplicación de métodos tales como:

**5.2.1 Método Científico:** Que ha sido la base que permitirá la búsqueda del conocimiento, ayudó a establecer el tema de tesis delimitado, además al desarrollo de la problemática, justificación y porqué de la realización del tema, plantear los objetivos, estructurar el marco teórico y la realización del proceso lógico investigativo.



**5.2.2 Método Deductivo:** Ayudó a la identificación de los problemas y necesidades que surgen dentro de la localidad institucional, además proporciono información acerca del mercado para determinar el tamaño de muestra, en base a datos generales y reales de la población en estudio a nivel local, y la demanda real del servicio. Además facilitó especificar, concretar, delimitar, aspectos teóricos-prácticos de interés, partiendo de información general o global que se interpretará según procesos aplicados, y se estableció el ámbito externo del área de influencia.

**5.2.3 Método Inductivo:** Sirvió para identificar datos y hechos previamente obtenidos a través de las técnicas de investigación que se aplicaron, además a efectuar el análisis de las encuestas realizadas, y a generalizar gustos y preferencias del servicio que se prestará.

**5.2.4 Método Analítico:** Para realizar el análisis e interpretación de datos obtenidos en las encuestas que se aplicaron; y en general para toda la información recopilada durante el desarrollo del estudio investigativo, además permitió proponer conclusiones y recomendaciones acertadas.

**5.2.5 Método Estadístico:** Permitted utilizar modelos, fórmulas matemáticas, para la realización de la tabulación de las encuestas, determinar con precisión ciertos parámetros que son sujetos de análisis técnicos; determinando objetivamente resultados eminentes, críticos para el estudio de factibilidad y cómo aplicar procedimientos para segmentar la demanda potencial, real etc

del servicio que se propone prestar, además para la elaboración del estudio financiero del presente proyecto de factibilidad.

**5.2.6 Método Bibliográfico:** Este método se aplicó para extraer información de revistas, libros, folletos, periódicos, videos, internet, etc. para el desarrollo del marco teórico conceptual referencial.

### 5.3 Técnicas

- **Observación Directa:** Ayudó a identificar como se encuentra en la actualidad la dinámica del mercado hacia el cual está orientado el proyecto (capacitación en temas financieros) y además conocer la acogida en el mercado del servicio ofertado.
- **Técnica De La Encuesta:** Se utilizó la técnica de la encuesta para la recolección de datos y así mismo organizar y presentar la información obtenida, permitiendo de esta manera analizar los resultados, cuya información fue importante para la realización de estudios posteriores.

### 5.4 Población y Muestra:

Para la realización de las encuestas, se obtuvo información del Servicio de Rentas Internas para establecer las instituciones financieras privadas de la ciudad de Loja”, mismas que entre Bancos, Cooperativas de Ahorro y Crédito, Mutualista suman: 57 ENTIDADES PRIVADAS, mismas que según el INEC

tienen un crecimiento anual promedio de 7% para las provincias de Loja y Zamora Chinchipe.

**TASA DE CRECIMIENTO DEL SISTEMA FINANCIERO PRIVADO DE LA CIUDAD DE LOJA**  
**FÓRMULA DE PROYECCIÓN**

$$Pa = Po (1 + i)^n$$

**Pa = ?**

**Po = 53 (2012)**

$$i = 0.7\% / 100 = 0.07$$

**n = (1, 2, 3, 4, 5, 6)** según años de proyección

**AÑO 1**

$$Pa = Po (1 + i)^n$$

$$Pa = 53 (1+0.07)^1$$

$$Pa = 53 (1.07)^1$$

$$Pa = 53 (1.07)$$

**Pa = 57 para el año 2013**

<p><b>Pa</b>= población actual</p> <p><b>Po</b> = población inicial</p> <p><b>1</b> = constante</p> <p><b>i</b> = Tasa de incremento poblacional</p> <p><b>n</b> = número de años</p>
---

**Cuadro Nro. 1**  
**PROYECCIÓN DE INSTITUCIONES FINANCIERAS EN LA CIUDAD DE**  
**LOJA (7% Tasa).**

<b>Nº</b>	<b>AÑOS</b>	<b>POBLACIÓN DE INSTITUCIONES FINANCIERAS DE LA CIUDAD DE LOJA</b>
	<b>2012</b>	<b>53</b>
<b>0 BASE</b>	<b>2013</b>	<b>57</b>
<b>1</b>	<b>2014</b>	<b>61</b>
<b>2</b>	<b>2015</b>	<b>65</b>
<b>3</b>	<b>2016</b>	<b>69</b>
<b>4</b>	<b>2017</b>	<b>74</b>
<b>5</b>	<b>2018</b>	<b>80</b>

Fuente: SRI, INEC

Elaboración: La Autora

Por ser una población pequeña no se aplicó fórmula para obtener una muestra, se aplicará a los gerentes, directivos o jefes de recursos humanos de las entidades financieras que a continuación se exponen.

**Cuadro Nro. 2**

**ENTIDADES FINANCIERAS DE LA CIUDAD DE LOJA A ENCUESTAR**

<b>Nro.</b>	<b>NOMBRES DE LAS ENTIDADES</b>
1	COAC. CREDIAMIGO
2	COAC. DINERS FX
3	COAC. UNION LTDA
4	COAC.27 DE DICIEMBRE
5	COAC. MERCADO CENTRO COMERCIAL LOJA
6	COAC. PÚBLICAS FISCALES DE LOJA
7	COAC. GRAMIN
8	BANCO PARA LA ASISTENCIA COMUNITARIA FINCA
9	BANCO PROCREDIT
10	BANCO DEL AUSTRO
11	BANCO PICHINCA
12	BANCO INTERNACIONAL

13	BANCO PRODUBANCO
14	COAC. JEP
15	BANCO BOLIVARIANA
16	COAC. CATAMAYO EXPRESS
17	COAC. SERVICOOOP
18	COAC. CACPE ZAMORA
19	COAC. SERVIDORES MUNICIPALES DE LOJA
20	COAC. SAN SEBASTIAN
21	COAC. CACDE SUR
22	COAC. EL EMPRENDEDOR
23	COAC. EDUCADORES DE LOJA
24	COAC. MIGRANTES & EMPRENDEDORES
25	COAC. BANSUR
26	COAC. 29 DE OCTUBRE
27	BANCO DE GUAYAQUIL
28	COAC. INSTITUTO TÉCNICO DANIEL ALVAREZ BURNEO
29	COAC. CODESARROLLO
30	COAC. COOPMEGO
31	COAC. CODEPRO
32	BANCO DE LOJA
33	COAC. CÁMARA DE COMERCIO CADECOL
34	MUTUALISTA PICHINCHA
35	BANCO DE MACHALA
36	BANCO UNIBANCO
37	COAC. EL PORVENIR
38	COAC. CRECER
39	CACPE-LOJA
40	COAC. PADRE JULIAN LORENTE
41	COAC. FORTUNA
42	COAC. JUVENTUD EMPRENDEDORA DE LOJA
43	COAC. PROSPERAR
44	COAC. HOSPITAL MILITAR DE LOJA
45	COAC. CASA FÁCIL
46	COAC. SERVIDOR UNIVERSITARIO
47	COAC. REINA DEL CISNE
48	COAC. SOLIDARIO
49	COAC. LOJA INTERNACIONAL
50	COAC. SINDICATO DE CHOFERES PROFESIONALES DE LOJA
51	COAC. NUEVOS HORIZONTES
52	COAC. CRISTO REY
53	COAC. COOPYMEC-M

54	COAC. SARAGUROS
55	COAC. GLOBALCOOP
56	COAC. "UNION Y PROGRESO" UNIPRO LTDA
57	COAC. UNICOOP

Fuente: Superintendencia de Bancos  
Elaboración: La Autora

## 6. RESULTADOS

### 6.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA ENCUESTA APLICADA A INSTITUCIONES FINANCIERAS LOCALES EN LA CIUDAD DE LOJA.

#### Pregunta Nro. 1

¿Indicar si la institución es de orden público, o privado?

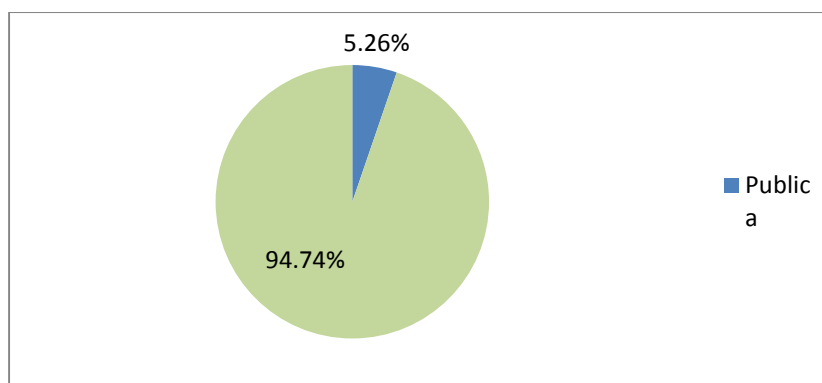
**CUADRO N° 3**

PARROQUIA	FRECUENCIA	%
Publica	3	5.26
Privada	54	94.74
<b>TOTAL</b>	<b>57</b>	<b>100.00</b>

**Fuente:** Anexo N°1 Pregunta 1

**Elaboración:** la autora

**GRÁFICO N° 01**



#### Interpretación y Análisis

Con esta pregunta se pretende establecer el sector público o privado al que pertenece cada institución encuestada estableciendo que un 94.74% pertenecen al sector privado y el 5.26% de los encuestados representa al sector público.

## Pregunta Nro. 2

¿Cuál es el cargo que Ud. ocupa en la institución?

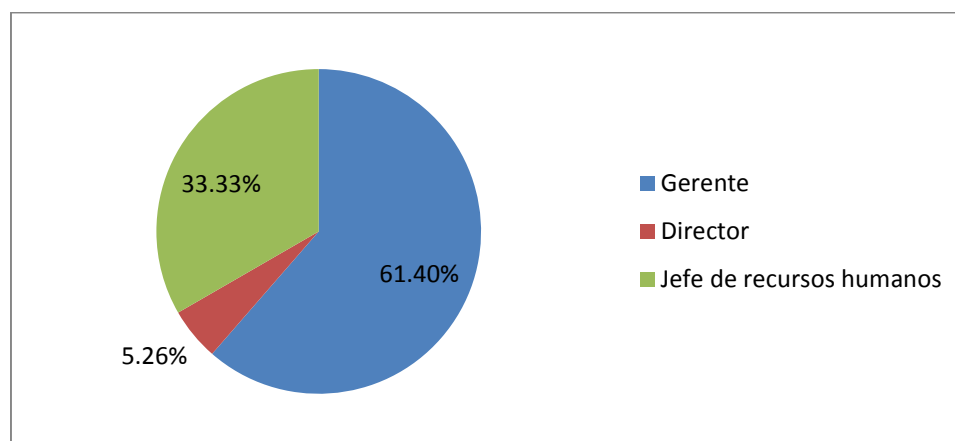
**CUADRO Nº 4**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Gerente	35	61.40
Director	3	5.26
Jefe de recursos humanos	19	33.33
<b>TOTAL</b>	<b>57</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Anexo Nº1 Pregunta 2

**Elaboración:** La Autora

**GRÁFICO Nº 02**



## Interpretación y Análisis

Se ha obtenido como resultados que el 61.40% de las personas encuestados son gerentes, 33.33% jefes de recursos humanos y el 5.26% directores esto en el caso de las instituciones financieras públicas, esta pregunta ha servido para establecer que las personas encuestadas si están vinculadas a las decisiones y enteradas de la elaboración de planes de capacitación para el personal.



### Pregunta Nro 3

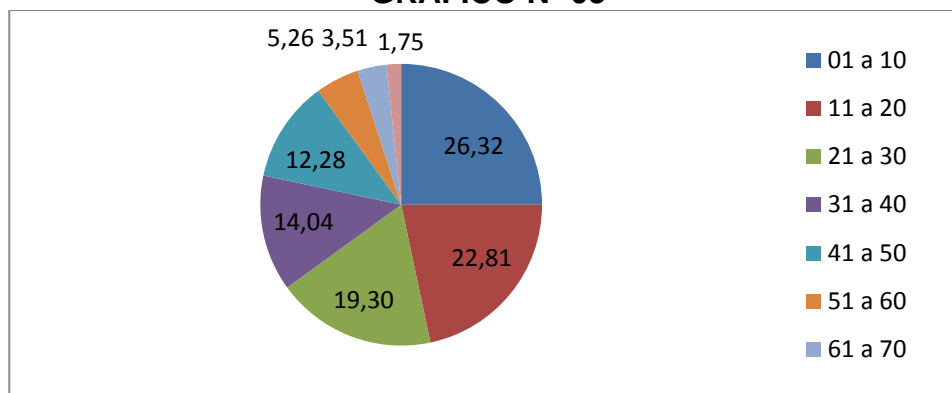
¿Cuántas personas laboran en la Institución Financiera?

**CUADRO Nº 5**

ALTERNATIVAS \$	FRECUENCIA	%
01 a 10	15	26.32
11 a 20	13	22.81
20 a 30	11	19.30
30 a 40	8	14.04
50 a 60	7	12.28
60 a 70	3	5.26
70 a 80	2	3.51
Más de 80	1	1.75
<b>TOTAL</b>	<b>57</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Anexo Nº1 Pregunta 3  
**Elaboración:** La Autora

**GRÁFICO Nº 03**



### Interpretación y Análisis

Se ha obtenido que según la magnitud de la empresa cuentan con el personal, así hasta 10 empleados el 26.32% hasta 20 el 22.81%, hasta 30 el 19.30%, hasta 40 el 14.04%, hasta 50 el 12.28%, hasta 60 el 5.26%, hasta 70 el 1.75%, esta pregunta a servido para establecer el número de empleados con que cuentan para poder establecer un cupo o límite de personas para los cursos de capacitación que se pretende ofertar, que lo ideal sería de 20 personas por lo que sí se puede realizar con los resultados expuestos.

#### Pregunta Nro. 4

¿En la planificación estratégica o planes de mejoramiento continuo de su institución han tomado en cuenta la capacitación del personal que actualmente trabaja o es considerado estable?.

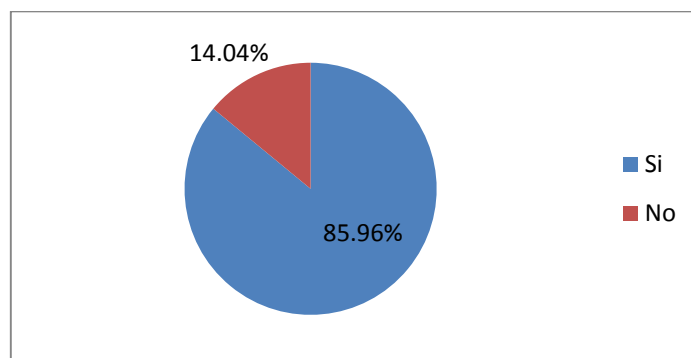
CUADRO N° 6

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Si	49	85.96
No	8	14.04
<b>TOTAL</b>	<b>57</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Anexo N°1 Pregunta 4

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 04



#### Interpretación y Análisis

Las instituciones, que cuentan con planeación estratégica y que dentro de sus planes de mejoramiento continuo tienen como actividad la capacitación se ha obtenido que un 85.96% manifiesta que sí y un 14.04% que no, al ser mayor el porcentaje afirmativo significa para el proyecto una primera segmentación de mercado para obtener la demanda potencial ya que si tienen planificado podrían o no tomar los servicios del proyecto.

### Pregunta Nro. 5

¿Tiene problemas la Institución, para encontrar una consultora, centro educativo o académico etc. que brinde capacitación al personal de la entidad e temáticas afines y necesarias para realizar un trabajo idóneo?

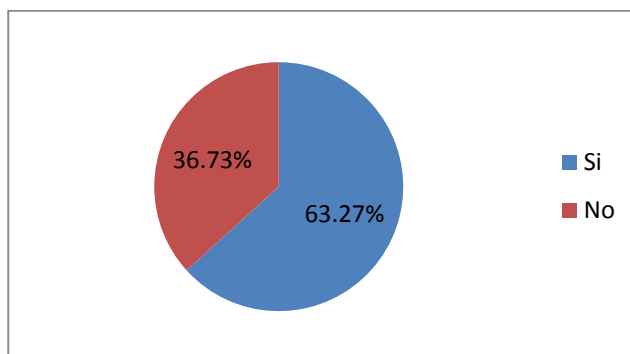
CUADRO N° 7

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Si	31	63.27
No	18	36.73
<b>TOTAL</b>	<b>49</b>	<b>100</b>

Fuente: Anexo N°1 Pregunta 5

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 05



### Interpretación y Análisis

Para esta pregunta responden que si tienen problemas para encontrar una consultora o centro de capacitación para la capacitación un 63.27% y no tienen problemas un 36.73% que incluso entran aquí las públicas que reciben cursos del CEC, y para algunas cooperativas la Repse, sin embargo hay un amplio mercado por el sector privado. Con esta pregunta se segmenta nuevamente el mercado convirtiéndose en la demanda real del proyecto.

**Pregunta Nro. 6**

**¿En qué áreas de gestión o trabajo Ud. cree que es necesario o se ha planificado capacitar al personal de los diferentes departamentos de la institución para la que Ud. trabaja?**

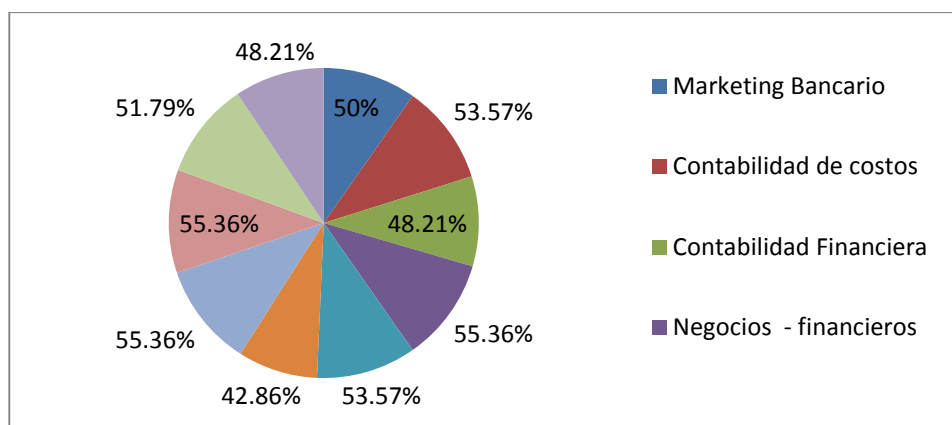
**CUADRO N° 8**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Marketing Bancario	28	50.00
Contabilidad de costos	30	53.57
Contabilidad Financiera	27	48.21
Negocios - financieros	31	55.36
Ingeniería de procesos bancarios	30	53.57
Productos y servicios financieros	24	42.86
Tributación	31	55.36
Normatividad legal financiera	31	55.36
Planificación estrategia financiera	29	51.79
Administración de recursos humanos	27	48.21
<b>TOTAL</b>	<b>56</b>	<b>100.00</b>

**Fuente:** Anexo N°1 Pregunta 6

**Elaboración:** La Autora

**GRÁFICO N° 06**



## **Interpretación y Análisis**

En esta pregunta las respuestas indican que se debe organizar cursos sobre marketing bancario, contabilidad de costos, contabilidad financiera, negocios financieros, ingeniería de procesos, productos y servicios financieros, tributación, normatividad legal financiera, planificación estratégica y administración de recursos humanos. Para el sector financiero, esto significa un gran referente para la preparación de una malla de capacitación.

### Pregunta Nro. 7

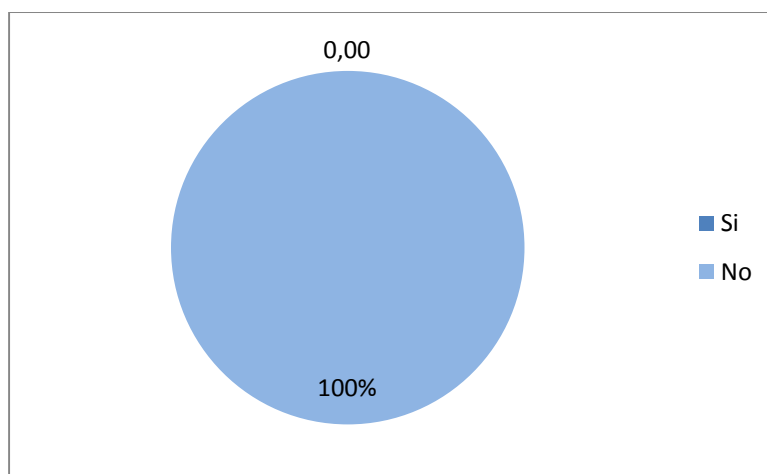
¿Conoce o ha escuchado de centros de capacitación para personal del sistema financiero específicamente?

CUADRO Nº 9

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Si	0	0.00
No	31	100.00
<b>TOTAL</b>	<b>31</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Anexo N°1 Pregunta 7  
Elaboración: La Autora

GRÁFICO Nº 07



### Interpretación y Análisis

El 100% de los directivos manejan información de que no hay en nuestro medio un centro de capacitación específico para temas del sector financiero, por lo que se corrobora cierta hipótesis obtenida por observación directa, únicamente han mencionado al Instituto Superior la castellana como centro que brinda cursos para cajeros pero esa fase si la cubren las instituciones.

### Pregunta Nro. 8

¿Alrededor de cuantos cursos de capacitación Uds. contratan en el año y grupos de cuantas personas envían para capacitarse?

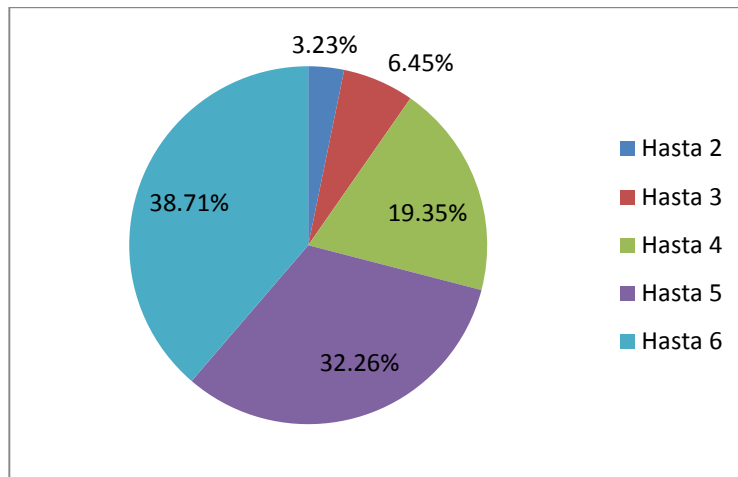
CUADRO Nº 10

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
2	1	3.23
3	2	6.45
4	6	19.35
5	10	32.26
6	12	38.71
TOTAL	31	100.00

**Fuente:** Anexo Nº1 Pregunta 8.

**Elaboración:** La Autora

GRÁFICO Nº 07



### Pregunta Nro 8.1

¿Grupos de cuantas personas envían para capacitarse al año?

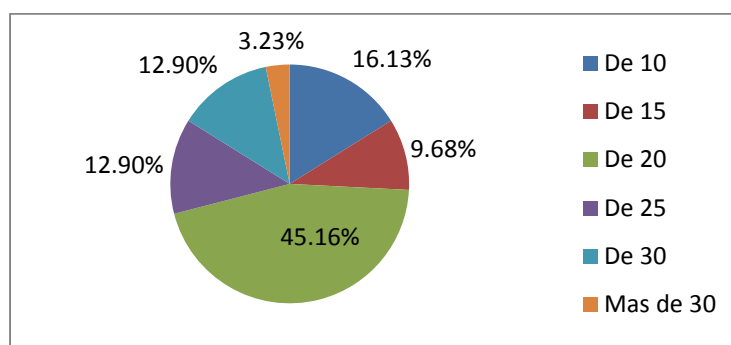
CUADRO Nro 10.1

PERSONAS PARA CAPACITAR POR CURSO	FRECUENCIA	%
10	10	32.26
15	7	22.58
20	5	16.13
25	4	12.90
30	4	12.90
Más de 30	1	3.23
<b>TOTAL</b>	<b>31</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Anexo N°1 Pregunta 8.

