



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN  
BUFFET DE SERVICIOS JURÍDICOS PREPAGADOS  
PARA LA CIUDAD DE LOJA”

*Tesis previa a la obtención del  
Grado de Ingeniera Comercial.*

**AUTORA:**

**Laura Cecilia Mogrovejo León.**

**Ing. Galo Salcedo**

**DIRECTOR DE TESIS**

**LOJA – ECUADOR  
2015**

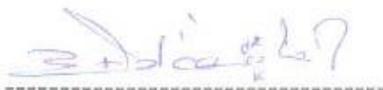
# CERTIFICACIÓN

**Ing. Galo Salcedo, DIRECTOR DE TESIS**

CERTIFICO:

Que, he procedido, de acuerdo a la disposición institucional, a la revisión, presentación de sugerencias y correcciones como Director de trabajo de tesis previo a la obtención de título de Ingeniera, denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN BUFFET DE SERVICIOS JURÍDICOS PREPAGADOS PARA LA CIUDAD DE LOJA”** presentado y desarrollado por la postulante LAURA CECILIA MOGROVEJO LEÓN, razón por la cual procedo a autorizar a la autora, la presentación del mismo para la correspondiente sustentación y defensa ante el tribunal correspondiente.

Loja, 05 de Noviembre de 2015



Ing. Galo Salcedo López

**DIRECTOR DE TESIS**

## AUTORÍA

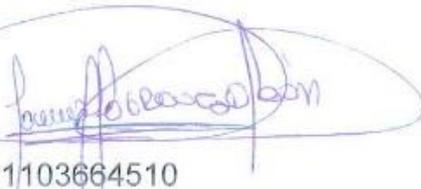
Yo, LAURA CECILIA MOGROVEJO LEON, mediante la presente declaración, dejo constancia, que en el presente trabajo de investigación es de mi autoría declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y sus representantes jurídicos de posibles reclamos 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:

LAURA CECILIA MOGROVEJO LEON

Firma:



Cédula: 1103664510

Fecha: Loja, 05 de noviembre de 2015

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DE LA AUTORA PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.**

Yo, LAURA CECILIA MOGROVEJO LEÓN, declaro ser autora de la tesis titulada: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN BUFFET DE SERVICIOS JURÍDICOS PREPAGADOS PARA LA CIUDAD DE LOJA”** como requisito para optar al Grado de: **INGENIERA COMERCIAL**; 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 pueden 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 05 días del mes de noviembre de dos mil quince, firma la autora.

**FIRMA:**..........

**AUTORA:** LAURA CECILIA MOGROVEJO LEON

**CÉDULA:** 1103664510

**DIRECCIÓN:** Loja, Cda. Daniel Álvarez, calle José de Artigas y Domingo Sarmiento

**CORREO ELECTRÓNICO:** lauramogrovejo@gmail.com

**TELÉFONO:** 0998334399

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

**DIRECTOR DE TESIS:** Ing. Galo Salcedo

**TRIBUNAL DE GRADO:**

**(Presidente):** Mg. Luis Quizhpe

**(Vocal):** Mg. Carlos Rodríguez

**(Vocal):** Mg. Edwin Hernández

## **AGRADECIMIENTO**

Mi más sincero agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja, Modalidad de Estudios a Distancia a la Carrera de Administración de Empresas en especial a los docentes por la formación académica, profesional y apoyo brindado a lo largo del pensum de estudios durante estos cinco años.

A mi familia en general por su apoyo moral e incondicional durante nuestra carrera universitaria; inmensas gracias por vuestra comprensión, tolerancia y por sobre todo por vuestras presencias en nuestra vida.

**LA AUTORA**

## **DEDICATORIA**

Con infinito amor dedico este trabajo a mi DIOS por ser quien me dio la vida, guiándome por el buen camino, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad y dándome las fuerzas necesarias para no desfallecer en el intento.

A mi FAMILIA por su apoyo, consejos, comprensión, amor y ayuda, pero sobre todo por haberme dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño, mi perseverancia y mi coraje para conseguir mis objetivos.

Deseo dejar a ellos la enseñanza de que cuando se quiere alcanzar algo en la vida no hay tiempo ni obstáculo que lo impida para poderlo lograr.

LAURA.

**a. TÍTULO**

***“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN BUFFET DE  
SERVICIOS JURÍDICOS PREPAGADOS PARA LA CIUDAD DE LOJA”***

## **b. RESUMEN**

El presente trabajo tiene como objetivo principal del presente trabajo fue: Elaborar un Proyecto de Factibilidad para realizar un Estudio de factibilidad para la creación de un Buffet de Servicios Jurídicos Prepagados para la Ciudad de Loja que corresponde a una idea o iniciativa empresarial que tiene ciertas fases de servicio, comercialización, proyección y evaluación para la puesta en marcha de dicha empresa.

Para esto se han tomado en cuenta un conjunto de recursos, humanos, materiales, tecnológicos entre otros que permitieron establecer si el proyecto es viable o no.

Con la utilización de los métodos deductivo, analítico, matemático y estadístico y mediante la aplicación de las técnicas de la observación y la encuesta, se logró realizar los diferentes estudios que contienen el presente proyecto como son Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Organizacional y Estudio Financiero.

El Estudio de Mercado segmentado es la Población de la ciudad de Loja según el Censo del 2010 fue de 180.617 habitantes y proyectado al 2015 con una Tasa de Crecimiento del 2.65% dando un total de 186.908 habitantes, cuya PEA es el 53.2%, que equivale a 99.435 PEA del Cantón Loja. Con un total de 382 encuestas, dando luego de cuantificar los resultados una demanda insatisfecha de 95.001 servicios en el año

El Estudio Técnico, determino que la empresa tendrá una capacidad instalada de producción de 12.480 servicios al año, en concordancia con los

cálculos efectuados se estima que se podrá recibir a un 13,13% de la demanda insatisfecha de atención en el mercado empezando con capacidad utilizada del 92% para el primer año de vida del proyecto; para el efecto se detallan los materiales, equipos, maquinaria, insumos y recursos humanos requeridos para el servicio en la ciudad de Loja.

Posteriormente se diseñó la Estructura legal de la empresa, en la que se definieron los niveles jerárquicos, fundamentales en la operación y la buena organización de la empresa, en la que se detalla como una Compañía de Responsabilidad limitada cuya razón social será LEX Cia. Ltda.

El Estudio Económico Financiero identificó que los rubros de inversión necesaria para la puesta en marcha del proyecto son Activo fijo, Activo Diferido y Activos circulantes por lo que tiene una inversión total de \$84.309,80 Dólares.

La Evaluación Financiera determinó la viabilidad del proyecto, mediante los indicadores financieros: Obteniendo un VAN positivo de 93.887,83; R (B/C) de 1,31 Dólares; PRC en 2 años, 9 meses y 29 días; con una TIR de 34,67% mayor al costo de oportunidad del capital de 12% y una SENSIBILIDAD de 0.99 con un incremento de costos de 16,13% y disminución de los ingresos de 12.34% Finalmente se llegaron a las conclusiones y recomendaciones en las cuales se debe de plasmar el presente estudio.

## **ABSTRACT.**

The present work has as main objective of this work was: Prepare a Draft Feasibility for a feasibility study for the creation of a Buffet Prepaid Legal Services for the City of Loja which corresponds to an idea or business initiative that has certain phases service, marketing, planning and evaluation for the implementation of that