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 08



### Interpretación y Análisis

A esta pregunta han contestado un 38.71% que brindan en el año 6 capacitaciones, el 32.26% hasta 5, un 19.35% hasta 4 etc. lo que asegura tener una buena rotación de interés en cursos que se oferten en la institución, además en el siguiente cuadro sobre cuantas personas capacitan es interesante establecer que hasta 10 personas un 32.26% de instituciones, hasta 7 un 22.58, hasta 20 un 16.13, hasta llegar a tener que una financiera capacita a más de 30 personas, de aquí se obtendrá un promedio que sigue alcanzado a 20 personas por cursos.



### Pregunta Nro. 9

¿En la actualidad como ha venido dando solución su empresa a la situación de la capacitación del personal de su empresa?.

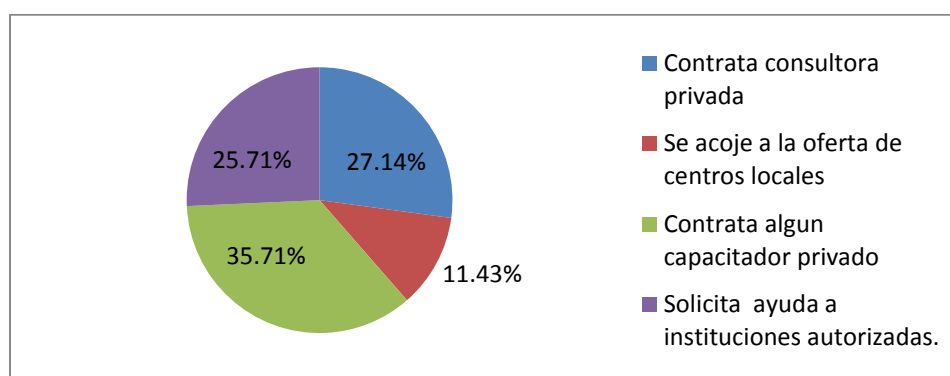
CUADRO Nº 11

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Contrata consultora privada	19	27.14
Se acoge a la oferta de centros locales	8	11.43
Contrata algún capacitador privado	25	35.71
Solicita ayuda a instituciones autorizadas.	18	25.71
<b>TOTAL</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

Fuente: Anexo Nº1 Pregunta 9

Elaboración: La Autora

GRÁFICO Nº 09



### Interpretación y Análisis

Los encuestados han respondido que para capacitar a los empleados un 27.14% acude a consultora privada, un 11.43% a oferta de centros locales o nacionales, un 35.71% a capacitadores privados y un 25.71% solicita a instituciones privadas como la REPSE. Con esto se puede dar cuenta de que no hay prácticamente una considerable oferta de los servicios de capacitación mencionados.

### Pregunta Nro. 10

¿Qué aspectos cree Ud. que les hace falta a los centros académicos locales para dar un servicio eficiente en capacitación a entidades del sistema financiero?

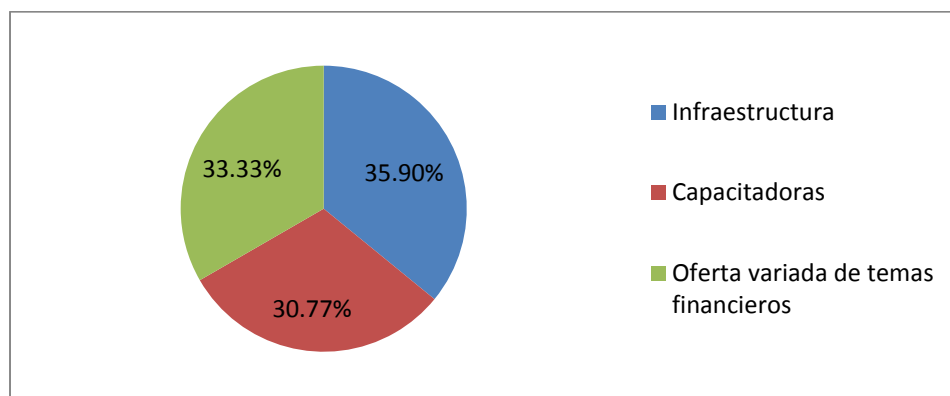
CUADRO N° 12

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Infraestructura	28	35.90
Capacitadoras	24	30.77
Oferta variada de temas financieros	26	33.33
<b>TOTAL</b>	<b>78</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Anexo N°1 Pregunta 10

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 10



### Interpretación y Análisis

Los encuestados frente a la pregunta que cuestiona sobre las características que hace falta en los centros locales para dar un eficiente servicio han manifestado un 35.90% que hace falta estructura, un 30.77% que hace falta capacitadores, y un 33.33% que falta oferta de temas relacionados a la banca y las finanzas. Estos parámetros habrá que tomar en cuenta para la planificación de la empresa.

### Pregunta Nro. 11

¿Que criterio tiene Ud. respecto al precio que cobran las consultoras o expertos para capacitar al personal de su institución?

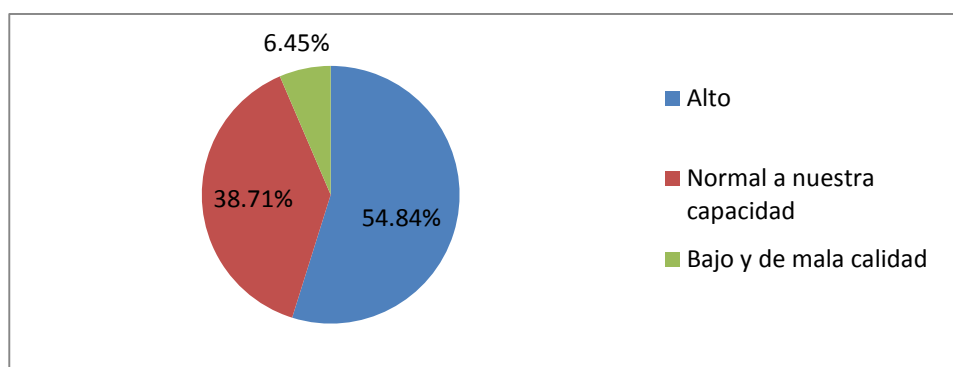
CUADRO Nº 13

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Alto	17	54.84
Normal a nuestra capacidad	12	38.71
Bajo y de mala calidad	2	6.45
<b>TOTAL</b>	<b>31</b>	<b>100</b>

Fuente: Anexo Nº1 Pregunta 11

Elaboración: La Autora

GRÁFICO Nº 11



### Interpretación y Análisis

De los resultados obtenidos, respecto al precio que cobran las consultoras, el 54.84% de encuestados manifiestan que es alto, un 38.71% que es normal y un 6.45% que es bajo pero de mala calidad, ahora hay que partir que un curso de una semana con dos horas diarias cuesta alrededor de 120 por persona con una consultora, y con un capacitador \$150, esto servirá al momento de establecer el precio final de los cursos por persona. No se ha realizado pregunta alguna sobre cuánto pagan por que se preguntara a la oferta o capacitadores existentes.

## Pregunta Nro. 12

¿Como califica Ud. los cursos que ha recibido el personal de su institución, según los objetivos perseguidos?.

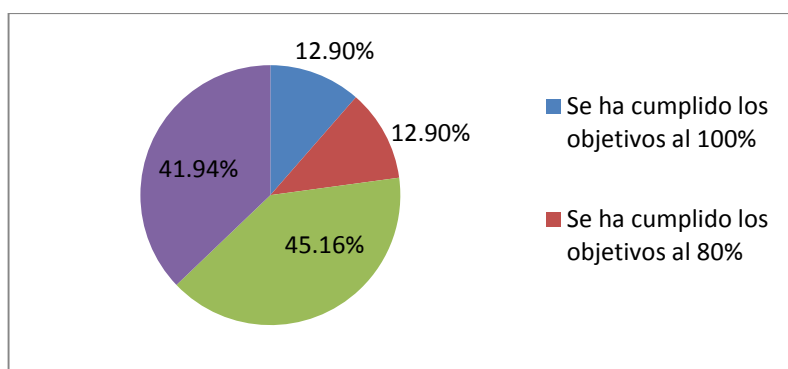
CUADRO N° 14

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Se ha cumplido los objetivos al 100%	4	12.90
Se ha cumplido los objetivos al 80%	4	12.90
Se ha cumplido los objetivos al 60%	14	45.16
Se ha cumplido los objetivos al 40% o menos	13	41.94
<b>TOTAL</b>	<b>31</b>	<b>100</b>

Fuente: Anexo N°1 Pregunta 12

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 12



## Interpretación y Análisis

El objetivo de esta pregunta es conocer si con los cursos de capacitación que han recibido han alcanzado los objetivos planificados o nivel de conocimiento, así han respondido un 12.90% que si han cumplido de forma total, un 12.90% que han alcanzado un 80%, un 45.16% alcanzan un 60% y un 41.94% ha alcanzado al menos un 40%, estos resultados reflejan que hay un considerable porcentaje de instituciones financieras que realmente no alcanzan a cumplir sus expectativas en conocimientos y práctica.

### Pregunta Nro 13

¿En caso de crearse en Loja, un centro de capacitación calificado, legalmente constituido; que brinde capacitación en las diversas temáticas concerniente a la dinámica del sistema financiero nacional ud contrataría dichos servicios?.

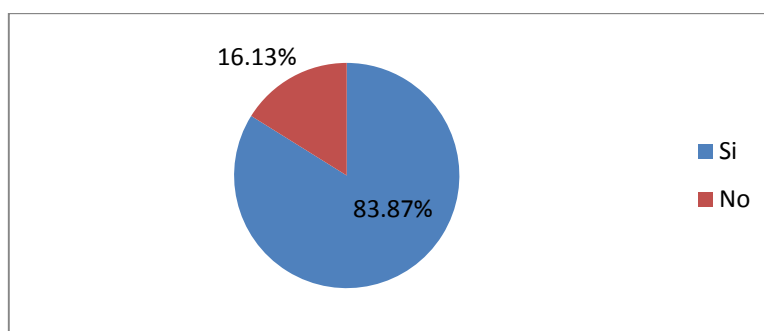
**CUADRO Nº 15**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Si	26	83.87
No	5	16.13
<b>TOTAL</b>	31	100

Fuente: Anexo N°1 Pregunta 13

Elaboración: La Autora

**GRÁFICO Nº 13**



### Interpretación y Análisis

Como se lo ha manifestado hay entidades que mantienen capacitación de instituciones como la REPSE y el IAEN, por tanto responden que no un 16.13% y que si van a adquirir los servicios de la presente empresa lojana un 83.87%, lo que significa un gran mercado frente a la satisfacción de una necesidad institucional, de aquí que se segmenta el mercado por última vez para obtener la demanda efectiva.

### Pregunta Nro. 14

¿ Qué características considera Ud. que debe tener el servicio de capacitación al personal que labora en el sistema financiero nacional?

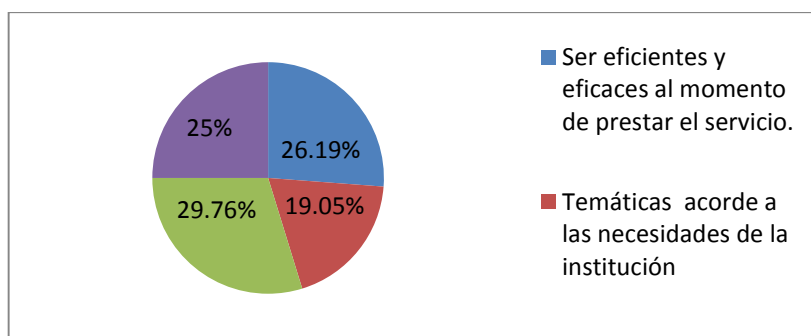
**CUADRO Nº 16**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Ser eficientes y eficaces al momento de prestar el servicio.	22	26.19
Temáticas acorde a las necesidades de la institución	16	19.05
Horarios cómodos según jornadas de trabajo normal del personal	25	29.76
Precios accesibles	21	25.00
<b>TOTAL</b>	<b>84</b>	<b>100.00</b>

**Fuente:** Anexo Nº1 Pregunta 13

**Elaboración:** La Autora

**GRÁFICO Nº 13**



### Interpretación y Análisis

Lo que han manifestado que necesitan de la nueva empresa es que deben ser eficientes, eficaces en los servicios (26.19%) que oferten temáticas acordes a las necesidades de las instituciones financieras (19.05%), que los horarios sean cómodos (29.76%), y precios accesibles un 25%. Esta información servirá para establecer las temáticas, los horarios, precios siempre y cuando tengamos referencias de la competencia.

### Pregunta Nro. 15

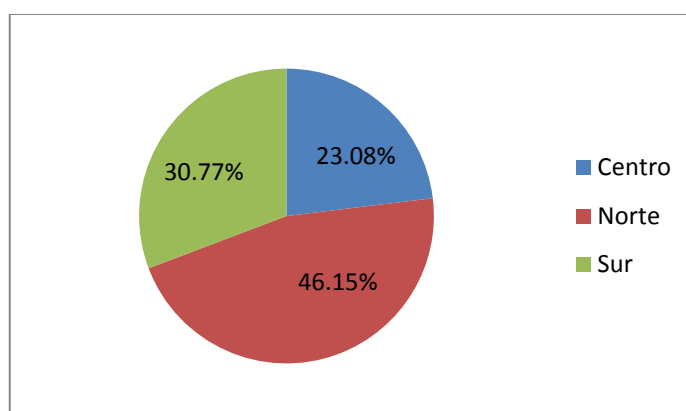
¿Dónde cree que es el lugar más apropiado en nuestra ciudad para ubicar la agencia?

CUADRO Nº 17

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Centro	6	23.08
Norte	12	46.15
Sur	8	30.77
<b>TOTAL</b>	<b>26</b>	<b>100</b>

Fuente: Anexo Nº1 Pregunta 14  
Elaboración: La Autora

GRÁFICO Nº 14



### Interpretación y Análisis

Respecto al lugar donde debería ubicarse las instalaciones del centro de capacitación un 23.08% manifiesta que en centro de la ciudad quizá por la cercanía, un 46.15% en el norte de la ciudad es decir fuera de la parte céntrica esto por estacionamiento trafico etc. y un 30.77% que desea en el Sur, quizá por iguales razones que la anterior, esto define que no se podrá ubicar la empresa en el centro de la ciudad.

### Pregunta Nro. 16

¿A través de qué medios de información le gustaría que se de a conocer el centro de capacitación?

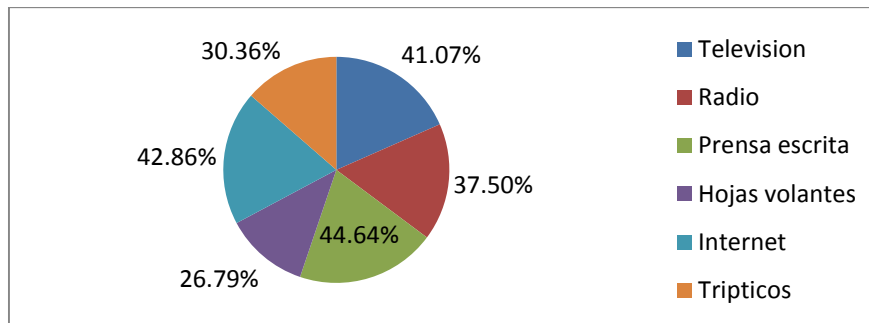
CUADRO Nº 18

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Televisión	23	41.07
Radio	21	37.50
Prensa escrita	25	44.64
Hojas volantes	15	26.79
Internet	24	42.86
Trípticos	17	30.36
<b>TOTAL</b>	<b>56</b>	<b>100</b>

Fuente: Anexo N°1 Pregunta 15

Elaboración: La Autora

GRÁFICO Nº 15



### Interpretación y Análisis

Los resultados evidencian que los directivos de las entidades financieras un 41.07% utilizan como medio de comunicación para informarse a la Televisión, un 37.50% de los encuestados hace uso de la radio, el 42.86% ocupa el internet como medio de comunicación, el 44.64% adquiere la prensa e interesaría a un 30.36% los trípticos para enterarse de las ofertas de capacitación.



### Pregunta Nro. 17

¿Si su respuesta fue la Televisión, que canal local sintoniza?

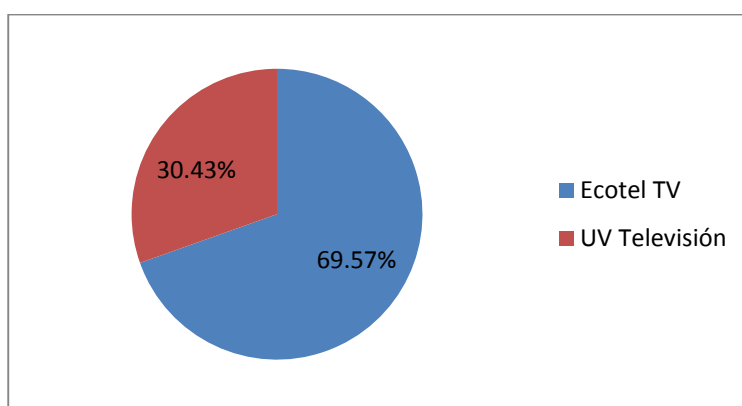
**CUADRO N° 19**

<b>CANAL</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Ecotel TV	16	69.57
UV Televisión	7	30.43
<b>TOTAL</b>	<b>23</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Anexo N°1 Pregunta 16

**Elaboración:** La Autora

**GRÁFICO N° 16**



### Interpretación y Análisis

Los medios de comunicación más visualizados por parte de las financieras o representante encuestados en la televisión está: Ecotel con un 69.57% seguido de UV Televisión en un 30.43%, esto definirá el canal televisivo para la publicidad de la empresa.

### Pregunta Nro. 17.1

¿En qué horario le gustaría que sea transmitida la publicidad televisivamente?

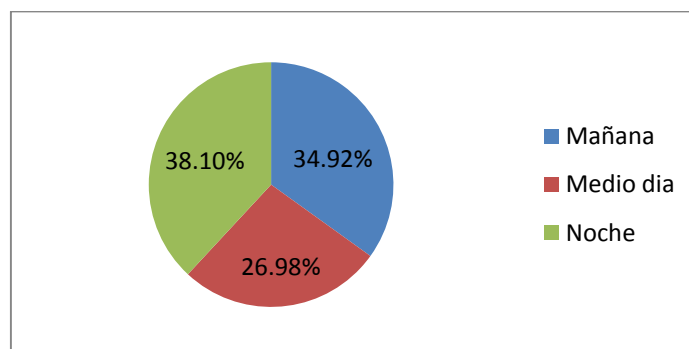
CUADRO Nº 20

HORARIO	FRECUENCIA	%
Mañana	22	34.92
Medio día	17	26.98
Noche	24	38.10
<b>TOTAL</b>	<b>63</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Anexo Nº1 Pregunta 17

Elaboración: La Autora

GRÁFICO Nº 17



### Interpretación y Análisis

Los horarios de mayor preferencia por los encuestados son los nocturnos pues en un 38.10 % de directivos hacen uso del televisor a esa hora, el 26,98% al medio día y el 34.92% en las mañanas. Esto denotará el horario a escoger para la publicidad.

## Pregunta Nro. 18

¿Sí su respuesta fue la Radio, que emisoras locales escucha?

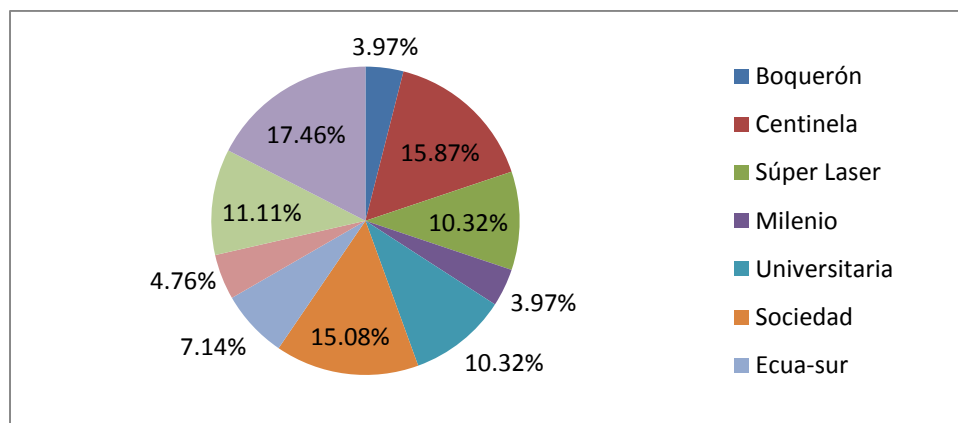
CUADRO N° 21

RADIO	FRECUENCIA	%
Boquerón	5	3.97
Centinela	20	15.87
Súper Laser	13	10.32
Milenio	5	3.97
Universitaria	13	10.32
Sociedad	19	15.08
Ecu-a-sur	9	7.14
Hechicera	6	4.76
Semillas de Amor	14	11.11
Luz y Vida	22	17.46
<b>TOTAL</b>	<b>126</b>	<b>100</b>

Fuente: Anexo N°1 Pregunta 18

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 18



### Interpretación y Análisis

De la preferencia por la radio encuestados el 17.46% sintoniza Radio Luz y Vida estéreo, el 15.87% Sintoniza la Radio Centinela, y el 15.08% sintoniza como preferencia Radio Sociedad.

### Pregunta Nro. 18.1

¿En qué horario le gustaría, que se realice la publicidad radialmente?

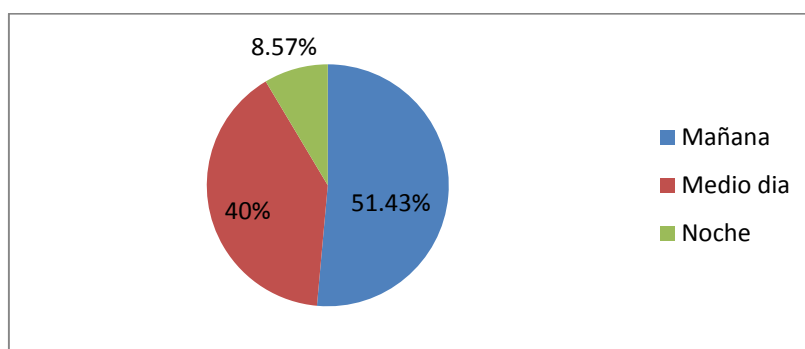
CUADRO N° 22

HORARIO	FRECUENCIA	%
Mañana	18	51.43
Medio día	14	40.00
Noche	3	8.57
<b>TOTAL</b>	<b>35</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Anexo N°1 Pregunta 19

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 19



### Interpretación y Análisis

De los directivos el 51.43% afirma que su horario de preferencia para escuchar la radio es en la mañana, un 40% al medio día y un 8.57% escucha en la noche, esta información denota el horario a pasar los mensajes publicitarios.

### Pregunta Nro. 19

¿Si su respuesta fue la prensa que Diario Local prefiere comprar?

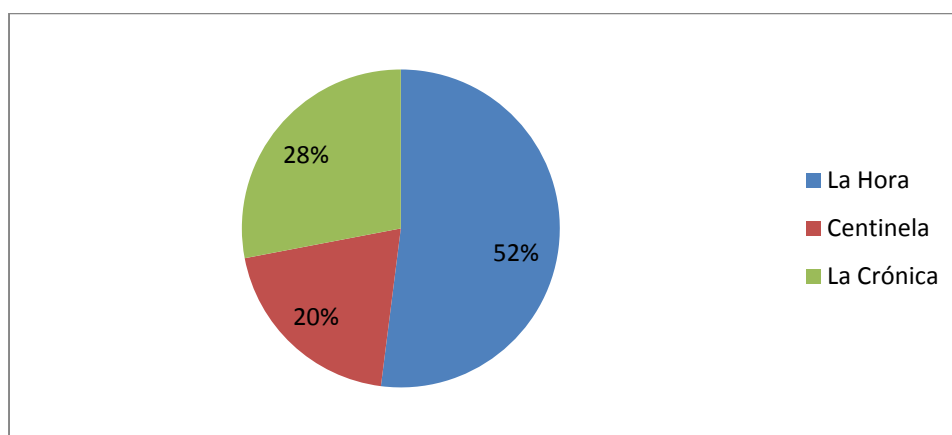
**CUADRO N° 23**

<b>PRENSA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
La Hora	13	52.00
Centinela	5	20.00
La Crónica	7	28.00
<b>TOTAL</b>	<b>25</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Anexo N°1 Pregunta 20

**Elaboración:** La Autora

**GRÁFICO N° 20**



### Interpretación y Análisis

De la oferta de prensa escrita Local, el 52% prefiere adquirir el diario la Hora, el 28% adquiere La Crónica de La Tarde y el 20% utiliza los clasificados para informarse.

## 6.2 INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN DE LA ENTREVISTA.

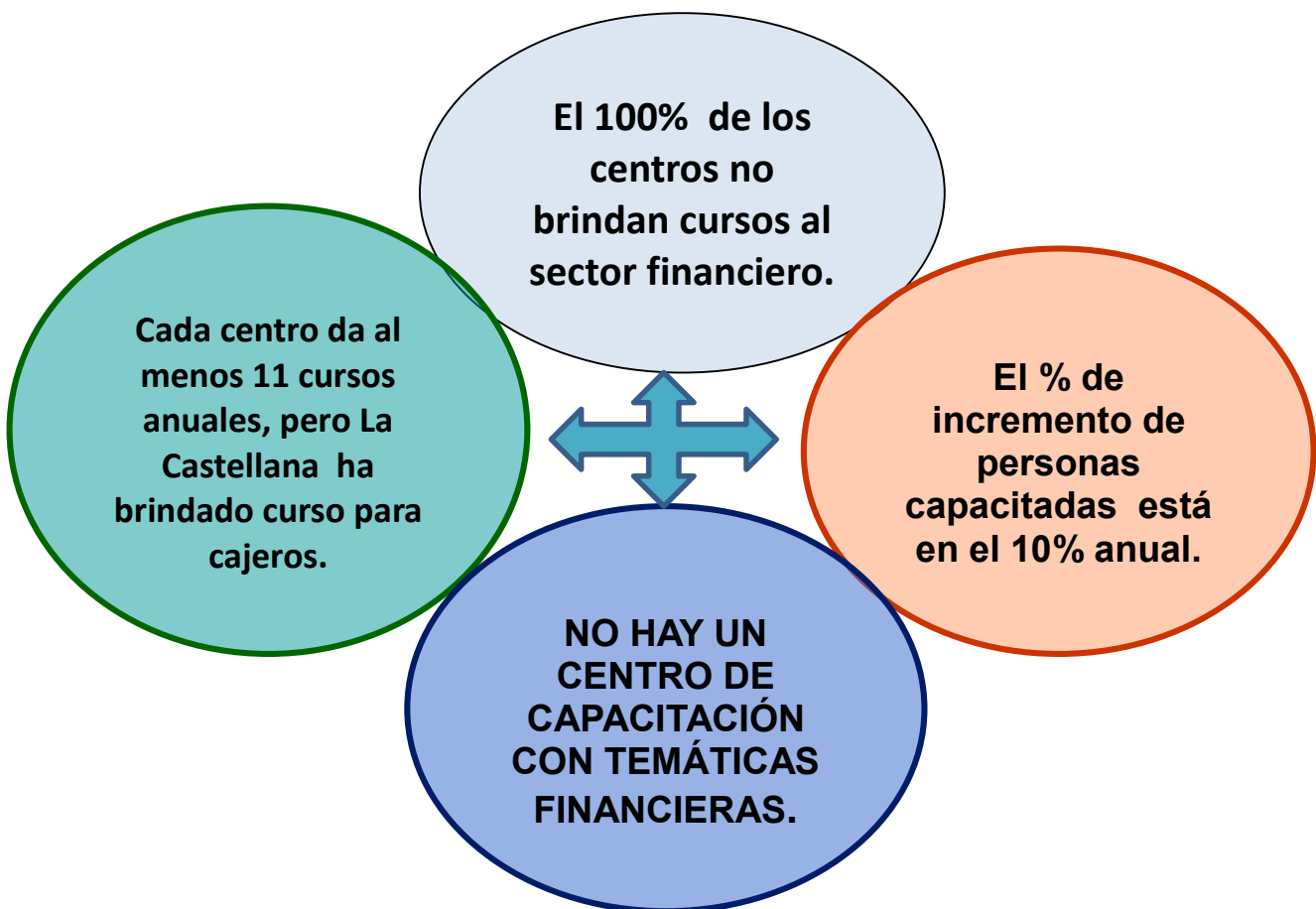
### ENTREVISTAS APLICADAS A DIRECTORES DE CENTROS DE CAPACITACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA.

Como parte de la aplicación de la técnica de la entrevista, se ha obtenido información de los centros de capacitación de la ciudad de Loja, obteniéndose los siguientes resultados.

#### DATOS INVESTIGATIVOS:

#### GRÁFICO N° 21

#### CARACTERÍSTICAS DE LOS CENTROS DE CAPACITACIÓN DE LOJA.



## **7. DISCUSIÓN**

### **7.1 ESTUDIO DE MERCADO**

El presente estudio de mercado se lo utilizo para establecer la existencia de una demanda insatisfecha respecto a capacitación en el recurso humano del ámbito financiero, para lo cual fue necesario recabar información del área o entorno de influencia como es la ciudad de Loja, El estudio comprende los siguientes objetivos.

- Realizar una segmentación del mercado en base a los resultados de las encuestas.
- Caracterizar las preferencias en cuanto a cursos de capacitación bancaria y financiera de parte de los directivos.
- Obtener la demanda potencial, real y efectiva del proyecto.
- Establecer la frecuencia de la compra de cursos per-cápita anual.
- Establecer la oferta, empresas competidoras.
- Establecer la demanda insatisfecha del servicio.
- Establecer las estrategias de mercado las 4P. (Producto, Precio, Plaza, Promoción).

El presente estudio de mercado se realizó en la ciudad de Loja, con la aplicación de la técnica de la encuesta y fue realizada a las entidades financieras del Sector público y privado.

Es necesario además aclarar que el presente proyecto se lo ha estructurado para 5 años de vida útil por razones de inestabilidad de la política económica ecuatoriana.

#### **7.1. 1 Crecimiento Institucional- financiero de la Ciudad de Loja.**

Las organizaciones que en la ciudad de Loja están situadas en un número de 53 para el año 2012, datos que concuerdan con el incremento institucional del Servicio de Rentas Internas SRI, mismos que han obtenido una tasa de crecimiento anual, de él7%, como el presente proyecto es para 5 años de vida útil se proyectó la información hasta el año 2018, tomando como referencia al año 2013 (57 entidades) como año base según el literal correspondiente a materiales y métodos, cuadro Nro.1.

#### **7.1.2 ESTUDIO DE LA DEMANDA**

Facilita determinar en forma cuantitativa la demanda potencial, real y efectiva, es necesario exponer que para el análisis de la demanda se procederá a **segmentar el mercado en forma ordenada y sistemática**, es decir, según los resultados obtenidos de la aplicación de las encuestas se obtienen las entidades financieras demandantes que en este caso serán, potenciales, reales y efectivas.

##### **7.1.2.1. Demanda Potencial**

Con la 4ta pregunta de la encuesta aplicada que manifiesta, ***(¿En la planificación estratégica o planes de mejoramiento continuo de su***



*institución han tomado en cuenta la capacitación del personal que actualmente trabaja o es considerado estable?) han respondido que si el 85.96% de los directivos encuestados, de aquí que siendo la primera segmentación se pasaría a las siguientes preguntas únicamente con 49 entidades según la tabulación serian potenciales, seguidamente se expone el cuadro explicativo de esta segmentación inicial.*

**CUADRO N° 24  
CUADRO DE LA DEMANDA POTENCIAL**

<b>N°</b>	<b>AÑOS</b>	<b>POBLACIÓN DE INSTITUCIONES FINANCIERAS DE LA CIUDAD DE LOJA</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL (Nro INSTITUCIONES) 85,96%</b>
<b>0 BASE</b>	<b>2013</b>	<b>57</b>	<b>(57*85.96%) = 49</b>
<b>1ER AÑO –VIDA ÚTIL</b>	<b>2014</b>	<b>61</b>	<b>52</b>
<b>2</b>	<b>2015</b>	<b>65</b>	<b>56</b>
<b>3</b>	<b>2016</b>	<b>69</b>	<b>60</b>
<b>4</b>	<b>2017</b>	<b>74</b>	<b>64</b>
<b>5</b>	<b>2018</b>	<b>80</b>	<b>68</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas Cuadro Nro. 6

**Elaboración:** La Autora

### **7.1.2.2 Demanda Real**

Con la aplicación de la 5ta pregunta que dice: **¿Tiene problemas la Institución, para encontrar una consultora, centro educativo o académico etc, que brinde capacitación al personal de la entidad e temáticas afines y necesarias para realizar un trabajo idóneo? (Cuadro Nro7) se obtiene la demanda real del presente ya que un 63.27% de estas instituciones si tienen**

problemas con la capacitación de sus empleados y necesitan realmente de un centro que les oferte estos servicios, así se realiza la segmentación partiendo de la demanda potencial obtenida anteriormente, quedando según la tabulación para las siguientes preguntas únicamente 31 instituciones. Seguidamente se presenta el cuadro explicativo de la segmentación realizada.

**CUADRO Nº 25**  
**CUADRO DE LA DEMANDA REAL**

<b>AÑOS</b>	<b>POBLACIÓN DE INSTITUCIONES FINANCIERAS DE LA CIUDAD DE LOJA</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL (Nro INSTITUCIONES 85,96%)</b>	<b>DEMANDA REAL (Nro INSTITUCIONES 63,27%)</b>
<b>2014</b>	<b>61</b>	<b>52</b>	<b>33</b>
<b>2015</b>	<b>65</b>	<b>56</b>	<b>35</b>
<b>2016</b>	<b>69</b>	<b>60</b>	<b>38</b>
<b>2017</b>	<b>74</b>	<b>64</b>	<b>40</b>
<b>2018</b>	<b>80</b>	<b>68</b>	<b>43</b>

**Fuente:** Cuadro Nro. 9 de la tabulación  
**Elaboración:** La Autora

### **7.1.2.3 DEMANDA EFECTIVA**

Una vez que se ha obtenido las demandantes reales para el proyecto es necesario determinar la demanda efectiva en base los resultados de las encuestas con la pregunta Nro. 13, que dice *¿En caso de crearse en Loja, un centro de capacitación calificado, legalmente constituido; que brinde capacitación en las diversas temáticas concerniente a la dinámica del sistema financiero nacional Ud. contrataría dichos servicios?* Un 83.87%

ha manifestado que si utilizara los servicios, dato que sirve para la última segmentación para la obtención de la demanda efectiva para el presente, ya que se concreta esta demanda, quedando para las siguientes preguntas con un total de 26 instituciones, sin embargo hay que manifestar que las instituciones (cooperativas) dicen que no utilizaran los servicios es por que reciben capacitación de la REPSE, aunque no se sabe de la calidad de esta. Seguidamente se expone el cuadro explicativo.

**CUADRO Nº 26**  
**PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EFECTIVA**

<b>AÑOS</b>	<b>POBLACIÓN DE INSTITUCIONES FINANCIERAS DE LA CIUDAD DE LOJA</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL (Nro INSTITUCIONES) 85,96%</b>	<b>DEMANDA REAL (Nro INSTITUCIONES) 63,27%</b>	<b>DEMANDA EFECTIVA (Nro INSTITUCIONES ) 83,87%</b>
<b>2014</b>	<b>61</b>	52	33	27
<b>2015</b>	<b>65</b>	56	35	29
<b>2016</b>	<b>69</b>	60	38	32
<b>2017</b>	<b>74</b>	64	40	33
<b>2018</b>	<b>80</b>	68	43	36

**Fuente:** Pregunta 13 de tabulación Cuadro Nro 24 y 25

**Elaboración:** La Autora

### **7.1.3 COMPRA PER-CÁPITA ANUAL**

En base a la pregunta Nro. 8 de la encuesta aplicada previamente a las empresas públicas y privadas en la que se pide que expongan una cantidad aproximada decursos anuales que aplican en el año, se ha podido obtener la compra per-cápita anual, la información y proceso se expone en el siguiente cuadro.

**CUADRO Nº 27**  
**CUADRO DE LA OBTENCIÓN DE LA COMPRA PER-CÁPITA.**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	COMPRA PERCÁPITA ANUAL
2	1	2
3	2	6
4	6	24
5	10	50
6	12	72
<b>TOTAL</b>	<b>31</b>	<b>154</b>

**Fuente:** Pregunta 8 tabulación Cuadro Nro 10  
**Elaboración:** La Autora

**7.1.4 OBTENCIÓN DE LA COMPRA PERCÁPITA.**-Del cuadro anterior se obtiene que entre todas las instituciones se pretende realizar una compra anual de 154 cursos para diferentes temáticas, ahora dividiendo para el número de casos que es 31 se obtiene 5 cursos anuales por institución. Seguidamente se aplica la fórmula para obtener el número de cursos per cápita anual del total de toda la muestra y estimando un promedio general.

$$\text{Compra Per – Cápita Anual} = \frac{\text{Total Anual}}{\text{Total } f}$$

$$CPA = \frac{154}{31}$$

**CPA = 5 Anuales**

## 7.1.5 RESUMEN DE SEGMENTACIÓN DE MERCADO

### (DEMANDA, POTENCIAL, REAL Y EFECTIVA).

A continuación se expone un cuadro explicativo sobre la segmentación de mercado realizada, exponiendo la demanda, potencial, real y efectiva, de los servicios de capacitación financiera en la ciudad de Loja.

**CUADRO N° 28**  
**CUADRO DE RESUMEN DE LA SEGMENTACIÓN DE LA DEMANDA**

AÑOS	POBLACIÓN DE INSTITUCIONES FINANCIERAS DE LA CIUDAD DE LOJA	DEMANDA POTENCIAL Nro INSTITUCIONES 85.96%	DEMANDA REAL Nro INSTITUCIONES 63.27%	DEMANDA EFECTIVA Nro INSTITUCIONES 83.87%	NECESIDAD PERCAPITA ANUAL (Cursos)	DEMANDA EFECTIVA (En Nro de cursos de capacitación anuales)
2014	61	52	33	27	5	135
2015	65	56	35	29	5	145
2016	69	60	38	32	5	160
2017	74	64	40	33	5	165
2018	80	68	43	36	5	180

Fuente: Cuadros 24, al 27.

Elaboración: La Autora

***Se aclara que en la primera segmentación (Demanda potencial) quedan únicamente 49 personas, con la segunda segmentación (Demanda Real) 31, y con la tercera (Demanda Efectiva) únicamente 26 encuestados.***

## 7.1.6 ANÁLISIS DE LA OFERTA.

Para realizar el estudio de la oferta se ha tomado en cuenta a todas las academias o instituciones de capacitación local y la cantidad de cursos de

capacitación que brindan actualmente, obteniéndose que únicamente se están ofertado cursos para formación de cajeros, cursos de contabilidad, Excel para procesos contables etc, temas no muy prácticos sin embargo hay que tomar esta oferta ya que podrían ser cursos sustitutos aunque sin mayor contenido práctico para el sector financiero. Seguidamente se expone el cuadro explicativo y proyección de las ventas de cursos de cada una de las instituciones entrevistadas, estas fueron el Instituto superior la Castellana, El Ceil, Secap, CEC, para cada uno se tienen una tasa de proyección.

**CUADRO Nº 29  
CUADRO DE RESUMEN DE LA OFERTA TOTAL**

<b>Años</b>	<b>INSTITUTO SUPERIOR LA CASTELLANA (10%)</b>	<b>CEIL (10%)</b>	<b>SECAP (12%)</b>	<b>CEC (10%)</b>	<b>TOTAL Cursos de Capacitación ofertados en Loja afines al sector financiero</b>
2012	5	5	8	24	42
2013	6	6	9	26	46
2014	6	6	10	29	51
2015	7	7	11	32	56
2016	7	7	13	35	62
2017	8	8	14	39	69
2018	9	9	16	43	76

**Fuente:** Cuadros 22, al 24.  
**Elaboración:** La Autora

#### **7.1.7 CÁLCULO DE LA DEMANDA INSATISFECHA DEL SERVICIO.**

Para este cálculo se debe restar la demanda efectiva en número de cursos frente a la oferta en iguales términos y se obtendrá la demanda insatisfecha del

servicio de capacitación. Cabe señalar que los cálculos están realizados para los 5 años de vida útil.

**CUADRO Nº 30  
OBTENCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA**

<b>Años</b>	<b>DEMANDA EFECTIVA (En Nro de cursos de capacitación anuales)</b>	<b>TOTAL Cursos de Capacitación ofertados en Loja afines al sector financiero</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA (En Nro de cursos de capacitación)</b>
2014	135	51	84
2015	145	56	89
2016	160	62	98
2017	165	69	96
2018	180	76	104

**Fuente:** Cuadros 28 Y 29

**Elaboración:** La Autora

#### **7.1.8 ANÁLISIS Y ESTRATEGIAS DE MERCADO PARA EL SERVICIO.**

Se puede analizar las estrategias de mercado para los servicios de capacitación, como el conjunto de técnicas planificadas y diseñadas por la empresa para permitir los servicios lleguen a usuarios finales y se mantenga en el mercado.

Las estrategias serán planificadas de acuerdo a las características competencia si existiere y según la preferencia de los clientes institucionales.

### **7.1.8.1 Análisis del Servicio**

Se toma en cuenta las respuestas obtenidas en las encuestas, tales como que desean que los servicios de la academia, que sean eficientes (26.19%), que las temáticas sean acorde a la gestión financiera (19.05%), horarios cómodos (29.76%), precios accesibles (25%).

En el análisis del servicio es necesario hacer una relación entre las características del servicio y las del usuario, para así adaptarlo al servicio según el mercado.

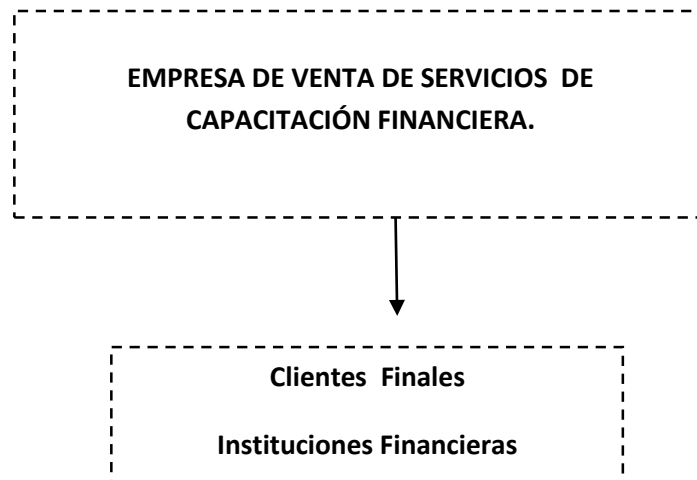
En base a lo mencionado la empresa de servicios de capacitación en la ciudad de Loja ha diseñado las siguientes estrategias:

- Explicar con claridad la funcionalidad de los servicios.
- Trabajar con tecnología adecuada al ámbito financiero.
- Realizar controles de calidad durante y al final del proceso de capacitación.
- Asesorar a los directivos de instituciones sobre nuevas temáticas acordes a nuevos cambios en el área financiera local.

### **7.1.8.2 Análisis de la Plaza**

La empresa según los resultados obtenidos en base a la observación y a las encuestas aplicadas ha decidido utilizar el siguiente canal de comercialización:





La estrategia de distribución para ingresar al mercado objeto de estudio será basándose en un análisis exhaustivo de los planes del proyecto, por lo que la empresa en estudio presente utilizará como canal de distribución para llevar el servicio hasta el cliente final, el que aplique menos intermediarios, es decir, de la empresa a los usuarios institucionales de la ciudad de Loja.

### **7.1.8.3 Análisis del Precio**

El precio es uno de los elementos más importantes dentro de la mezcla de mercadeo, es la estrategia que ayuda a cumplir los objetivos de la empresa, más aún cuando se intenta ingresar servicios casi nuevos al mercado local, así se va a escoger una política de precios adecuada. Sin embargo las instituciones que manifiestan capacitan al personal con consultoras, capacitadoras están con criterios de que el precio es alto un 54.84%, precio normal (38.71%) y de bajo precio y no de muy buena calidad un 6.45%, de aquí que se denota que no hay oferta de calidad en los cursos de capacitación en

mención,. Además se tiene información de encuestas que a pesar de haber pagado los cursos están cubriendo los objetivos propuestos hasta un 40% únicamente 13 instituciones financieras El precio se establecerá en el estudio financiero en base a los costos de comercialización, y al margen de utilidad.

#### **7.1.8.4 Análisis de la Promoción y Publicidad**

La publicidad se la realizará en los medios de comunicación televisiva, radial y escrita: durante varios meses, una vez al día en el horario de la noche en el medio de comunicación “Ecotel TV” (69.57%), ya que los encuestados prefirieron ésta opción, también se realizará en la radio “Luz y Vida ” (17.46%) por un periodo de 1 año, una vez al día en el horario de la mañana ,ya que la presente opción tiene acogida, además se acoge como medio de comunicación utilizado a la prensa escrita por lo que se realizará la publicidad en Diario “La Hora” (52%) todo el año.

### **7.2 ESTUDIO TÉCNICO**

El estudio técnico se basa en un análisis de la función de producción de servicios, que indica cómo combinar los insumos y recursos utilizados por el proyecto para que se cumpla el objetivo previsto de manera efectiva y eficiente. El estudio técnico es realizado habitualmente por especialistas en el campo objetivo del proyecto y propone identificar alternativas técnicas que permitirían lograr los objetivos del proyecto y, además, cumplir con las normas técnicas. Además propone tecnologías apropiadas para el diseño del proyecto

compatibles con la disponibilidad de recursos e insumos en el área donde se realiza el proyecto.

El presente estudio comprende los siguientes aspectos:

1. Localización
2. Tamaño del proyecto.
3. Ingeniería del servicio.
4. Ingeniería del Proceso.
5. Ingeniería de la planta

### **7.2.1 LOCALIZACIÓN**

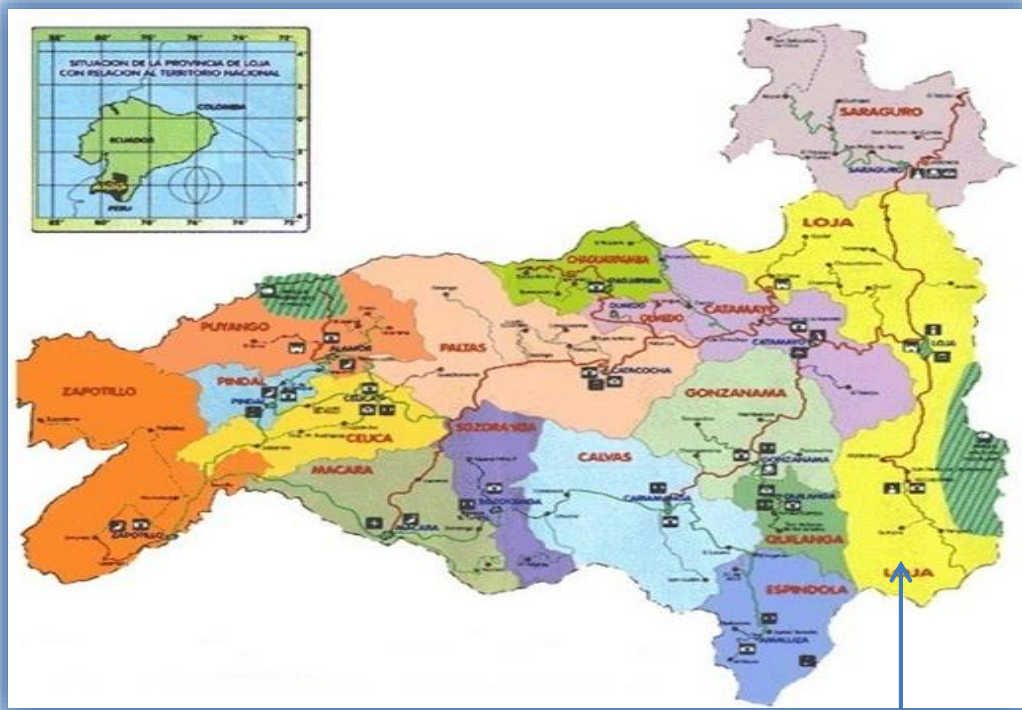
Se entiende por localización al lugar o espacio físico donde se ubicará la planta de producción, consiste en identificar y analizar las variables denominadas fuerzas localizacionales con el fin de buscar la localización, en que la resultante de estas fuerzas produzca la máxima ganancia o el mínimo costo unitario.

Su objetivo es lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio.

#### **7.2.1.1 Macro-Localización:**

La macro localización se considera como la comparación de alternativas entre las zonas del país y la selección de la que ofrezca mayores ventajas para el proyecto, estableciéndose de entre regiones, departamentos, provincias, cantones etc.

Gráfico No 12



**7.2.1.2 Micro-Localización.-** Por micro localización, se entiende como el lugar específico en el cual se implementará la empresa dentro del mercado local, la misma que requiere el análisis exhaustivo de la zona escogida a fin de determinar la ubicación concreta del proyecto.

Luego de haber sido analizado los aspectos más relevantes referentes a la zona macro de localización, en este elemento del estudio correspondiente al proyecto se determinará la zona precisa donde se instalará la planta, para lo cual se disponen de tres sectores, considerados como estratégicos para la ubicación de la planta, así tenemos la matriz de puntaje.

**Zona A:** Barrio Mira Flores bajo

**Zona B:** Barrio Pio Jaramillo Alvarado

**Zona C:** Barrio San Sebastián

### **Explicación de puntaje.**

- A mayor superficie, mayor puntaje.
- A menor costo del local, mayor puntaje.
- Existencia de servicios básicos, mayor puntaje.
- A mayor disposición de mano de obra, mayor puntaje.
- Mientras exista mayor disponibilidad de transporte, mayor puntaje.
- Mientras mayor diversidad de vías de acceso y calidad en su estado, mayor puntaje.
- Mientras más rápido se pueda conseguir los materiales, mayor puntaje.

Decisión final: **Zona A:** Barrio Mira Flores bajo

Pésimo	(1-2)
Regular	(3-4)
Bueno	(5-6)
Muy bueno	(7-8)
Excelente	(9-10)

**TABLA Nº 26**

**MATRIZ DE PONDERACIÓN PARA LA LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

<b>IDEA DE NEGOCIO:</b> INSTALACIÓN DE UNA ACADEMIA DE CAPACITACIÓN PARA EL TALENTO HUMANO DEL SISTEMA FINANCIERO DE LA CIUDAD DE LOJA. <b>PROVINCIA:</b> LOJA <b>CANTÓN:</b> LOJA							
<b>MICROLOCALIZACIÓN</b>							
<b>FACTORES</b>	<b>%</b>	<b>LOCAL A</b>		<b>LOCAL B</b>		<b>LOCAL C</b>	
		<b>Calificación /10</b>	<b>%</b>	<b>Calificación /10</b>	<b>%</b>	<b>Calificación /10</b>	<b>%</b>
1. Energía eléctrica	30	10	5%	10	5%	10	5%
2. Agua Potable	25	10	5%	9	5%	9	5%
3. Alcantarillado y Drenaje	10	10	5%	10	5%	10	5%
4. Local							
a. costo	3	9	5%	10	5%	9	5%
b. Ubicación	4	10	5%	8	4%	7	4%
c. Infraestructura	1	9	5%	9	5%	9	5%
d. Superficie	3	10	5%	8	4%	10	5%
5. Disponibilidad mano de obra							
a. Calificada	3	6	3%	6	3%	6	3%
b. Semicalificada	2	9	5%	9	5%	9	5%
c. Costo	2	10	5%	10	5%	10	5%
6. Vías de acceso	2	10	5%	7	4%	10	5%

7. Transporte							
a. Disponibilidad	1	10	5%	8	4%	9	5%
b. Costos	1	8	4%	8	4%	8	4%
8. Estacionamiento	2	10	5%	8	4%	10	5%
9. Cercanía Comercial (materiales)	2	10	5%	8	4%	7	4%
8. Telefonía	2	10	5%	9	5%	9	5%
9. Internet	1	10	5%	9	5%	9	5%
10. Servicios médicos	2	9	5%	10	5%	9	5%
11. Restricciones ambientales	2	8	4%	8	4%	8	4%
12. Aspectos legales	2	8	4%	8	4%	8	4%
<b>SUMA</b>	<b>100,00</b>	<b>186</b>	<b>93%</b>	<b>172</b>	<b>86%</b>	<b>176</b>	<b>88%</b>

**Fuerzas Localizaciones.-** Para la realización del proyecto se considerará las siguientes fuerzas localizaciones para lograr instalaciones eficientes.

- ✓ **Disponibilidad y Costos de Mano de Obra:** Una de las ventajas del emprendimiento, es la generación de fuentes de trabajo, direccionadas tanto para la mano de obra calificada como no calificada, es así que la disponibilidad de este factor no será un impedimento para llevar a cabo las operaciones, por cuanto en el cantón como en la provincia hay los profesionales para el servicio.
- ✓ **Disponibilidad y Costos de Transporte:** Al existir vías que conectan y permiten el fácil acceso hacia las diferentes sectores de la ciudad, el medio de transporte a utilizar es el terrestre tanto para la venta del servicio como para las clases continuas.
- ✓ **Disponibilidad de Servicios Básicos:** Actualmente en la zona se cuenta con la disposición de todos los servicios básicos, entre ellos agua y energía eléctrica, además de telefonía inalámbrica fija e internet satelital, lo cual permitirán operar con normalidad tanto en los procesos de producción como en el de comercialización.
- ✓ **Consideraciones Legales: El Barrio Miraflores** por estar localizado en una zona urbana, no dispone de ninguna restricción en cuanto a la obtención de permisos de funcionamiento relacionados con la actividad de la empresa, ni para su arrendamiento, pues no existen prohibiciones por parte del municipio para su funcionamiento.

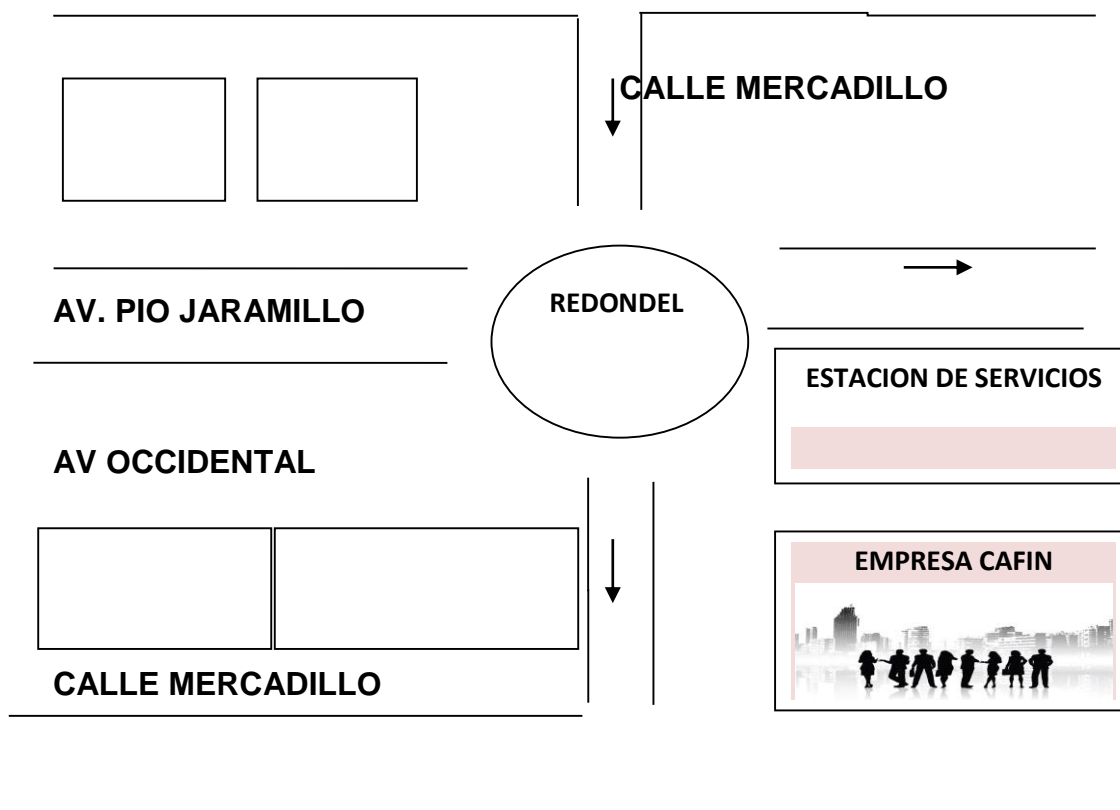


- ✓ **Servicios de Seguridad:** En sí, en el sitio existe un servicio de guardianía que realiza labores de seguridad, pero se debe recalcar que es una zona plenamente segura, donde no existe el abuso ni acometimiento de delitos, que puedan perjudicar la pasividad y normal desenvolvimiento de las actividades.

### MICRO-LOCALIZACIÓN

Gráfico No 13

#### CALLE PRINCIPAL JUAN JOSÉ PEÑA



## **7.2.3 TAMAÑO DEL PROYECTO**

### **7.2.3.1 CAPACIDAD INSTALADA**

Se dice que, la capacidad instalada está determinada por el volumen máximo de producción que pueda alcanzar el componente tecnológico sometiéndolo a su pleno uso en un tiempo determinado. En relación al producto establecido en el proyecto, la capacidad instalada se debe determinar, en base a los siguientes cálculos:

#### **Cálculo de la Capacidad Instalada**

La capacidad instalada del Centro de Capacitación estará definida por la cantidad de cursos que podrá dictar al año, considerando los porcentajes de crecimiento determinados mediante la información del estudio de mercado. Para el primer año se determinó que la capacidad instalada sea de 24 cursos, es decir en condiciones ideales de atención a los clientes, de infraestructura y capacidad económica.

Con lo manifestado se puede deducir que en un mes se dictaran un curso en la mañana y otro en la noche de 4 horas diarias cada una lo que daría un total de 40 horas presenciales y 40 serán autónomas (trabajo extra clase) logrando dar un certificado de 80 horas, para beneficiar en puntos-créditos y dar apertura al talento humano de las diferentes instituciones financieras, los cursos duraran 4 semanas.

Con lo manifestado se brindara cursos en dos horarios con cuatro horas en la mañana y cuatro en la noche, es decir se atenderá a 40 personas en un mes de trabajo, es decir se podrán dictar 24 cursos anuales al contar con una sola aula de trabajo que servirá para la mañana y la tarde.

**CUADRO N° 31**  
**CAPACIDAD INSTALADA**

<b>Años</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA ( Nro de cursos de capacitación)</b>	<b>Capacidad Instalada al 100%</b>	<b>% participación de la demanda insatisfecha</b>
1	<b>84</b>	24	28.57
2	<b>89</b>	24	26.97
3	<b>98</b>	24	24.49
4	<b>96</b>	24	25.00
5	<b>104</b>	24	23.08

**Fuente:** Cuadro N° 28  
**Elaboración:** La Autora

Con el cuadro expuesto se tiene que la capacidad máxima de atención trabajando en condiciones ideales o al 100% es de 24 cursos anuales que se pueden vender en un año cubriendo una atención del 28.57% de la demanda insatisfecha total.

### **7.2.3.2 CAPACIDAD UTILIZADA**

Una vez obtenida la capacidad instalada hay que considerar que por inicio de actividades la empresa va a atender porcentajes menores al 100%

en los dos primeros años, esto por razones de conocimiento y dominio de nuevos mercados y procesos de venta de cursos de capacitación, para que desde el tercer año se pueda trabajar realmente al 100%. Seguidamente se expone el cuadro de cálculo.

**CUADRO N° 32  
CAPACIDAD UTILIZADA**

<b>Años</b>	<b>Capacidad Instalada</b>	<b>Capacidad Utilizada</b>	<b>Nro de Cursos</b>	<b>En número de personas</b>
1	24	70	17	17*20= 340
2	24	90	22	484
3	24	100	24	528
4	24	100	24	528
5	24	100	24	528

**Fuente:** Capacidad Instalada: Cuadro N° 31  
**Elaboración:** La Autora

#### **7.2.4 INGENIERÍA DE PROCESO:**

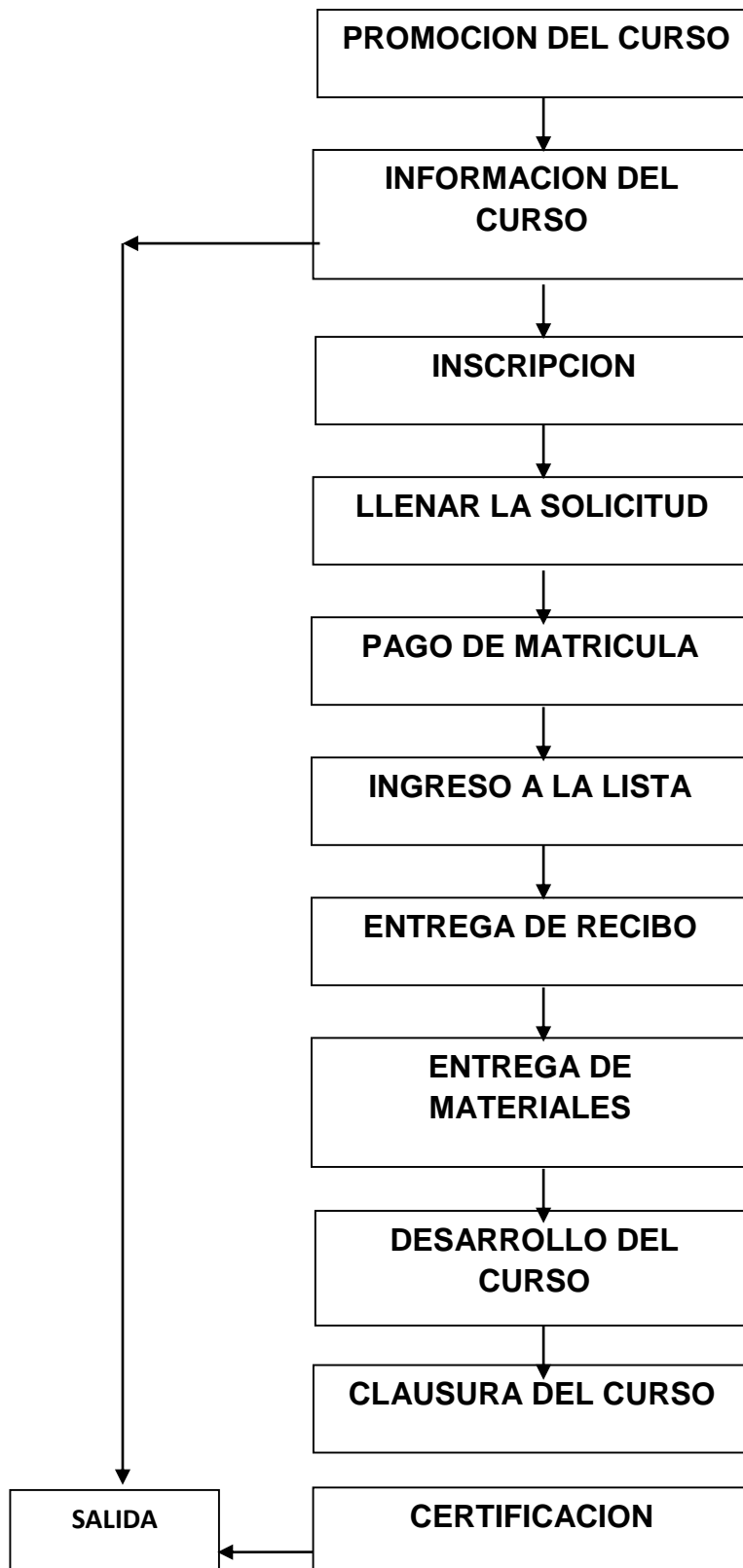
##### **7.2.4.1 ETAPAS DEL PROCESO:**

##### **DESCRIPCIÓN DE PROCESOS**

El proceso previsto para la ejecución del servicio integrado obedece a las siguientes etapas.

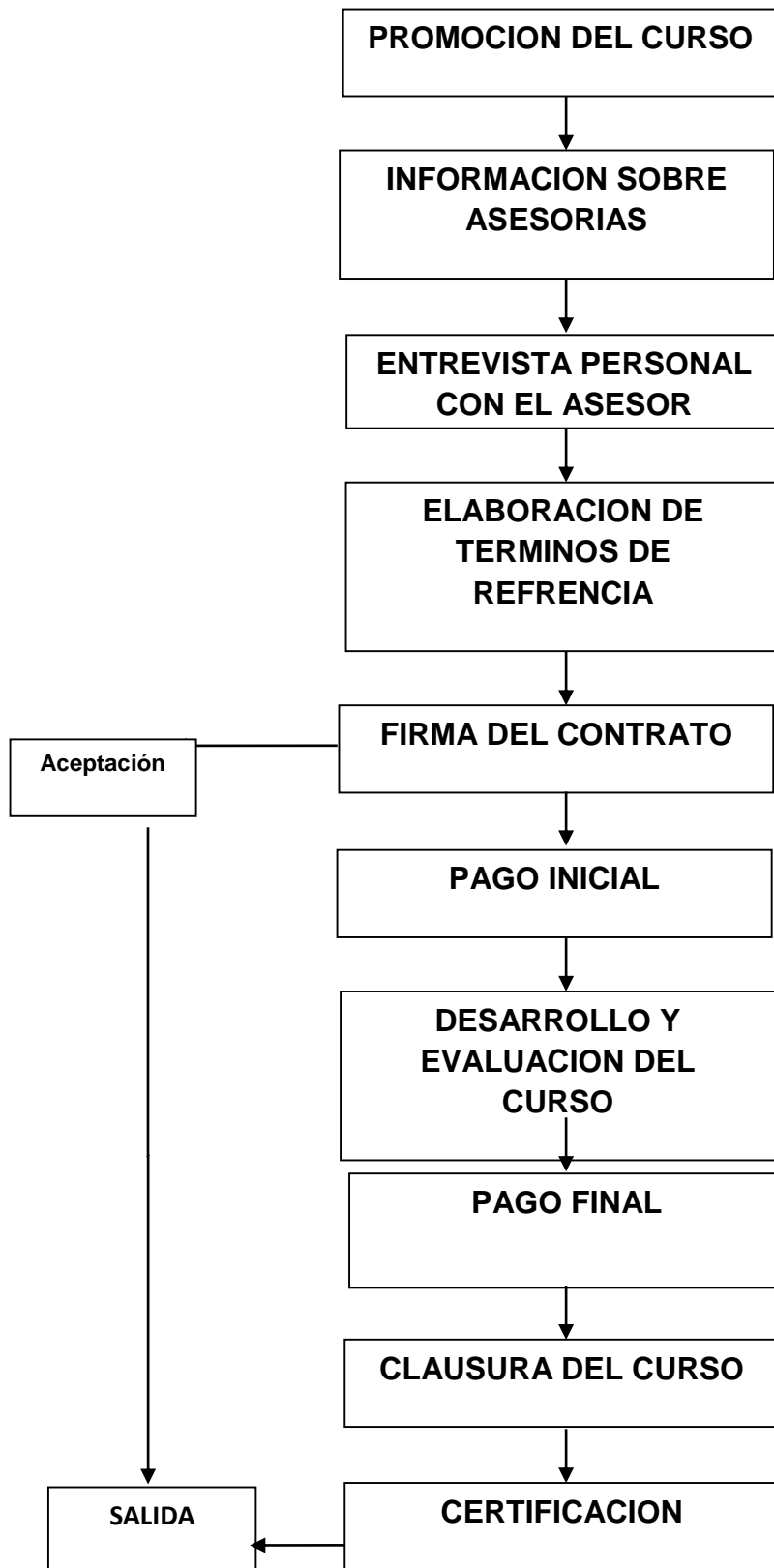
#### 7.2.4.2 PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN .

#### FASES DEL PROCESO DE LOS CURSOS DE CAPACITACIÓN



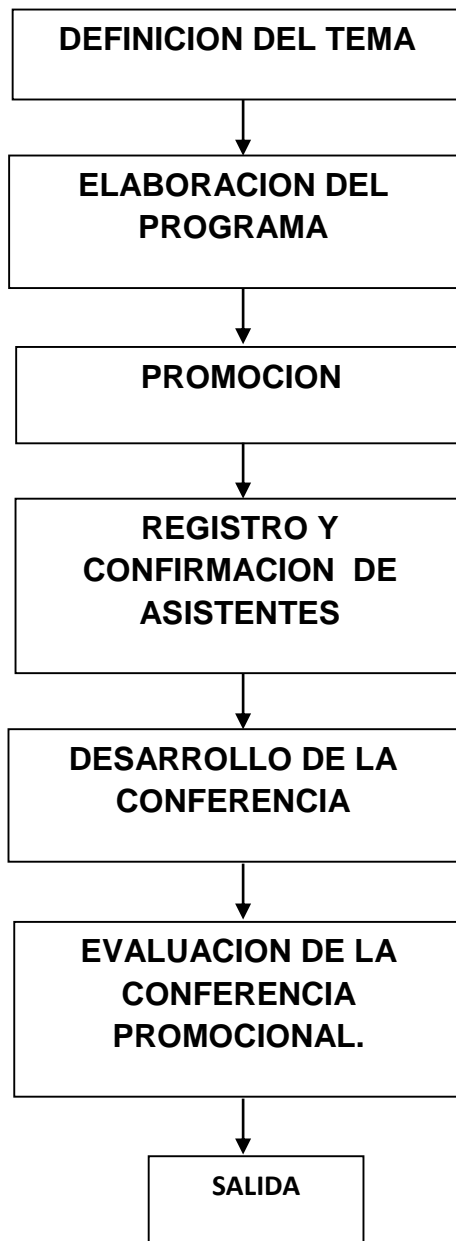
Elaboración: La Autora

## PROCESO DE ASESORÍA TÉCNICA - PROMOCIÓN



Elaboración: La Autora

## PROCESO DE CHARLAS PROMOCIONALES



Elaboración: La Autora

#### **7.2.4.3 PROCESO DE SERVICIO.**

El proceso de servicio está diseñado para los tres tipos de eventos que el Centro ha propuesto para capacitar y darse a conocer al público, sin embargo los tres cuentan con una base estructural similar.

En lo que respecta al servicio de los cursos de capacitación, el proceso comienza con la promoción de éstos, con el fin de despertar curiosidad en el usuario potencial e incentivar la visita al Centro.

Posteriormente se entregará información más detallada sobre los cursos disponibles y proporcionar la solicitud de inscripción. Si el usuario o directivo decide asistir al curso, procede a cancelar el valor del evento y consecuentemente reciben el material de apoyo para que puedan empezar el curso. Al concluir el tiempo de impartición del curso se realiza el evento de clausura y entrega de certificados.

En referencia a las asesorías, también cuentan con la promoción y el servicio de información. Por ser un servicio personalizado es necesario realizar una entrevista con los capacitadores, profesionales necesarios para solucionar el/los problema/s de la entidad financiera cliente. Posteriormente se requiere establecer, Términos de Referencia para poder desarrollar y evaluar el proceso de asesoría. Si el consultor o maestro acepta los términos de referencia establecidos se procederá a firmar el contrato de realización de la asesoría/capacitación así como el pago inicial, que se propone sea el 40% del



trabajo total. Con este registro interno de la documentación por parte del Centro, se comienza a desarrollar el curso. Al concluir el proceso de capacitación se procede a realizar la evaluación sobre la asesoría para conocer los aspectos positivos y negativos del servicio.

Además se realiza el último pago y finalmente se firma el acta de entrega-recepción

De asesoría. La realización de las conferencias se ha considerado como una actividad promocional para dar a conocer las actividades y la forma de trabajo del Centro de Capacitación.

Para empezar el proceso de las charlas se define el tema a tratar y los objetivos a alcanzar, para lo que se procede a elaborar el contenido y desarrollo de la conferencia. Posteriormente se realiza la promoción del evento, se realiza el registro y confirmación de los asistentes y se desarrolla el programa anteriormente establecido. El proceso finaliza con la evaluación del evento.

#### 7.2.4.4 RECURSOS A UTILIZAR

##### Recursos Humanos

CUADRO Nº 33

<b>CARGO</b>	<b>Nº</b>	<b>Otras Funciones</b>
<b>Gerente</b>	1	Jefe de Recursos Humanos Jefe de Ventas
<b>Secretaria</b>	1	Contadora
<b>Conserje</b>	1	Guardián
<b>TÉCNICO-ASESOR PROFESIONAL</b>	1	Instaladores
<b>TOTAL</b>	4	

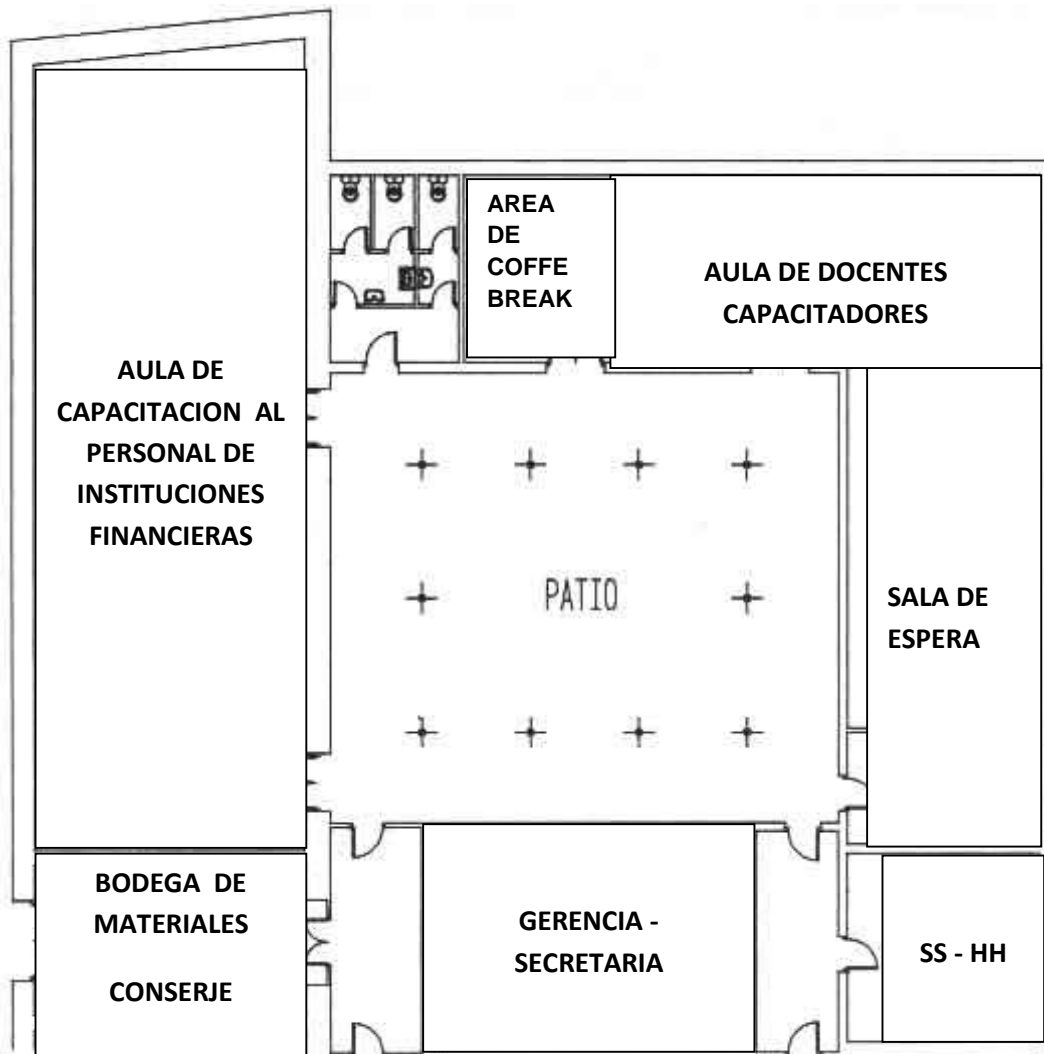
**Fuente:** Capacidad Instalada y Utilizada

**Elaboración:** La Autora

#### 7.2.4.5 INGENIERÍA DE LA PLANTA DE LA EMPRESA

En el siguiente gráfico se expone la distribución de la planta

**PLANO DE LAS OFICINAS DE LA EMPRESA. "CAFIN"**



**Fuente:** Estudio técnico  
**Elaboración:** Asesoría Ing. Civil

#### 7.2.4.6 CUADRO DE DISTRIBUCIÓN DE ÁREAS

Para la ubicación de las oficinas de la empresa “CAFIN”, se tomará en arriendo un departamento distribuido de la siguiente manera.

#### CUADRO # 34

#### DESCRIPCIÓN DE LAS INSTALACIONES

<b>MATERIAL</b>	<b>Hormigón armado metros cuadrados</b>
ÁREA PATIO	80
ÁREA DOCENTES CAPACITADORES	28
ÁREA DE ESPERA	25
ÁREA DE CAPACITACIÓN	50
ÁREA DE GERENCIA-SECRETARIA	16
ÁREA DE BODEGA	20
<b>ÁREA TOTAL</b>	<b>219</b>

**Fuente:** Plano de distribución

**Elaboración:** La Autora

### 7.3 ESTUDIO ORGANIZACIONAL

#### 7.3.1 MARCO LEGAL

##### 7.3.1.1 ESTUDIO ADMINISTRATIVO

El estudio Administrativo dentro del proyecto hace referencia a los aspectos de tipo organización y legal requeridos para la implementación y puesta en marcha

de la empresa, en donde se determinan específicamente el recursos humano con la finalidad de proponer un perfil adecuado para alcanzar los objetivos de la empresa además de los procesos y mecanismos de funcionamiento administrativo y organizativo de la misma.

## **OBJETIVOS**

Dentro de este estudio se plantea alcanzar los siguientes objetivos:

- ✓ Definir el régimen de constitución de la empresa.
- ✓ Establecer los requisitos y documentación necesaria para la constitución de la empresa.
- ✓ Elaborar el organigrama estructural, funcional y posicional.

## **ORGANIZACIÓN LEGAL**

El establecimiento dedicado a la capacitación del recurso humano de entidades financieras de la ciudad de Loja, se constituirá como una Compañía de Responsabilidad Limitada, denominada “CAFIN Cía. Ltda.”

## **DOMICILIO Y DIRECCIÓN:**

La empresa estará domiciliada en la ciudad de Loja perteneciente a la provincia de Loja y en la ciudad del mismo nombre, en el barrio Mira Flores bajo, calle Mercadillo.

### **OBJETO DE LA EMPRESA:**

Al constituirse una empresa se lo hace con un objetivo determinado, que es brindar cursos de capacitación, de diferentes temáticas para personal del sistema financiero local de la ciudad de Loja.

### **CAPITAL SOCIAL:**

El capital de la empresa a constituirse será integrado por los dos socios quienes aportaran el 55.55% del capital total del proyecto en partes iguales., que se harán efectivas el momento de constituirse la compañía.

### **TIEMPO DE DURACIÓN DE LA SOCIEDAD:**

La duración de la empresa será de 5 años a partir de la fecha de inscripción en el registro mercantil.

### **NACIONALIDAD:**

La empresa será de nacionalidad ecuatoriana por lo que estará sujeta a todas las leyes vigentes del Ecuador.

### **CARACTERIZACIÓN DE LA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA**

La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón

social o denominación objetiva, a la que se añadirá en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura.

La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad, la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y, operaciones mercantiles permitida por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, segura, capitalización y ahorro.

### **Número de Socios**

Para constituir esta clase de compañías requerirá de un mínimo de tres socios y como un máximo de quince socios. Si excediera de ese máximo deberá transformarse en otra clase de compañía o liquidarse.

### **Capital**

El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías. El mismo que es de USD 600,00.

Al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito, y pagado por lo menos en el cincuenta por ciento de cada participación. Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie y, en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles que correspondan a la actividad de la compañía. El saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor de doce meses, a contarse desde la fecha de constitución de la compañía.

## **MARCO LEGAL**

### **REGISTRO EN EL CNCF**

El CNCF (Consejo Nacional de Capacitación y Formación Profesional), es el órgano regulador, encargado de la definición de las políticas del Sistema Nacional de Formación Profesional, es una entidad de derecho público, con personería jurídica propia, autónoma administrativa y financiera con patrimonio y fondos propios.

“El cual tiene por misión impulsar y facilitar eficientemente la capacitación y formación profesional laboral de calidad, contribuyendo a elevar el nivel de competitividad de los sectores productivos del país y de vida de los trabajadores.

Su visión, ser el organismo técnico y autónomo, referente latinoamericano, que lidera el desarrollo permanente de la cultura de capacitación del país, fomentando el talento humano y crecimiento de la productividad del sector privado en el Ecuador”. CNCF 2009.

Para poder prestar nuestro servicio debemos cumplir con algunos requisitos establecidos en el Reglamento para acreditación de operadores de capacitación y formación profesional publicado en el Registro Oficial Nro 503 del 09 de Enero de 2009.

Los criterios de evaluación para la calificación y acreditación de operadores de capacitación y formación profesional, se registrarán de acuerdo a procesos:



operativos, formativos, y de articulación con la demanda, de la siguiente manera.

- **OPERATIVIDAD**
  - Constitución legal, personería y gestión organizativa
  - Planificación
  - Recurso humano
  - Instalaciones, equipo, logística
  - Registro de Información y monitoreo de actividades de capacitación
- **PROCESO FORMATIVO**
  - Diseño de programas académicos
  - Materiales y recursos didácticos
  - Evaluación del proceso formativo y sus resultados
- **ARTICULACIÓN CON LA DEMANDA**
  - Articulación con la comunidad, los sectores productivos, y el sector público.

Corresponde a la Secretaría técnica la acreditación de los operadores de capacitación y formación profesional, o a las entidades autorizadas por esta, cuyo proceso será:

- a. Recepción de la solicitud
- b. Revisión de la documentación
- c. Inspección técnica

- d. Evaluación y calificación
- e. Resolución y.
- f. Suscripción de convenios

Para obtener la acreditación, los operadores de capacitación interesados deberán presentar una solicitud, en formatos proporcionados por la Secretaria Técnica del CNCF adjuntando los documentos, según el tipo de operador en lo que sea aplicable.

Una vez ingresado el trámite, se iniciara el análisis y evaluación de la documentación y se efectuara la inspección al establecimiento, u oficina del operador solicitante, de ser el caso, para certificar la información recibida.

Verificado el cumplimiento de los requisitos a través de los criterios y estándares establecidos en el reglamento , s procederá a la calificación del operador en base a los factores de ponderación definidos por la Secretaria Técnica del CNCF.

## **PROCESO PARA CONSTITUIR UNA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA**

### **✓ Aprobación del Nombre de la Compañía**

**Trámite.-** Se deben presentar alternativas de nombres para la nueva Compañía, para su aprobación en la Superintendencia de Compañías.

**Documentación:**

- Copia de cédula.

**✓ Apertura Cuenta de Integración de Capital**

**Trámite.-** Se debe proceder con la apertura de una cuenta de Integración de Capital de la nueva Compañía en cualquier banco de la ciudad de domicilio de la misma.

**Documentación:**

- Copia de cédulas y papeletas de votación de las personas que constituirán la Compañía (socios o accionistas).
- Aprobación del nombre dado por la Superintendencia de Compañías
- Solicitud para la apertura de la cuenta de Integración de Capital (formato varía de acuerdo al banco en el que se apertura) que contenga un cuadro de la distribución del Capital.
- El valor del depósito

**Descarga de Documentos:**

- Solicitud apertura cuenta de Integración de Capital Compañía Limitada.

**✓ Celebrar la Escritura Pública**

**Trámite.-** Se debe presentar en una Notaría la minuta para constituir la Compañía

### **Documentación:**

- Copia de cédulas y papeletas de votación de las personas que constituirán la Compañía (socios o accionistas)
- Aprobación del nombre dado por la Superintendencia de Compañías
- Certificado de apertura de la cuenta de Integración de Capital dada por el banco
- Minuta para constituir la Compañía
- Pago derechos Notaría

### **Descarga de Documentos**

- Modelo Minuta Constitución Compañía Limitada.

### **✓ Solicitar la Aprobación de las Escrituras de Constitución**

**Trámite.-** Las Escrituras de constitución deberán ser aprobadas por la Superintendencia de Compañías.

### **Documentación:**

- Tres copias certificadas de las Escrituras de constitución.
- Copia de la cédula del Abogado que suscribe la solicitud.
- Solicitud de aprobación de las Escrituras de constitución.

### **Descarga de Documentos:**

- Modelo solicitud aprobación Escrituras.
- ✓ Obtener la Resolución de Aprobación de las Escrituras

**Trámite.-** La Superintendencia de Compañías nos entregará las Escrituras aprobadas con un extracto y 3 resoluciones de aprobación de la Escritura.

**Documentación:**

➤ Recibo entregado por la Superintendencia de Compañías al momento de presentar la solicitud.

✓ **Cumplir con las Disposiciones de la Resolución**

**Trámite:**

➤ Publicar el extracto en un periódico de la ciudad de domicilio de la Compañía.

➤ Llevar las resoluciones de aprobación a la Notaría donde se celebró la Escritura de constitución para su marginación.

➤ Obtener la patente municipal y certificado de inscripción ante la Dirección Financiera.

**Documentación:** Para obtener la patente y el certificado de existencia legal se deberá adjuntar:

➤ Copia de las Escrituras de constitución y de la resolución aprobatoria de la Superintendencia de Compañías.

➤ Formulario para obtener la patente (se adquiere en el Municipio).

➤ Copia de la cédula de ciudadanía de la persona que será representante legal de la Empresa.

### ✓ **Inscribir las Escrituras en el Registro Mercantil**

**Trámite.-** Una vez cumplidas las disposiciones de la resolución de aprobación de la Superintendencia de Compañías se deberá inscribir las Escrituras en el Registro Mercantil.

### **Documentación**

- Tres copias de las Escrituras de constitución con la marginación de las resoluciones.
- Patente municipal.
- Certificado de inscripción otorgado por el Municipio.
- Publicación del extracto.
- Copias de cédula y papeleta de votación de los comparecientes.

### ✓ **Elaborar nombramientos de la Directiva de la Compañía**

**Trámite.-** Una vez inscritas las Escrituras se deberán elaborar los nombramientos de la directiva (Gerente y Presidente)

### **Descarga de Documentos:**

- Modelo Nombramiento Gerente y Presidente.

### ✓ **Inscribir Nombramientos en el Registro Mercantil**

**Trámite.-** Deberán ser inscritos en el Registro Mercantil

**Documentación:**

- Tres copias de cada Nombramiento
- Copia de las Escrituras de Constitución
- Copias de cédula y papeleta de votación del Presidente y Gerente

**✓ Reingresar los Documentos a la Superintendencia de Compañías**

**Trámite.-** Se debe reingresar las Escrituras a la Superintendencia de Compañías para el otorgamiento de cuatro hojas de datos de la Compañía.

**Documentación:**

- Formulario RUC 01A
- Formulario RUC 01B
- Nombramientos Gerente y Presidente inscritos en el Registro Mercantil
- Copias de cédulas y papeletas de votación de Gerente y Presidente
- Tercera copia certificada de la Escritura de Constitución debidamente inscrita en el Registro Mercantil
- Una copia de la panilla de luz o agua del lugar donde tendrá su domicilio la Compañía
- Publicación del extracto

**Descarga de Documentos:**

- Formulario 01-A.
- Formulario 01-B.

## ✓ **Obtener el RUC**

**Trámite.-** Reingresadas las Escrituras se entregarán las hojas de datos de la Compañía que permitirán obtener el RUC.

### **Documentación:**

- Formulario 01A con sello de recepción de la Superintendencia de Compañías.
- Formulario 01B con sello de recepción de la Superintendencia de Compañías
- Original y copia de los nombramientos Gerente y Presidente inscritos en el Registro Mercantil.
- Original y copia de la Escritura de constitución debidamente inscrita en el Registro Mercantil.
- Original y copia de la cédula de identidad y papeleta de votación del Representante Legal.
- Una copia de la planilla de luz, agua, teléfono, pago del impuesto predial del lugar donde estará domiciliada la Compañía a nombre de la misma o, contrato de arrendamiento. Cualquiera de estos documentos a nombre de la Compañía o del Representante Legal.
- Si no es posible la entrega de estos documentos, una carta por el propietario del lugar donde ejercerá su actividad la Compañía, indicando que les cede el uso gratuito.



- Original y copia de las 4 hojas de datos que entrega la Superintendencia de Compañías.
- Si el trámite lo realiza un tercero deberá adjuntar una carta firmada por el Representante Legal autorizando.

#### **Descarga de Documentos:**

- Modelo de Autorización para obtener el RUC por una tercera persona.
- Modelo carta SRI para uso gratuito de oficina.

#### **✓ Retirar la cuenta de Integración de Capital**

**Trámite.-** Una vez que se obtenga el RUC de la Compañía, éste debe ser presentado a la Superintendencia de Compañías para que se emita la autorización de retirar el valor depositado para aperturar la cuenta de Integración de Capital.

#### **Documentación:**

- Carta de la Superintendencia de Compañías solicitando al banco se devuelva los fondos depositados para la apertura de la cuenta de Integración de Capital.
- Copia de cédula del Representante Legal y de los accionistas.
- Solicitud de retiro de los depósitos de la cuenta de Integración de Capital, indicar en dicha solicitud si el dinero lo puede retirar un tercero.

### **Descarga de Documentos:**

➤ Modelo de autorización de retiro de capital del banco.

✓ **Aperturar una Cuenta Bancaria a nombre de la Compañía**

**Trámite.-** La Compañía puede abrir una cuenta corriente o de ahorros.

### **Documentación:**

➤ Solicitud de apertura de cuenta.

➤ Copia de cédula y papeleta de votación de las personas que manejaran la cuenta.

➤ Copia de una planilla de servicios básicos donde conste la dirección de residencia quienes van a manejar la cuenta.

➤ Un depósito con un monto mínimo dependiendo de la institución bancaria.

### **Descarga de Documentos:**

➤ Modelo solicitud apertura cuenta corriente o de ahorros.

✓ **Obtener permiso para imprimir Facturas**

**Trámite.-** Para que la Compañía pueda emitir facturas, el SRI deberá comprobar la dirección de la Compañía.

## **Documentación:**

- Solicitud de inspección (formulario que entregan en el SRI).
- Permiso de Bomberos.
- En caso de realizar operaciones de Comercio Exterior, la autorización de la CAE.
- Certificados, contratos o facturas de proveedores de la Compañía.
- Certificado de cuenta bancaria a nombre de la Compañía.
- Registro patronal en el IESS.
- Patente Municipal.
- Panilla de luz, agua, teléfono o carta del pago del impuesto predial a nombre de la Compañía y/o el contrato de arrendamiento, o la carta de autorización de uso gratuito de oficina con reconocimiento de firma.

## **✓ Patente Municipal**

### **Requisito para obtener Patente de Personas Jurídicas**

- Registro único de contribuyentes actualizado
- Fotocopia de cédula de identidad.
- Formulario debidamente llenado de patente, (ventanilla #12 de Recaudaciones)
- Copia de declaración del Impuesto a la Renta

- Copia de la escritura de la Constitución de la empresa (solo para quienes inician actividades)

✓ **Permiso de Funcionamiento emitido por el Cuerpo de Bomberos**

**Pasos para obtener los Permisos de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos de Loja**

- Deberá acercarse a las ventanillas de recaudación del Municipio de Loja.
- Comprar un formulario de 50 centavos de declaración de Activos Totales en las ventanillas de recaudación del Municipio de Loja.
- Llenarlo registrarlo en las ventanillas municipales.
- Acudir con este formulario a las oficinas de Recaudación del Cuerpo de Bomberos de Loja (segundo piso del edificio central ubicado en la calle 10 de Agosto y Av. Universitaria esquina) para proceder al pago correspondiente.
- Solicitar la respectiva Inspección del local por parte de los señores inspectores de Bomberos.

**Requisitos para los Permisos de Funcionamiento**

- Copia del permiso de funcionamiento del año anterior de Bomberos (Si el local es nuevo copia del RUC)
- Copia del pago de las patentes municipales (Tramitar en Rentas del Municipio)
- Informe técnico del cuerpo de bomberos favorable (Inspección en Bomberos)

## ✓ **Inscripción de Afiliación de los Trabajadores al IESS**

Es obligación afiliar al Seguro General del IESS a todas las personas que perciben ingresos por la ejecución de una obra o la prestación de un servicio físico o intelectual, con relación laboral o sin ella.

### **Requisitos para la Inscripción al IESS**

Para la obtención del Número Patronal en el IESS se necesita de los siguientes documentos:

- Llenar un formulario denominado “Cédula de Inscripción Patronal”.
- Copia de la Escritura de Constitución de la empresa y de la resolución de la Superintendencia de Compañías.
- Copia del RUC.
- Copia de Cédula de Identidad de los trabajadores y del representante legal.  
Copia de los contratos de trabajo legalizados en la Inspectoría de Trabajo.
- Original y copia de cualquiera de los siguientes documentos (planilla de servicio eléctrico, telefónico o de agua) en donde se desarrolla la actividad económica.
- Solicitud de clave Patronal (en la oficina de Internet del IESS).

Una vez que se ha presentado estos documentos el IESS se entrega el Carné de Afiliación con su respectivo número de afiliación a los empleados y trabajadores de la empresa siendo único requisito para gozar de los siguientes beneficios que otorga el IESS:

- Servicios Médicos
  - Subsidio (maternidad, enfermedad, riesgos del trabajo)
  - Seguro de Cesantía
  - Jubilación (invalidez, vejez, especial reducida)
  - Seguro de Muerte (gastos para funerales, mortuoria, montepío)
  - Préstamos Quirografarios (ordinarios, especiales, automáticos)
- ✓ **Inscripción de la Marca en el IEPI**

### **Permiso de Funcionamiento**

#### ➤ **Comisaría Municipal de Ornato**

- Petición en papel valorado en 0,50 centavos (Ventanilla N° 12 de Recaudaciones)
- Solicitud en papel valorado dirigida a la Comisaria de Ornato
- Licencia de impacto ambiental conferido por el Gobierno Provincial de Loja.
- Certificación del Cuerpo de Bomberos de Loja.
- Pago de la Patente Municipal (Rentas Municipales)
- Adjuntar una copia de la cédula del representante legal de la planta.
- Ingresar la documentación en ARCHIVO GENERAL.

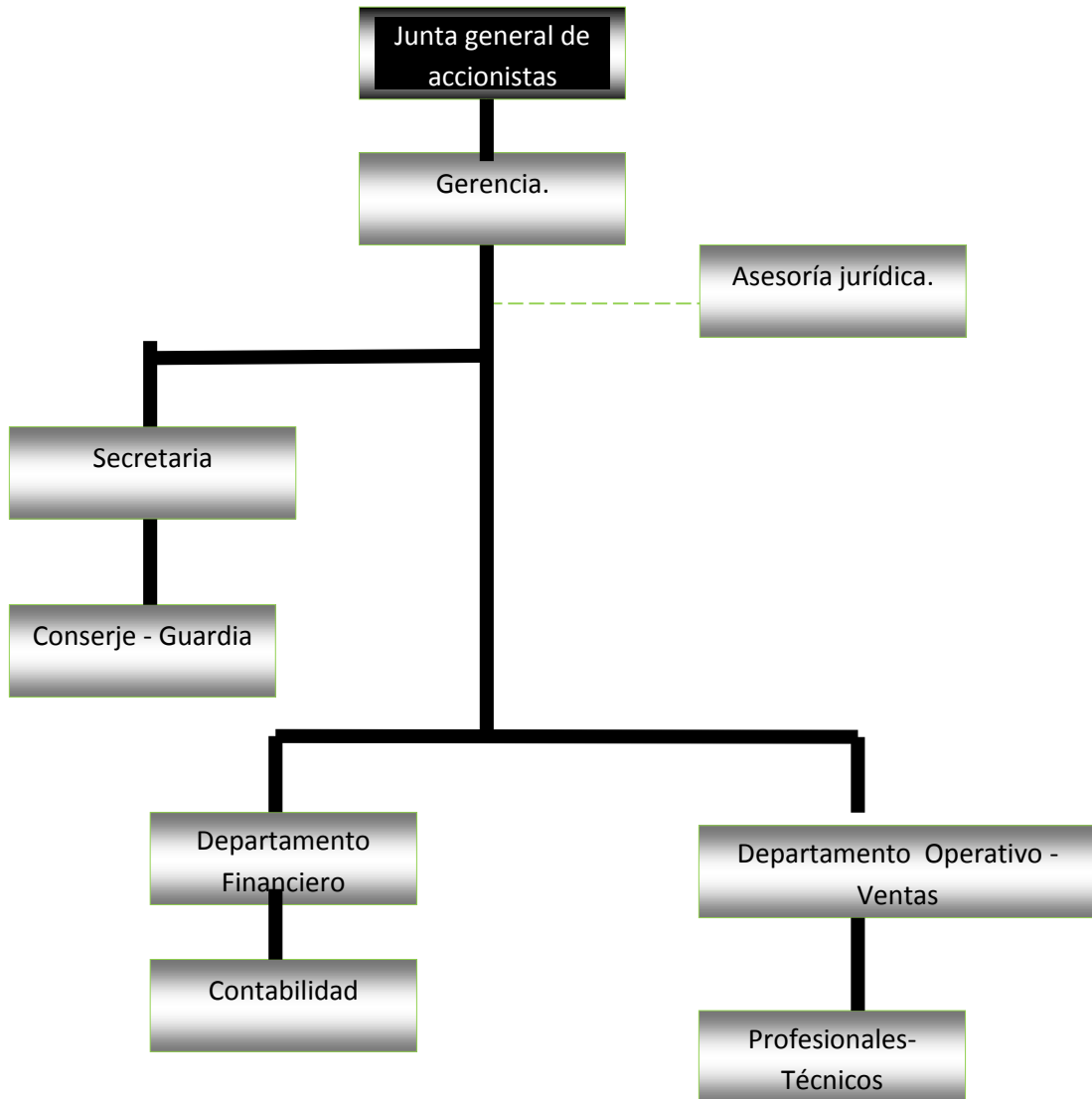
### **7.3.2 ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA**

Se hará referencia a la estructura organizacional interna de la empresa integrada por los organigramas estructurales, funcionales, y posicionales.

Es importante recalcar que el proyecto en mención requerirá específicamente de personal altamente capacitado en el manejo de producción y comercialización de cuyes, por cuanto se prevé mantener un bajo costo administrativo, estableciéndose así una estructura organizacional ajustada a las necesidades administrativas y operativas más urgentes. Indicándose así mismo que, para el caso del proyecto se considera una empresa de tamaño mediano, por lo tanto se ha visto conveniente estructurarlo de la siguiente manera:

# ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA “ CAFIN”

## GRÁFICO Nº 24



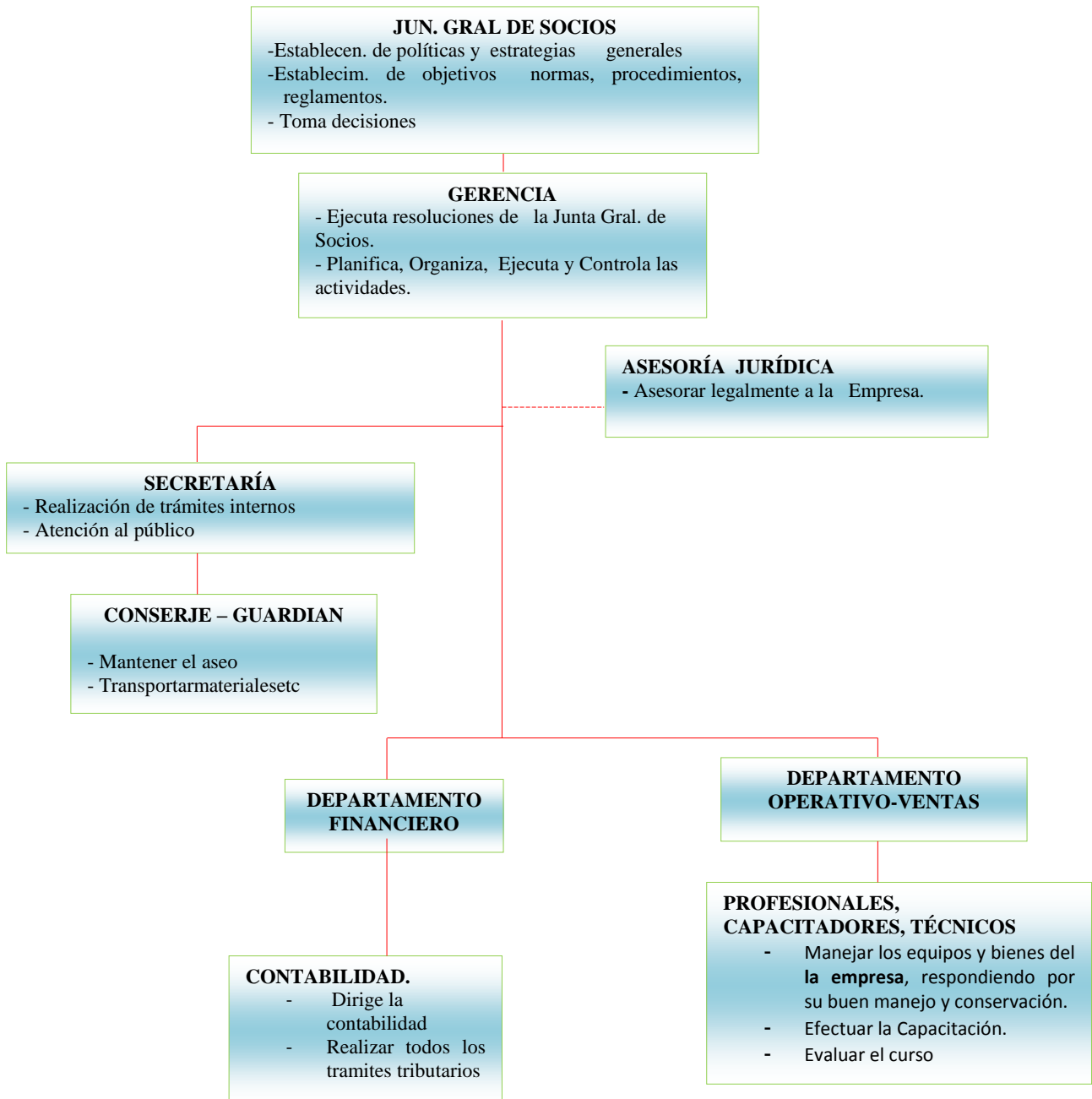
**Elaboración:** La Autora

- 1.- NIVEL LEGISLATIVO
- 2.- NIVEL EJECUTIVO
- 3.- NIVEL ASESOR
- 4.- NIVEL DE APOYO
- 5.- NIVEL OPERATIVO



## ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE “CAFIN” CÍA. LTDA.”

### GRÁFICO Nº 25



Elaboración: La Autora

## MANUAL DE FUNCIONES EMPRESA “CAFIN”

A continuación se detallan las funciones que deberá desarrollar cada uno de los trabajadores de la empresa:

<b>1. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO</b>	<b>COD. 01</b>
<b>Puesto</b> :	Gerente General
<b>Depende de</b> :	Junta General de Accionistas
<b>Área, Departamento o Sección</b> :	Gerencia
<b>2. DESCRIPCIÓN DE LA POSICIÓN</b>	
<b>Descripción Genérica:</b>	
✓	Controlar, regular y verificar las actividades del negocio.
<b>Descripción Específica:</b>	
➤	Designar y remover funcionarios.
➤	Presentar el presupuesto a los inversionistas.
➤	Manejar los fondos de la empresa bajo su responsabilidad: abrir, manejar cuentas corrientes y efectuar toda clase de operaciones bancarias, civiles y mercantiles.
➤	Coordinar la logística.
➤	Velar por una buena marcha de su dependencia.
<b>3. REQUISITOS PARA EL PUESTO</b>	
✓	<b>Residencia</b> : De preferencia con residencia en la ciudad de Loja.
✓	<b>Educación</b> : Ingeniero Comercial, o carreras afines con 3 años de experiencia, edad comprendida entre 26 a 35 años de edad.
✓	<b>Experiencia</b> : Manejo de promoción del producto y marketing, Investigación de mercados, Excelente manejo de relaciones públicas.
<b>4. PERFIL DEL PUESTO</b>	
✓	Disponibilidad de tiempo completo.
✓	Contar con relaciones interpersonales sobre todo en el sector de capacitación financiera.
✓	Don de mando.
✓	Capacidad de evaluación, control y seguimiento de tareas.
✓	Alto nivel de iniciativa y poder de decisión.
✓	Capacidad de trabajo en equipo.
✓	Capacidad de trabajo a presión

<b>1. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO</b>	<b>COD. 02</b>
<b>Puesto</b>	: Secretaria
<b>Depende de</b>	: Gerente General
<b>Área, Departamento o Sección</b>	: Secretaría
<b>2. DESCRIPCIÓN DE LA POSICIÓN</b>	
<b>Descripción Genérica:</b>	
✓ Atención diaria de las actividades administrativas y atención al cliente.	
<b>Descripción Específica:</b>	
➤ Atender al público.	
➤ Recibir la correspondencia dirigida a la empresa	
➤ Efectuar las demás funciones técnicas que se le encomiende.	
<b>3. REQUISITOS PARA EL PUESTO</b>	
✓ <b>Residencia</b>	: De preferencia con residencia en la ciudad de Loja.
✓ <b>Educación</b>	: Ingeniero/a en Contabilidad y Auditoría, con 3 años de experiencia, edad comprendida entre 25 a 35 años.
✓ <b>Experiencia</b>	: Atención diaria de la agenda de Gerencia
<b>4. PERFIL DEL PUESTO</b>	
✓ Disponibilidad de tiempo completo.	
✓ Persona proactiva, y organizada.	
✓ Puntualidad.	
✓ Poseer buenas relaciones personales.	

<b>1. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO</b>	<b>COD. 03</b>
<b>Puesto</b>	: Contadora
<b>Depende de</b>	: Gerente General
<b>Área, Departamento o Sección</b>	: Financiero
<b>2. DESCRIPCIÓN DE LA POSICIÓN</b>	
<b>Descripción Genérica:</b>	
✓ Llevar las cuentas de explotación, con relación a entradas y salidas de dinero o gastos y cobros.	
<b>Descripción Específica:</b>	
➤ Facturación de las ventas de cursos de capacitación	
➤ Contabiliza facturas y pago a proveedores.	
➤ Elaboración de contabilidad y balances.	
➤ Pago de sueldos y salarios.	
<b>3. REQUISITOS PARA EL PUESTO</b>	
✓ <b>Residencia</b>	: De preferencia con residencia en la ciudad de Loja.
✓ <b>Educación</b>	: Ingeniero/a en Contabilidad y Auditoría, con 3 años de experiencia, edad comprendida entre 25 a 35 años.
✓ <b>Experiencia</b>	: Conocimientos en impuestos, conciliaciones bancarias, análisis de cuentas.
<b>4. PERFIL DEL PUESTO</b>	
✓ Disponibilidad de tiempo completo.	
✓ Servicial y respetuoso.	
✓ Poseer buenas relaciones personales.	
✓ Aplicar sus conocimientos en forma crítica en el análisis e interpretación de estados financieros.	

<b>1. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO</b>		<b>COD. 04</b>
<b>Puesto</b>	:	<b>Capacitador- Docente</b>
<b>Depende de</b>	:	Gerente General
<b>Área, Departamento o Sección</b>	:	Operativo
<b>2. DESCRIPCIÓN DE LA POSICIÓN</b>		
✓ Llevar a cabo un adecuado manejo de cursos de capacitación a recurso humano del sistema financiero		
<b>3. REQUISITOS PARA EL PUESTO</b>		
<b>4. Residencia</b>	:	De preferencia con residencia en la ciudad de Loja.
<b>5. Educación</b>	:	<b>Profesional en áreas contables-financieras</b> , edad comprendida entre 36 a 35 años.
<b>6. Experiencia</b>	:	Trabajo en empresas similares
<b>7. PERFIL DEL PUESTO</b>		
✓ Disponibilidad de tiempo para diferentes horarios		
✓ Eficiencia y eficacia en la atención.		

<b>1. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO</b>		<b>COD. 05</b>
<b>Puesto</b>	:	Conserje Guardian
<b>Depende de</b>	:	Gerente General
<b>Área, Departamento o Sección</b>	:	Administrativo
<b>2. DESCRIPCIÓN DE LA POSICIÓN</b>		
<b>Descripción General:</b>		
Planificar y controlar los procesos de manejos de seguridad y limpieza de las instalaciones.		
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Planificar procesos de limpieza diaria</li> <li>➤ Planificar procesos de revisión y control de la seguridad del personal e instalaciones.</li> <li>➤ Planificar condiciones de seguridad.</li> </ul>		
<b>3. REQUISITOS PARA EL PUESTO</b>		
<b>8. Residencia</b>	:	De preferencia con residencia en la ciudad de Loja.
<b>9. Educación</b>	:	Bachiller, 2 años de experiencia, edad comprendida entre 23 a 30 años.
<b>10. Experiencia</b>	:	Curso de recursos humanos en atención al cliente.
<b>4. PERFIL DEL PUESTO</b>		
✓ Responsable.		
✓ Honesto.		
✓ Aptitud de servicio.		
✓ Alto nivel de concentración.		

<b>1. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO</b>		<b>COD. 06</b>
<b>Puesto</b>	:	<b>Asesor Jurídico</b>
<b>Depende de</b>	:	Gerente General
<b>Área, Departamento o Sección</b>	:	Asesor
<b>2. DESCRIPCIÓN DE LA POSICIÓN</b>		
<b>Descripción Específica:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Asesorar legalmente al Gerente y la empresa.</li> <li>➤ Defender los intereses legales de la empresa.</li> <li>➤ Asumir la representación legal de la empresa.</li> <li>➤ Tramitar los documentos legales</li> </ul>		
<b>3. REQUISITOS PARA EL PUESTO</b>		
<b>11. Residencia</b>	:	De preferencia con residencia en la ciudad de Loja.
<b>12. Educación</b>	:	<b>Doctor en Jurisprudencia</b> , con experiencia en el manejo de conflictos empresariales edad de entre 20 a 35 años.
<b>13. Experiencia</b>	:	Trabajos relacionados con el manejo legal empresarial.
<b>4. PERFIL DEL PUESTO</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Buena capacidad de comunicación.</li> <li>✓ Habilidad legal en negociación laboral y comercial</li> <li>✓ Responsabilidad y conocimiento de normas y leyes.</li> <li>✓ Proactivo Eficiencia y eficacia en el trabajo.</li> </ul>		

## **7.4. ESTUDIO FINANCIERO.**

### **7.4.1 INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO.**

#### **7.4.1.1 Inversiones.**

Las inversiones constituyen el monto a invertir para la puesta en marcha del proyecto y para que la empresa realice sus operaciones, así se las clasifica en tres rubros: Activos Fijos, Activos Diferidos y Activos Circulantes.

##### **7.4.1.1.1. Activos fijos.**

Son aquellas inversiones que realiza la empresa en terrenos, construcciones, maquinaria y equipo, vehículos, muebles y enseres. Equipos de oficina, etc., las mismas que son permanentes en la empresa y estarán sujetas a depreciación, con excepción del terreno, seguidamente se detalla los activos mencionados.

- **Maquinaria y Equipo.-** El equipo que se requiere para la puesta en marcha de la empresa es el suficiente para trabajar con calidad, el equipo fue cotizado en la ciudad de Quito, y se requirió la asesoría de un profesional en la materia, el costo total asciende a 2.450 dólares.(Anexo N° 4).
  
- **Muebles y Enseres.-** Aquí se encuentran los muebles de oficina que son necesarios para el proceso administrativo, que ascienden al valor de \$4.004 dólares. (Anexo N° 5).



- **Equipo de Oficina.-** Constituyen los costos en que se deberá incurrir para adquirir los bienes que serán utilizados por el personal administrativo y de servicio, sumadoras, etc., que fueron cotizados en la ciudad de Loja, y que asciende a un monto de \$383.45 dólares; (Anexo N° 6).
- **Equipo de Computo.-** el equipo de cómputo encierra un monto total de \$19.720 dólares. (Anexo N° 7).
- **Instalaciones.-** Constituyen los costos por instalación de energía eléctrica y agua para el funcionamiento del equipo monto que tiene un valor de \$390 dólares. (Anexo N° 8).
- **Imprevistos.-** Para este cálculo se tomó en cuenta el 3% del total de las inversiones fijas, cuyo monto asciende a 808.42 dólares.

**CUADRO N° 35**  
**VALOR DE LAS INVERSIONES FIJAS**

<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Maquinaria y Equipo	2.450,00
Muebles y Enseres	4.004,00
Equipo de oficina	383,45
Equipos de Computo	19.720,00
Instalaciones	390,00
Imprevistos (3%)	808,42
<b>TOTAL</b>	<b>27.755,87</b>

**Fuente:** Anexos N° 4 al 8  
**Elaboración:** La Autora

#### 7.4.1.1.2 Activos Diferidos.

Son los desembolsos que la empresa realiza con los propósitos de garantizar la normal estabilidad de la empresa, y obtener resultados positivos en el futuro.

- **Permisos de Funcionamiento.**- En el Ilustre Municipio del cantón Loja y la Jefatura de Salud etc., hay que pagar un total de \$750 dólares por permisos y documentación.
- **Gastos de Constitución.**- Es un gasto que toda empresa debe realizar para establecerse en forma legal en todo el cantón Loja, este desembolso para la empresa representa \$500 dólares.
- **Línea telefónica.**- La Adquisición de la línea telefónica para mantener la comunicación interna y externa de la empresa asciende a un valor aproximado de \$ 220 dólares.
- **Marcas y Patentes.**- Son los gastos que se realiza para la identificación de la empresa cuyo monto es de \$180.00 dólares.
- **Página web.**- Son los gastos concernientes a la creación y permanencia de la página web en la red, valor total de \$1.100 dólares.
- **Imprevistos.**- Para este cálculo se tomó en cuenta el 3% del total de las inversiones diferidas, cuyo monto asciende a \$82.50 dólares.

**CUADRO Nº 36**  
**VALOR DE LOS ACTIVOS DIFERIDOS**

<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Permisos de Funcionamiento	750.00
Gastos de Constitución	500.00
Línea telefónica - Internet	220.00
Marcas y Patentes	180.00
Página Web	1100.00
Imprevistos (3%)	82,50
<b>TOTAL</b>	<b>2.832,50</b>

**Fuente:** Asesoría Legal  
**Elaboración:** La Autora

**7.4.1.1.3 Activos Circulantes.**

Son el tipo de activos que gozan de gran liquidez y pueden convertirse en efectivo, dinamizando así las actividades de la empresa, es necesario señalar que los cálculos de los siguientes activos serán tomados en cuenta para un mes de actividades, ya que en ámbito de servicio se llevará procesos contables mensuales para cumplir la ley tributaria.

**Costo del Servicio.- (costo primo)** Comprende la materia prima directa y la mano de obra directa.

**Materia prima directa.-** Corresponden a los gastos en marcadores, cds, esferos, borradores etc. **que servirán directamente para la capacitación**, el monto asciende a \$910, anexo Nro. 10.

**Mano de Obra Directa.-** Son los capacitadores que intervendrán en los servicios de capacitación que la empresa requerirá para intervenir en el

proceso. En los cuadros de salarios se determina los parámetros y obligaciones económicas según la ley, para el año 2013, tomando como base el documento **La Tablita-2013**. El cálculo se lo realiza con base a un salario mínimo vital de \$318, el décimo tercero, el décimo cuarto, vacaciones, aportes al IESS, al IECE, al SECAP, etc., la información y su respectiva proyección se puede ver en el anexo N.º9.

**Gastos del Servicio.-** Son los gastos ocasionados por los materiales indirectos, la mano de obra indirecta y la carga fabril.

**Materia Prima Indirecta.-** Cds. para estudiantes, fotocopias, block notas, carpetas membretadas Nro. 11.

**Carga Fabril.-** Son los gastos generados por agua, energía eléctrica y otros, además en lo que se refiere a las depreciaciones, reparación y mantenimiento, esta información se la expone en el anexo Nº 12.

**Gastos de Administración.-** Son los costos generados por la administración en el que se incurrirá dentro de la etapa administrativa principalmente, es decir, en las actividades de tramitación de documentos, manejo de información, control de inventarios, entre otras actividades administrativas.

Estos gastos comprenden además, los sueldos y salarios para el personal de esta área de administración, tomando en cuenta también otros gastos administrativos como teléfono, suministros, arriendos etc. Esta información la encontramos en los anexos Nº15al 18.

**Gastos de Ventas.**- En este rubro intervienen los gastos en que se incurre por, publicidad, y sueldos correspondientes al área de ventas esta información y su respectiva proyección para los 5 años de vida útil del proyecto la encontramos en los anexos N° 19y20.

**CUADRO N° 37  
VALOR DE LAS INVERSIONES CIRCULANTES**

<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>VALOR TOTAL</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>
Materia Prima Directa	910.00	75,83
Mano de Obra Directa	30.234,00	2.519,50
Materia Prima Indirecta	3.048,00	254,00
Gastos Indirectos	666.47	55.54
Gastos de Administración	30.095.62	2.507.97
Gastos de Ventas	2.000,00	166.67
<b>TOTAL</b>	<b>66.954.09</b>	<b>5.579.51</b>

**Fuente:** Anexos N° 9 al 20

**Elaboración:** La Autora

**CUADRO N° 38  
VALOR TOTAL DE LAS INVERSIONES**

<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>VALOR TOTAL MENSUAL</b>
Activo Fijo	27.755,87
Activo Diferido	2.832,50
Activo Circulante	5.579,51
<b>TOTAL</b>	<b>36.167.88</b>

**Fuente:** Cuadros N° 35,36 y 37

**Elaboración:** La Autora

## **7.4.2 FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN**

Tiene gran importancia determinar qué entidad financiará en parte el presente proyecto, para el crédito requerido, en este caso se utilizará como fuente a la CFN, por ser una institución que ayuda a generar el desarrollo a nivel cantonal por medio de créditos a largo plazo y a una tasa de interés baja, la empresa para su funcionamiento requiere de 36.167.88 dólares correspondientes a inversiones fijas, diferidas y circulantes. Se menciona que entre los requisitos para el préstamo la empresa debe estar legalmente constituida y presentar un proyecto tentativo de lo que quieren realizar, además los activos fijos serán comprados con el préstamo para que queden como garantía, la empresa deberá además estar con todos los pagos municipales al día, y deberá tener garantías de bancos locales.

### **7.4.2.1. Fuentes de Financiamiento.**

Realizado el estudio sobre la inversión requerida para el proyecto se debió recurrir a las fuentes de financiamiento externo e interno. El capital propio a invertir será de 16.167.88 dólares el mismo que será cubierto por los socios de la empresa y 20.000 dólares restantes será financiado por la CFN a través de la línea de crédito multisectorial que posee una tasa de interés del 11% a un plazo de 5 años. Es necesario aclarar que estas especificaciones y condiciones del crédito a recibir fueron realizadas en el mes de Abril del presente año, la amortización del crédito y del activo diferido la apreciamos en los anexos N° 21 y 22.

**CUADRO Nº 39  
FINANCIAMIENTO**

<b>Financiamiento</b>	<b>Valor</b>	<b>%</b>
Fuente Interna	16.167.88	44.70
Fuente Externa	20.000,00	55.30
<b>TOTAL</b>	<b>36.167.88</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Cuadro 37 y CFN  
**Elaboración:** La Autora

### **7.4.3 ESTRUCTURA DE COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO**

En todo proyecto es fundamental conocer cuánto va a costar brindar los servicios, y qué ingreso se tendrá, lo que es de vital importancia para la implementación de una empresa.

#### **7.4.3.1 Presupuesto de Costos.**

Son todos los gastos que la empresa debe enfrentar durante el proceso productivo, así para una más específica y amplia explicación se presenta en el siguiente cuadro para los 5 años de vida útil del proyecto y respetando los parámetros financieros de cálculo para proyectos de inversión.

**CUADRO Nº 40  
PRESUPUESTO DE COSTOS**

<b>RUBROS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	39.912,88	46.971,21	49.525,58	51.912,23	54.427,92
<b>COSTO PRIMO</b>					
Materia Prima Directa	910,00	1.232,75	1.369,73	1.443,83	1.521,94
Mano de Obra Directa	30.234,00	35.869,66	37.810,21	39.855,74	42.011,94
<b>GASTOS DE FABRICACIÓN</b>					
Materiales Indirectos	3.048,00	4.130,87	4.589,85	4.838,16	5.099,91
Depreciación. de Muebles y enseres	360,36	360,36	360,36	360,36	360,36
Depreciación de Equipo de oficina	426,51	426,51	426,51	426,51	426,51
Depreciación Equipo de computación	4.382,44	4.382,44	4.382,44	4.382,44	4.382,44
Depreciación de Instalaciones	35,10	35,10	35,10	35,10	35,10
Reparación y Mantenimiento	269,47	284,05	299,42	315,62	332,69
Energía Eléctrica	247,00	249,47	251,96	254,48	257,03
<b>COSTO DE OPERACIÓN</b>					
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>	30812,12	33994,16	35778,1	37658,3	39639,97
Sueldos y Salarios	24.438,06	27.330,16	28.808,72	30.367,27	32.010,14
Suministros de Oficina	115,50	121,75	128,34	135,28	142,60
Gastos Generales	342,06	360,57	380,07	400,63	422,31
Teléfono	400,00	404,00	408,04	412,12	416,24
Agua Potable	150,00	151,50	153,02	154,55	156,09
Arriendos	4.800,00	5.059,68	5.333,41	5.621,95	5.926,09
Amortización Activo Diferido	566,50	566,50	566,50	566,50	566,50
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	<b>2.000,00</b>	<b>2.108,20</b>	<b>2.222,25</b>	<b>2.342,48</b>	<b>2.469,21</b>
Publicidad	2.000,00	2.108,20	2.222,25	2.342,48	2.469,21
<b>TOTAL</b>	<b>72.725,00</b>	<b>83.073,57</b>	<b>87.525,92</b>	<b>91.913,01</b>	<b>96.537,10</b>



**CUADRO Nº 41**

**COSTOS FIJOS Y VARIABLES PARA EL PRIMER AÑO DE VIDA ÚTIL**

RUBROS	AÑO 1		
	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	TOTAL
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>			
COSTO PRIMO			34.192,00
Materia Prima Directa		910,00	
Mano de Obra Directa		30.234,00	
<b>GASTOS DE FABRICACIÓN</b>			3.048,00
Materiales Indirectos		3.048,00	
<b>GASTOS INDIRECTOS</b>			5.870,88
Depreciación de Muebles y enseres	360,36		
Depreciación de Equipo de oficina	426,51		
Depreciación Equipo de computación	4.382,44		
Depreciación de Instalaciones	35,10		
Reparación y Mantenimiento	269,47		
Energía Eléctrica	247,00		
<b>COSTO DE OPERACIÓN</b>			
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>			30.662,12
Sueldos y Salarios	24.438,06		
Suministros de Oficina	115,50		
Gastos Generales	342,06		
Teléfono	400,00		
Agua Potable	150,00		
Arriendos	4.800,00		
Amortización Activo Diferido	566,50		
<b>GASTOS DE VENTAS</b>			2.000,00
Publicidad	2.000,00		
<b>TOTAL</b>	<b>38.533,00</b>	<b>34.192,00</b>	<b>72.725,00</b>

### 7.4.3.2 Estructura de Ingresos.

El proceso a seguir en el cuadro explicativo es que se divide primeramente los costos totales para el número de personas que asistirá a los cursos en sus diferentes temáticas, de aquí que se obtiene el costo unitario por curso, de aquí que se ha dejado un 25% de utilidad, de aquí el curso por persona sería para el primer año \$267,37, ahora que para un curso de 40 horas presenciales con otras 4<sup>o</sup> autónomas dan un total para el certificado de aprobación de 80 horas académicas, lo cual favorece a la institución financiera y su personal, ya que esto a más de capacitar de forma idónea al recurso humano a estos les sirve para cualquier tipo de concurso de méritos y oposición, entonces el financiamiento de los cursos se arreglarán a lo interno de cada institución ya que el personal podría ayudar económicamente a su cursos de capacitación.

**CUADRO Nº 42  
ESTRUCTURA DE INGRESOS PARA LA VIDA ÚTIL DEL PROYECTO**

<b>AÑO</b>	<b>COSTOS TOTALES</b>	<b>NUMERO DE PERSONAS CAPACITADAS</b>	<b>COSTO UNITARIO EMPRESA</b>	<b>MARGEN DE UTILIDAD (25%) PRECIO EMPRESA</b>	<b>TOTAL DE INGRESOS PARA LA EMPRESA</b>
1	72.725.00	340	213.90	267.37	90.906.25
2	83.073.57	484	171.64	214.55	103.841.96
3	87.525.92	528	165.77	207.21	109,407,40
4	91.913.01	528	174.08	217.60	114.891.26
5	96.537.10	528	182.84	228.54	120.671.38

**Fuente:** Presupuestos, Cuadro Nº 39 y 41

**Elaboración:** La Autora

#### 7.4.4 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.

El estado de pérdidas y ganancias para el periodo de vida útil de la empresa se lo calculó tomando en cuenta los ingresos por ventas, esto menos el costo de producción, de operación y desembolsos legales que se los indica en el siguiente cuadro, se obtiene la utilidad líquida en un periodo anual.

**CUADRO N° 43**  
**ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS**

<b>RUBROS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Ventas</b>	90.906.25	103.841.96	109,407,40	114.891.26	120.671.38
<b>(-)Costos-Totales</b>	72.725.00	83.073.57	87.525.92	91.913.01	96.537.10
<b>(=)Utilidad-Bruta-Ventas</b>	<b>18.181.25</b>	<b>20.768.39</b>	<b>21.881.48</b>	<b>22.978.25</b>	<b>24.134.28</b>
<b>(-) 15% Trabajadores</b>	2.727.19	3.115.26	3.282.22	3.446.74	3.620.14
<b>(=)Utilidad-antes-Impuestos.</b>	<b>15.454.06</b>	<b>17.653.13</b>	<b>18.599.26</b>	<b>19.531.51</b>	<b>20.514.13</b>
<b>(-)Impuesto- renta</b>	3.399.89	3883.69	4.091.84	4.296.93	4.513.11
<b>(=)Utilidad Neta</b>	<b>12054.17</b>	<b>13.769.44</b>	<b>14.507.42</b>	<b>15.234.58</b>	<b>16.001.02</b>

Fuente: Presupuestos, Cuadro N° 40 y 42  
Elaboración: La Autora

### 7.4.5 Punto de Equilibrio.

Permite tener conocimiento cuando son iguales tanto los ingresos por ventas y el total de los costos (fijos y variables), es decir es el punto donde la empresa no tiene perdidas ni ganancias.

Para calcular el punto de equilibrio en forma matemática en función de la capacidad instalada y de las ventas; y gráfico, es necesario clasificar a los costos en fijos y variables. En el siguiente cuadro se expone los costos fijos y variables, para luego proceder a calcularlos matemáticamente, en función de los ingresos por ventas y en función de la capacidad instalada, para así graficarlos y de esta manera obtener el punto de equilibrio.

- **Método Gráfico:** Es la representación gráfica en el que se especifica el punto de equilibrio mediante el plano cartesiano.

### PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL PRIMER AÑO DE OPERACIÓN

a) En función de la capacidad instalada =  $PE = \frac{CF}{VT - CV} \times 100$

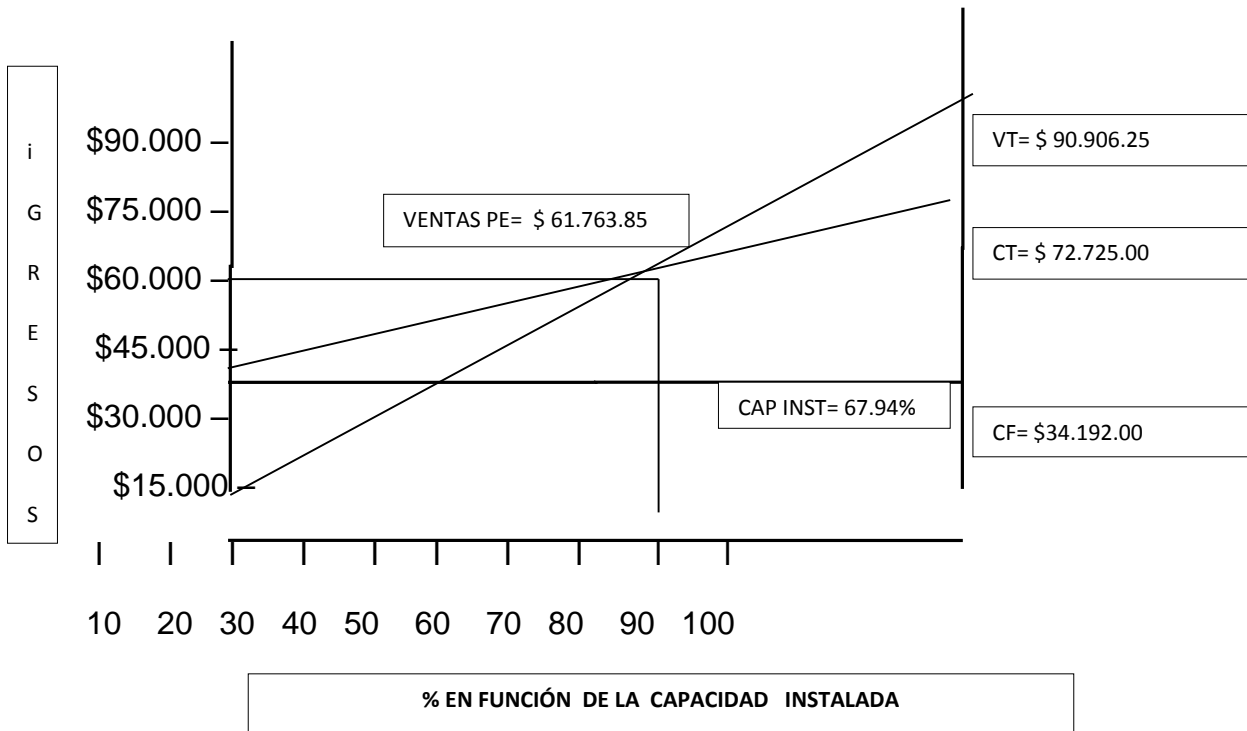
$$PE = \frac{38.533.00}{90.906.25 - 34.192.00} \times 100 = 67.94\%$$

b) En función de las ventas.

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}}$$

$$PE = \frac{38.533.00}{1 - \frac{34.192.00}{90.906.25}} = \$ 61.763.85$$

### Método Gráfico



**Análisis:** Estos resultados significan que la empresa para no perder ni ganar debe trabajar al 67.94% de su capacidad instalada y vender al menos 61.763.85 dólares.

### 7.4.6 EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera permite cuantificar y determinar los costos que se requerirán para poner en marcha la empresa y los beneficios que se obtendrán como rentabilidad en periodos determinados de actividades, para ello se elabora el flujo de caja como un primer indicador para determinar la situación financiera.

#### 7.4.6.1 Flujo de Caja.

El flujo de caja, permite tomar decisiones sobre la evolución de la empresa durante la vida útil del proyecto, en donde se agrupan las fuentes de acuerdo al origen de los fondos. A este estado financiero se lo obtiene relacionando el total de ingresos con el total de los egresos de cada año de vida útil, para así conocer el flujo de efectivo que la empresa tendrá en el proceso de prestación de los servicios en estudio.

**CUADRO Nº 44  
FLUJO DE CAJA**

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
<b>+ INGRESOS</b>		90.906,25	103.841,96	109.407,41	114.891,26	120.671,38
Ventas		90.906,25	103.841,96	109.407,41	114.891,26	120.671,38
<b>COSTOS Y GASTOS</b>		<b>72.725,00</b>	<b>83.073,57</b>	<b>87.525,92</b>	<b>91.913,01</b>	<b>96.537,10</b>
Costo de Producción		40.062,88	47.122,71	49.678,60	52.066,78	54.584,01
Costos Administrativos		<b>30.662,12</b>	<b>33.842,66</b>	<b>35.625,08</b>	<b>37.503,75</b>	<b>39.483,88</b>
Gasto de ventas		2.000,00	2.108,20	2.222,25	2.342,48	2.469,21
<b>= UTILIDAD BRUTA</b>		<b>18.181,25</b>	<b>20.768,39</b>	<b>21.881,48</b>	<b>22.978,25</b>	<b>24.134,28</b>
-15% Trabajadores		2.727,19	3.115,26	3.282,22	3.446,74	3.620,14
=Utilidad antes de impuestos		<b>15.454,06</b>	<b>17.653,13</b>	<b>18.599,26</b>	<b>19.531,51</b>	<b>20.514,13</b>
- 22% Impuesto a la renta		3.399,89	3.883,69	4.091,84	4.296,93	4.513,11
<b>=UTILIDAD NETA</b>		12.054,17	13.769,44	14.507,42	15.234,58	16.001,02
<b>+ DEPRECIACIONES</b>		5.204,41	5.204,41	5.204,41	5.204,41	5.204,41
<b>+ AMORTIZACIONES</b>		566,50	566,50	566,50	566,50	566,50
<b>= FLUJO DE EFECTIVO DE OPERACIÓN</b>		17.825,08	19.540,35	20.278,33	21.005,49	21.771,94
- Inversiones	-36.167,88				-19.720,00	
+ Valor de Rescate						25.419,83
<b>= FLUJO DE EFECTIVO ANTE DE FINANCIAMIENTO</b>	<b>-36.167,88</b>	<b>17.825,08</b>	<b>19.540,35</b>	<b>20.278,33</b>	<b>1.285,49</b>	<b>47.191,77</b>

Fuente: Presupuestos - Cuadros Nº 40 y 42

Elaboración: La Autora

Se puede interpretar estos resultados como el flujo de efectivo por año, que tiene dinámica permanente en la empresa, es decir, entradas y salidas en efectivo. Se aclara que hay una reinversión en equipo de cómputo, ya que este tiene solamente tres años de vida útil.

#### 7.4.6.2 Valor Actual Neto

Indicador de evaluación financiera que señala el saldo actual, que resulta luego de la vida útil del proyecto, es decir, el valor que tiene la inversión a través del tiempo, bajo este concepto es factible de realizarlo cuando el valor actual neto es positivo, siempre y cuando la tasa de actualización utilizada sea un porcentaje que corresponda al costo de oportunidad de las inversiones en el mercado financiero.

#### CUADRO Nº 45

##### VALOR ACTUAL FACTOR ACTUALIZACIÓN = 11%

AÑOS	FLUJO NETO	TASA ACTUALIZADA	VALOR ACTUALIZADO
1	17.825,08	0,900900901	16058.63
2	19.540,35	0,811622433	15859.39
3	20.278,33	0,731191381	14.827.34
4	1.285,49	0,658730974	846,79
5	47.191,77	0,593451328	28,006,02
<b>TOTAL</b>			<b>75.598.17</b>

Fuente: Cuadro Nº 44

Elaboración: La Autora

Aplicando la fórmula se obtiene:

V.A.N = Sumatoria de Flujo neto Actualizado – inversión

$$\text{V.A.N} = 75.598.17 - 36.167.88$$

$$\text{V.A.N} = 39.430.39$$

El V.A.N., indica que si el resultado es igual o superior a cero se acepte el proyecto y si es menor o negativo, no se lo acepte. Por tanto el proyecto es aceptable.

#### 7.4.6.3 Relación Beneficio Costo.

Permite medir el rendimiento por cada dólar invertido, esta relación dicho de otra manera nos indica la capacidad de pago de la empresa, se lo obtiene realizando comparación de los valores actuales de los ingresos, con el valor actual de los egresos. Cuando se obtiene un índice mayor a 1 en la relación beneficio – costo, el proyecto es aconsejable.

$$\text{B/C} = \text{Ingreso actualizado/Costos actualizados}$$

**CUADRO Nº 46**  
**RELACIÓN BENEFICIO – COSTO**

AÑOS	COSTO	FACTOR 11%	COSTO	INGRESO	FACTOR 11%	INGRESO
	<b>ORIGINAL</b>		<b>ACTUALIZADO</b>	<b>ORIGINAL</b>		<b>ACTUALIZADO</b>
1	72.725.00	0,9009009	65.518.02	90.906.25	0,900900901	81.897.52
2	83.073.57	0,8116224	67.424.37	103.841.96	0,811622433	84.280.47
3	87.525.92	0,7311914	63.998.20	109,407,40	0,731191381	79.997.75
4	91.913.01	0,6587310	60.545.95	114.891.26	0,658730974	75.682.43
5	96.537.10	0,5934513	57.290.07	120.671.38	0,593451328	71.612.59
<b>TOTAL</b>			<b>314.776.91</b>			<b>393.470.76</b>

**Fuente:** Presupuestos - Cuadros Nº 40, 42

**Elaboración:** La Autora

$$\text{B/C} = 393.470.76 / 314.776.91$$

$$\text{B/C} = 1.25$$



Analizando, se puede observar que se tiene como resultado el valor de 1.25 dólares, por lo tanto se tiene un dólar con diez centavos para pagar cada dólar que la empresa debe; o, dicho de otra manera, el proyecto genera 25 centavos por cada dólar invertido. Es importante destacar que este 25% coincide con el margen de utilidad aplicado en la estructura de ingresos.

#### 7.4.6.4 Tasa Interna de Retorno

Es un indicador que indica la capacidad de ganancia de un proyecto y la factibilidad de ejecutarlo, cuando la TIR es superior al costo de oportunidad del capital (o sea, aquel porcentaje de interés que le pagaría la banca privada sin correr riesgo alguno) se lo puede ejecutar. El método que se ha utilizado es el de actualización o descuento, que establece la equivalencia actual de un monto de dinero que se recibirá en el futuro. A continuación se aprecia la formula y luego el cuadro respectivo a este indicador.

$$TIR = Tm + Dt * \left( \frac{VAN_{menor}}{VAN_{menor} - VAN_{mayor}} \right)$$

**CUADRO Nº 47  
TASA INTERNA DE RETORNO**

<b>AÑOS</b>	<b>FLUJO NETO</b>	<b>FACTOR 44%</b>	<b>VAN 1</b>	<b>FACTOR 45%</b>	<b>VAN 2</b>
1	17.825,08	0,68965517	12.378.53	0,69444444	12.293.16
2	19.540,35	0,47562425	9.423.40	0,48225309	9.293.87
3	20.278,33	0,32801672	6.791.17	0,33489798	6.651.63
4	1.285,49	0,22621843	298.96	0,23256804	290.80
5	47.191,77	0,15601271	7621.73	0,16150558	7362.52
<b>SUMAN</b>			<b>36.513.79</b>		<b>35.891.97</b>
			<b>345.92</b>		<b>-275.90</b>

Fuente: Cuadros Nº 44  
Elaboración: La Autora

Inversión Inicial = \$36.167,88

$$TIR = (44\% + 1) * \left( \frac{345.92}{345.92 - (-275.90)} \right)$$

$$TIR = 44.56\%$$

Al realizar el análisis correspondiente, se puede observar que se tiene una TIR de 44.56% lo que da a entender que es una tasa superior a las ofertadas en entidades financieras y otros proyectos, por lo que sí es conveniente invertir en el proyecto.

#### **7.4.6.5 Periodo de Recuperación del Capital.**

El periodo de recuperación da a conocer el tiempo en que la empresa tardará en solventar la Inversión Inicial mediante el flujo de entradas de efectivo que producirá el proyecto. Para determinar si el proyecto es aceptable o no se debe analizar si el periodo de recuperación es inferior al periodo de vida útil del proyecto, y si el tiempo es mayor no se lo debe aceptar. A continuación se expone la fórmula para este indicador y el cuadro respectivo.

$$PRC = \begin{array}{l} \text{Año que supera} \\ \text{la inversión} \end{array} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{primeros flujos}}{\text{Flujo del año que supera la inversión}}$$

**CUADRO N° 48**  
**PERIODO DE RECUPERACIÓN**

<b>AÑOS</b>	<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>FLUJO NETO</b>	<b>FLUJO ACUMULADO</b>
0	36.167,88		
1		17.825,08	17.825,08
2		19.540,35	37.365.43
3		20.278,33	57.643.76
4		1.285,49	58.929.25
5		47.191,77	106.121.02
<b>TOTAL</b>		<b>106.121.02</b>	

**Fuente:** Cuadro N° 44  
**Elaboración:** La Autora

Aplicando la fórmula:

$$PRC = 2 + \left( \frac{36.167.88 - 37.365.43}{19.540.35} \right)$$

$$PRC = 2 - (0,06)$$

$$PRC = 1,94 \text{ años}$$

$$0,94 \times 12 = 11,28 \text{ meses}$$

$$0,28 \times 30 = 8,4 \text{ días}$$

Con el resultado obtenido, se puede observar que la inversión inicial será recuperada en 1 año, 11 meses y 8 días.

#### **7.4.6.6 Análisis de Sensibilidad.**

El análisis de sensibilidad adopta los resultados de un modelo cuando cambian las circunstancias de alguna variable, es decir trata de manifestar las variaciones de rentabilidad del proyecto debido a la modificación de uno de los componentes del modelo analizado, como es el caso de incrementar sus costos y disminuir sus ingresos. Para ello se procede a calcular la nueva tasa interna de retorno y así se puede conocer si el proyecto es o no sensible a las variaciones.

**INTERPRETACIÓN.-** Luego de realizar los análisis de sensibilidad se ha obtenido que el proyecto puede soportar un 9.45% de incremento en los costos, ósea es el límite que soportaría el proyecto que se incremente sus costos, ejemplo los materiales indirectos etc, y soporta un 7.87% de disminución en los ingresos, es decir, que es el límite que soportaría si por alguna circunstancia bajan la venta de servicios o simplemente llego un competidor más grande, así si se sobrepasa de los porcentajes encontrados, el proyecto se afecta financieramente, con la información expuesta se tiene que el proyecto es viable ya que soporta variaciones en los diferentes factores externos de tipo económico que puedan causar turbulencia en la gestión de la empresa. Seguidamente se exponen los dos cuadros en estudio.

Para demostrar lo manifestado en los dos análisis la sensibilidad no deberá pasar de 0.99.

**CUADRO Nº 49**

**SENSIBILIDAD CON EL 9,45 % DE INCREMENTO EN LOS COSTOS**

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL +	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
		<b>9,45%</b>			<b>22,00%</b>		<b>23,00%</b>	
0						-		-
1	72.725.00	79599,92	90.906.25	11306,33	0,81967213	9267,48	0,81300813	9192,14
2	83.073.57	90926,77	103.841.96	12915,19	0,67186240	8677,23	0,66098222	8536,71
3	87.525.92	95800,02	109,407,40	13607,38	0,55070689	7493,68	0,53738392	7312,39
4	91.913.01	100601,83	114.891.26	14289,43	0,45139909	6450,24	0,43689749	6243,02
5	96.537.10	108632,91	120.671.38	12038,47	0,36999925	4454,22	0,35520122	4276,08
						<b>\$ 36.342,85</b>		35560,33
			Inversión Inicial =	\$36.167,88		<b>\$ 174,98</b>		-607,54

**NTIR = 22.36%**

**TIR DEL PROYECTO = 44.56%**

**1) DIFERENCIA DE TIR**  
 Dif.Tir. = Tirproy. - Nueva Tir  
**Dif.Tir.= 22,2%**

**2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN**  
 % Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) \*100  
**% Var. = 49.82%**

**3) SENSIBILIDAD**  
 Sensib. = % Var./ Nueva Tir  
**Sensibilidad = 0,99**

**CUADRO Nº 50**

**SENSIBILIDAD CON EL – 7.87 % DE DISMINUCIÓN EN LOS INGRESOS**

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL - 7.87%	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
0						-		-
1	72.725.00	90.906.25	83.754.57	11.029.67	0,81967213	9.040.72	0,81300813	8.967.21
2	83.073.57	103.841.96	95.672.73	12.599.17	0,67186240	8.464.91	0,66098222	8.327.82
3	87.525.92	109,407,40	100.800.35	13.274.42	0,55070689	7.310.32	0,53738392	7.133.46
4	91.913.01	114.891.26	105.872.79	13.939.78	0,45139909	6.292.40	0,43689749	6.090.25
5	96.537.10	120.671.38	111.178.18	14.641.08	0,36999925	5.417.19	0,35520122	5.200.53
						36.525.53		35.719.39
						357.65		-448.59

**NTIR = 44.36%**

**TIR DEL PROYECTO = 44.56%**

**1) DIFERENCIA DE TIR**  
Dif. Tir. = Tir proy. - Nueva Tir

Dif.Tir. = **0.20%**  
=

**2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN**  
% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) \*100

% Var. = **0.45%**

**3) SENSIBILIDAD**  
Sensib. = % Var./ Nueva Tir

**Sensibilidad = 0,99**

## 8. CONCLUSIONES

- En la ciudad de Loja al no existir un centro de capacitación financiera específico, y con la demanda encontrada (84 instituciones financieras) en las se hace necesario y pertinente la instalación de la mencionada empresa ya que primeramente se dará solución a un problema común en la mayoría de instituciones que es dar cumplimiento a planes de capacitación continua a sus empleados.
- Con el estudio técnico se puede determinar que se tiene como capacidad al 100% el impartir 24 cursos anuales, con duración de un mes y 4 horas diarias, además que el equipo y herramientas a utilizar es de fácil adquisición en nuestro medio ya que no son de difícil adquisición de igual manera los materiales necesarios se los encuentra en el área en cantidades suficientes para en momentos determinados no tener problema de escasez de materiales directos e indirectos.
- En lo concerniente a la parte legal y estructura organizativa, no se tiene problema alguno, la normatividad legal aprueba la instalación de estos centros bajo la figura legal de empresa privada.
- En lo que se refiere a las inversiones, se tiene que se necesita un total de \$36.167,88 dólares se establece que no son exageradas ya que como se manifestó el equipo es básico, además la estructuración legal se la realiza por una única vez, y en lo que tiene que ver a activos circulantes o

capital de trabajo, este será de 5.579,51 este tendrá una rotación mensual ya que los servicios son ofertados, cobrados y contabilizados mensualmente.

-De acuerdo al VAN del presente proyecto nos da un valor positivo lo cual asegura que la inversión tenga un valor significativo luego de los 5 años de vida útil del proyecto. Además para el presente proyecto la TIR es de 44,56%, siendo este valor mayor a las tasas pasivas del banco, por lo cual el proyecto es aceptable y ejecutable. Se ha obtenido también la relación beneficio costo, misma que asegura que por cada dólar que deba la empresa se tiene 1.25 dólares para pagar, lo cual refleja liquidez y el margen de utilidad. Para el presente proyecto, los valores de sensibilidad, reflejan que la empresa soporta un 9.45% de incremento en los costos y un 7,87% de disminución en ingresos por lo cual el proyecto es aceptable al otorgar un margen de error en cálculos de mercado, técnicos y financieros.



## 9. RECOMENDACIONES

- Aprovechar el mercado existente ya que existe gran interés en la contratación de cursos para el sector financiero principalmente, ahora que hay grandes cambios en procesos técnicos, legales, además teniéndose un precio cómodo, también se debe hacer entender a los empresarios o directivos institucionales los beneficios de capacitar a su personal en la localidad.
- La tecnología para implementar la presente empresa no es de gran complejidad, por lo que es de fácil adquisición y manejo para llevar cabo la capacitación del recurso humano institucional.
- Se recomienda instalar el centro de capacitación ya que no hay impedimento legal para la constitución de este tipo de organizaciones, considerando el sector privado.
- Se debe aprovechar las líneas de crédito de la CFN, a una tasa de interés del 11% anual lo cual favorece a las conveniencias del proyecto ya que otorgan 2 años de gracia, permitiendo tener más tiempo para hacer trabajar el capital.

- Con los resultados financieros se asegura una rentabilidad constante, misma que es atractiva para cualquier inversionista, inclusive al comparar demanda insatisfecha con rentabilidad anual.

## 10. BIBLIOGRAFÍA

1. ANGELL, I.O. and Smithson S. (1991) Information Systems Management: Opportunities and Risks.
2. ARELLANO Rolando C. Primera Edición Marketing Cap.5 Pág. 150
3. BOLTEN, E Esteban Administración Financiera Versión Española. Editorial Limusa S.A. Primera Edición 1983 .
4. CIBORRA, C. (2002) Labyrinths of Information, Oxford, Oxford University Press
5. CORDOBA, Marcial: Formulación y Evaluación de Proyectos, 2006, p.202.
6. INEC, Proyecciones Poblacionales de la Provincia de Loja, 2001-2010
7. LAUDON, Jane y Kenneth (2006). *Sistemas de información gerencial- Administración de la empresa digital*. Pearson Educación- Prentice Hall.
8. LEY ORGÁNICA DE COMPAÑÍAS DEL ECUADOR, publicada en el Registro Oficial # 110 de 05 de Noviembre de 1999.
9. LEY ORGÁNICA, CNCF (CONSEJO NACIONAL DE CAPACITACIÓN Y FORMACIÓN PROFESIONAL), Registro Oficial Nro 503 del 09 de Enero de 2009.
10. MARTÍNEZ Isac., Innovación y realidad económica ecuatoriana, Edición Oveja Negra Hall, 2002.
11. NASSIR Sapag, Chain. 2008. Elaboración de proyectos. Tercera Edición. pág. 35
12. Valderrama M., Estado de resultados o estado de pérdidas y ganancias - Monografias.com - <http://www.monografias.com/trabajos18/perdidas-y-ganancias/perdidas-y-ganancias.shtml>, 2008.
13. VÁZQUEZ, Víctor H. 1985. Organización Aplicada. pág. 122
14. WIKIPEDIA, la enciclopedia libre, Estado de flujo de efectivo [http://es.wikipedia.org/wiki/Estado de flujo o efectivo](http://es.wikipedia.org/wiki/Estado_de_flujo_o_efectivo), 2008.

15. <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/promocion-definicion-concepto.html>.

## 11. ANEXOS.

### ANEXO Nº 1

#### ENCUESTA APLICADA



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**  
**CARRERA DE BANCA Y FINANZAS**  
**ENCUESTA A ENTIDADES FINANCIERAS PRIVADAS DE LA CIUDAD DE**  
**LOJA**

Como estudiante de la Universidad Nacional de Loja, le solicito a usted se digne a contestar la presente encuesta, cuyo fin es de carácter académico, la misma que está dedicada a las entidades financieras de la Ciudad de Loja, para mediante ello constatar la factibilidad del proyecto en estudio; la valiosa información que proporcione permitirá cumplir con el trabajo de tesis.

#### DATOS GENERALES

1. La institución es Publica ( ) Privada ( ) Mixta ( )
2. Cargo que ud ocupa en la institución

.....

#### DATOS ESPECÍFICOS

3. ¿Cuántas personas laboran en la Institución Financiera?

1 a 10 ( )	31 a 40 ( )
11 a 20 ( )	41 a 50 ( )
21 a 30 ( )	60 a mas ( )



8. Alrededor de cuantos cursos de capacitación uds contratan en el año y grupos de cuantas personas envían para capacitarse.

Nro de cursos al año	Opción	Personas para capacitar por curso	Opción
2	( )	10	( )
3	( )	15	( )
4	( )	20	( )
5	( )	25	( )
6	( )	30	( )

8.1 grupos de cuantas personas envían para capacitarse

9. ¿Hasta la actualidad como ha venido dando solución su empresa a la situación de la capacitación del personal de su empresa.?

- Contrata consultora privada ( )
- Se acoje a la oferta de centros locales ( )
- Contrata algun capacitador privado ( )
- Solicita ayuda a instituciones autorizadas. ( )

10. ¿Qué aspectos cree ud que les hace falta a los centros académicos locales para dar un servicio eficiente en capacitación a entidades del sistema financiero.

- Infraestructura ( )
- Capacitadoras ( )
- Oferta variada de temas financieros ( )

11. Que criterio tiene ud respecto al precio que cobran las consultoras o expertos para capacitar al personal de su institución.

- Alto ( )
- Normal a nuestra capacidad ( )
- Bajo y de mala calidad ( )

12. Como califica ud los cursos que ha recibido el personal de su institución, según los objetivos perseguidos.

- Se ha cumplido los objetivos al 100% ( )
- Se ha cumplido los objetivos al 80% ( )
- Se ha cumplido los objetivos al 60% ( )
- Se ha cumplido los objetivos al 40% o menos ( )

**13. ¿En caso de crearse en Loja, un centro de capacitación calificado, legalmente constituido; que brinde capacitación en las diversas temáticas concerniente a la dinámica del sistema financiero nacional ud contrataría dichos servicios?**

SI ( ) NO ( )

Porqué.....  
 .....

**14. ¿Qué características considera Ud. que debe tener el servicio de capacitación al personal que labora en el sistema financiero nacional ?**

- Ser eficientes y eficaces al momento de prestar el servicio. ( )
- Seleccionar RR-HH con habilidades y destrezas para los cursos ( )
- Temáticas acorde a las necesidades de la institución ( )
- Horarios cómodos según jornadas de trabajo normal del personal ( )
- Precios accesibles . ( )

OTROS.....  
 .....

**15. ¿Dónde cree que es el lugar más apropiado en nuestra ciudad para ubicar la agencia?**

Centro ( ) Norte ( ) Sur ( )



OTRA.....

...¿A través de qué medios de información le gustaría que se de a conocer el centro de capacitación?

Televisión	( )	Radio	( )
Prensa escrita	( )	Hojas volantes	( )
Trípticos	( )	Internet	( )

OTROS.....

**16. ¿Si su respuesta fue la Televisión, que canal local sintoniza?**

UV Televisión ( )      Ecotel ( )      TV Sur ( )

**En qué horario le gustaría que sea transmitido la publicidad televisivamente**

Mañana ( )      Medio día ( )      Noche ( )

Otro.....

**17. ¿Sí su respuesta fue la Radio, que emisoras locales escucha?**

Luz y Vida ( )      Matovelle ( )      Universitaria ( )

OTRA.....

**En qué horario le gustaría, que se realice la publicidad radialmente**

Mañana ( )      Medio día ( )      Noche ( )

Otro.....

**18. ¿Sí su respuesta fue la Prensa, que Diario es de su preferencia?**

LA HORA ( )      CRÓNICA ( )      CENTINELA ( )

**SUGERENCIAS**

.....

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

ANEXO Nº 2

ENTREVISTA A CENTROS DE CAPACITACIÓN LOCALES.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
CARRERA DE BANCA Y FINANZAS

Con el objeto de realizar un estudio en el sector de servicios de capacitación, solicitamos brindarnos la siguiente información.

**DATOS GENERALES:**

Ubicación: .....

**DATOS INVESTIGATIVOS:**

**1. ¿Indique los servicios de capacitación que presta la institución**

- Tratamiento, Corte y  
peinado de cabello, ( )  
maquillaje, manicure,  
pedicure - completo  
Cursos cortos de ( )  
contabilidad  
Cursos de informática ( )  
Cursos para cajeros ( )  
Cursos de Excel - otros ( )

¿Cuál?.....

**2. ¿Indique si los servicios que presta los realiza a instituciones del sector público y privado.?**

- Si ( )  
No ( )  
Con pedido ( )

**3. ¿Indique el número aproximado de cursos que ejecuta en un mes en su centro?.**

.....

**4. ¿Cree ud que los cursos se han incrementado o disminuido en que porcentaje aproximadamente desde el año anterior.**

Incrementado ( )%..... Disminuido ( )%.....

### ANEXO Nº 3

#### VALOR DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO

EQUIPOS DE PLANTA	CANT.	V. UNIT.	V. TOTAL
Aspirador Fijo Industrial	2	200	400
Teléfono Central - fax - doble	1	220	220
Pantallas de proyección	3	310	930
Supresores - controladores de energía	25	36	900
<b>TOTAL</b>			<b>2.450,00</b>

La información sobre maquinaria y equipo que se expone, se la obtuvo de facturas proforma hechas a empresas locales y de Quito, la cual es una de las encargadas de distribuir este tipo de equipo en nuestro país.

Seguidamente se da a conocer las adquisiciones en muebles, enseres, equipo de oficina entre otros activos necesarios para el funcionamiento normal de los servicios de la empresa.

### ANEXO Nº 4

#### MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA

DENOMINACIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	V.UNIT.	V. TOTAL
Escritorio (Gerente)	unidad	1	170	170
Escritorio (Secretaria)	unidad	4	135	540
Sillón (Gerente-Secretaria)	unidad	4	60	240
Sillas de espera-unidas	unidad	4	60	240
Mesas-silla de Trabajo - alumnos	unidad	30	85	2550
Archivadores metálicos	unidad	3	70	210
Basureros plásticos	unidad	6	9	54
<b>TOTAL:</b>				<b>4004,00</b>

El equipo de oficina que se muestra, fue cotizado en almacenes de nuestra ciudad y está también sujeto a depreciación, la cual se mostrará más adelante.

#### ANEXO Nº 5

#### EQUIPO DE OFICINA

<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V.UNIT.</b>	<b>V. TOTAL</b>
Hojas membretadas	Millar	1	52	52
Juego oficina	unidad	3	10	30
Sobres de manila	unidad	100	1	56
Carpetas membretadas	unidad	100	1	60
Resmillas hojas	mil	24	7	168
Grapadoras	Cajas	1,25	5	6,25
Clips	200 unid	1,4	8	11,2

#### ANEXO Nº 6

#### EQUIPO DE COMPUTO

<b>EQUIPOS DE COMPUTO</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V.UNIT.</b>	<b>V. TOTAL</b>
Computadoras Oficinas	unidad	4	680	2720
Computadoras para Capacitación	unidad	20	680	13600
Infocus	unidad	2	700	1400
Laptop	unidad	2	1.000	2000
<b>TOTAL:</b>				<b>19720,00</b>

## ANEXO Nº 7

### INSTALACIONES

TIPO DE INSTALACIONES	cantidad	V. UNI	TOTAL
Instalaciones energía eléctrica	30	13	390
<b>TOTAL</b>			<b>390,00</b>

## ANEXO Nº 8

### VALOR DE LA MANO DE OBRA DIRECTA

DENOMINACIÓN	VALORES
Remuneración Unificada	2.000,00
Décimo tercero	166,67
Décimo cuarto	26,50
Vacaciones	83,33
Aporte patronal 11,15% R.U	223,00
Fondos de reserva	-
Aporte al IECE 0,5%	10,00
Aporte al SECAP 0,5%	10,00
<b>TOTAL</b>	<b>2.519,50</b>
Numero de Técnicos	1,00
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>2.519,50</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>30.234,00</b>

La mano de obra directa está calculada en base a la tabla salarial del 2013, con su última regulación con el salario mínimo de 318 además con la remuneración unificada como lo hacen la mayoría de empresas locales, centrándonos así más a la realidad.

## PROYECCIÓN DE LA MANO DE OBRA DIRECTA

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
1	30.234,00
2	35.869,66
3	37.810,21
4	39.855,74
5	42.011,94

La mano de obra directa, materia prima directa e indirecta y sus proyecciones para los años de vida útil del proyecto ha sido calculada en base a la inflación, así el incremento será del 5.41% que se ha venido estableciendo en proyectos de inversión en nuestro país.

## ANEXO Nº 9

### VALOR DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA

<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>UNID.</b>	<b>CANT.</b>	<b>V. UNIT.</b>	<b>V. TOTAL</b>
Marcadores (caja de 12)	Unidad	20	11	220
CD (Profesores)	Unidad	48	0,7	34
Lápices	12 unid	40	2,6	104
Esferos	24 unid	20	7,6	152
Borradores	12 Unidad	40	10	400
<b>TOTAL</b>		<b>168</b>		<b>910</b>

### PROYECCIÓN DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA

<b>AÑOS</b>	<b>Unidades Producidas</b>	<b>VALOR ANUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
1	17	910	910
2	22	1.169	1.232,75
3	24	1.299	1.369,73
4	24	1.299	1.443,83
5	24	1.299	1.521,94

### ANEXO Nº 10

#### MATERIALES INDIRECTOS

<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
CD (Estudiantes)	Unidad	480	0,7	336
Fotocopias - contenidos del curso	Unidad	480	4	1.920
Block notas	Unidad	480	0,65	312
Carpetas membretadas estudiantes	Unidad	480	1	480
<b>TOTAL</b>				<b>3.048,00</b>

### PROYECCIÓN DE LOS MATERIALES INDIRECTOS

<b>AÑOS</b>	<b>Unidades Producidas</b>	<b>VALOR ANUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
1	17	3.048,00	3.048,00
2	22	3.918,86	4.130,87
3	24	4.354,29	4.589,85
4	24	4.354,29	4.838,16
5	24	4.354,29	5.099,91

## ANEXO N° 11

### LA CARGA FABRIL

<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>UNID.</b>	<b>V. UNIT.</b>	<b>C. ANUAL</b>	<b>V. TOTAL ANUAL</b>
Agua	m3	0,25	600	150,00
Energía Eléctrica	Kw	0,19	1.300	247,00
<b>TOTAL</b>				<b>397,00</b>

### PROYECCIÓN DE LA CARGA FABRIL

<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Agua	150,00	151,50	153,02	154,55	156,09
Energía Eléctrica	247,00	249,47	251,96	254,48	257,03

Es necesario señalar que la proyección de la energía eléctrica es con el 1% y gasto de agua potable con igual incremento, esto según información de las instituciones proveedoras de los servicios en estudio.



## ANEXO Nº 12

### LAS DEPRECIACIONES

DENOMINACIÓN - ACTIVOS	VALOR HISTÓRICO	VIDA ÚTIL	% DE DEPRECIACIÓN	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR / RESCATE
Maquinaria y Equipo	2.450	5	20%	490,00	392,00	882,00
Muebles y Enseres	4004	10	10%	400,40	360,36	2202,2
Equipo de oficina	383	10	10%	38,35	34,51	210,8975
Instalaciones	390	10	10%	39,00	35,10	214,5
Equipo de Computación	19720	3	33%	6.572,68	4.382,44	10.955,12
<b>SUBTOTAL</b>					<b>5.204,41</b>	
Reinversión en Equipo de Computación	19720	3	33%	6.572,68	4.382,44	10.955,12
<b>TOTAL:</b>	<b>46.667</b>		46.667		<b>9.586,85</b>	<b>25.419,83</b>

## ANEXO Nº 13

### REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO

Denominación	Valor	Alícuota	Valor anual
Maquinaria y Equipo	2.450	1%	24,50
Muebles y Enseres	4.004	1%	40,04
Equipo de oficina	383	1%	3,83
Instalaciones	390	1%	3,90
Equipo de Computación	19720	1%	197,20
<b>TOTAL</b>	<b>7.227</b>		<b>269,47</b>

**PROYECCIÓN DE REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO.**

<b>AÑOS</b>	<b>PROYECCION</b>
1	269,47
2	284,05
3	299,42
4	315,62
5	332,69

**ANEXO N° 14  
GASTOS ADMINISTRATIVOS- SUELDOS**

<b>DENOMINACION</b>	<b>GERENTE</b>	<b>SECRETARIA- CONTADOR(A)</b>	<b>CONSERJE- GUARDIAN</b>
Remuneración Unificada	750,00	500,00	320,00
Décimo tercero	62,50	41,67	26,67
Décimo cuarto	26,50	26,50	26,50
Vacaciones	31,25	20,83	13,33
Aporte patronal	83,63	55,75	35,68
Fondos de Reserva			
Aporte al IECE 0,5%	3,75	2,50	1,60
Aporte al SECAP 0,5%	3,75	2,50	1,60
<b>TOTAL</b>	<b>961,38</b>	<b>649,75</b>	<b>425,38</b>
Número de Personas	1	1	1
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>961,38</b>	<b>649,75</b>	<b>425,38</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>11.536,50</b>	<b>7.797,00</b>	<b>5.104,56</b>

Los sueldos al personal administrativo están calculados en base a la tabla salarial del 2013, con su última regulación, además con la remuneración unificada como lo hacen la mayoría de empresas locales privadas.

## ANEXO N° 15

### SUMINISTROS DE OFICINA

<b>Sellos</b>	<b>UNID.</b>	<b>V. UNIT.</b>	<b>C. ANUAL</b>	<b>V. TOTAL</b>
Sellos	resmas	10	3,75	37,5
Cinta adhesiva	Unidades	0,1	500,00	50
Tinta impresora	(cartucho)	3,50	8,00	28
<b>TOTAL</b>				<b>115,50</b>

Los suministros de oficina para los años de vida útil del proyecto ha sido calculada en base a un promedio inflacionario, así el incremento será del 5.41% que se ha venido estableciendo en proyectos de inversión.

## ANEXO N° 16

### GASTOS GENERALES POR SERVICIO

<b>GASTOS GENERALES</b>	<b>UNID.</b>	<b>PRECIO UNIT.</b>	<b>CANT. ANUAL</b>	<b>TOTAL</b>
Shampoo	envase	7,00	12,00	84,00
Papel higiénico	rollos	0,25	60,00	15,00
Detergente	fundas 500gr	3,21	36,00	115,56
Escobas	unidades	1,50	5,00	7,50
Uniformes de trabajo	Unidades	40,00	3,00	120,00
<b>TOTAL</b>				<b>342,06</b>

Todo el personal estará encargado de mantener el aseo y orden en la empresa, para esto se ha previsto los insumos necesarios.

## ANEXO N° 17

### GASTOS ADMINISTRATIVOS TOTALES.

ESPECIFICACIÓN	VALOR TOTAL
Sueldos	24.438,06
Suministros de oficina	115,50
Gastos Generales	342,06
Teléfono	400,00
Arriendos	400,00
Imprevistos 3%	770,87
<b>TOTAL</b>	<b>26.466,49</b>

### PROYECCIÓN DE LOS GASTOS ADMINISTRATIVOS

AÑO	SUELDOS	SUMINISTROS	TELEFONO	GASTOS GENERALES	ARRIENDOS	IMPREVISTOS	TOTAL
1	24.438,06	115,5	400,0	342,1	400,0	770,87	26.466,49
2	27.330,16	121,7	404,0	360,6	400,0	858,49	29.474,97
3	28.808,72	128,3	408,0	380,1	400,0	903,76	31.028,92
4	30.367,27	135,3	412,1	400,6	400,0	951,46	32.666,76
5	32.010,14	142,6	416,2	422,3	400,0	1.001,74	34.393,03

El incremento para es del 5.41% como referencia o promedio del crecimiento inflacionario del país. El 1% para teléfono Estos porcentajes se publican mensualmente en páginas de Internet o indicadores económicos o financieros del país.

## ANEXO N° 18

### GASTOS DE PUBLICIDAD

PUBLICIDAD	FACTOR	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Televisión	Avisos	52	42	2184
Radio	Avisos	1095	6	6570
Trípticos	Avisos	1000	2	2000
<b>TOTAL:</b>				<b>2.000</b>

## ANEXO Nº 19

### GASTOS TOTALES DE VENTA

ESPECIFICACION	VALOR ANUAL
Publicidad	2.000,00
Sueldos	-
Imprevistos 3%	60,00
<b>TOTAL</b>	<b>2.060,00</b>

### PROYECCIÓN DE LOS GASTOS DE VENTAS

AÑO	PUBLICIDAD	IMPREVISTOS	TOTAL
1	2.000,00	60,00	<b>2.060,00</b>
2	2.108,20	63,25	<b>2.171,45</b>
3	2.222,25	66,67	<b>2.288,92</b>
4	2.342,48	70,27	<b>2.412,75</b>
5	2.469,21	74,08	<b>2.543,28</b>

El incremento anual para este rubro es del 5.41% como referencia o promedio del crecimiento inflacionario publicado en páginas de Internet y con el 3% de imprevistos.

## ANEXO Nº 20

### AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO

AÑO	PRÉSTAMO	TASA DE INTERÉS	AMORTIZACIÓN	PAGO ANUAL	SALDO
0		-	-	-	20.000
1	20.000	2.200			20.000
2	20.000	2.200			20.000
3	20.000	2.200	6.667	8.867	13.333
4	17.800	1.958	6.667	8.625	6.667
5	15.842	1.743	6.667	8.409	-

El crédito obtenido es de 20.000 dólares, el interés anual es del 11%, con 2 años de gracia y para un tiempo de 5 años, la línea que otorga la CFN, es la del FOPINAR, entendiéndose que los dos primeros años solamente se pagará intereses y que a partir del 3er año se cancelará conjuntamente capital e interés. Seguidamente esta la amortización del activo diferido, pero sin años de gracia.

### ANEXO N° 21

#### AMORTIZACIÓN DEL ACTIVO DIFERIDO

AÑO	PRÉSTAMO	INTERÉS	AMORTIZACION	PAGO ANUAL	SALDO
0					2.832,50
1	2.832,50	311,58	566,50	878,08	2.266,00
2	2.266,00	249,26	566,50	815,76	1.699,50
3	1.699,50	186,95	566,50	753,45	1.133,00
4	1.133,00	124,63	566,50	691,13	566,50
5	566,50	62,32	566,50	628,82	-

## ÍNDICE

<b>CERTIFICACIÓN</b>	<b>II</b>
<b>AUTORÍA</b>	<b>III</b>
<b>CARTA DE AUTORIZACIÓN</b>	<b>IV</b>
<b>DEDICATORIA</b>	<b>V</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b>	<b>VI</b>
1. TITULO	1
2. RESUMEN	2
SUMMARY	4
3. INTRODUCCIÓN	6
4. REVISIÓN DE LITERATURA	9
5. MATERIALES Y MÉTODOS	31
6. RESULTADOS	38
7. DISCUSIÓN	62
7.1 ESTUDIO DE MERCADO	62
7.2 ESTUDIO TÉCNICO.	73
7.3 ORGANIZACIÓN	91
7.4 ESTUDIO FINANCIERO	119
8. CONCLUSIONES	142
9. RECOMENDACIONES	144
10. BIBLIOGRAFÍA	146
11. ANEXOS	148
ÍNDICE	166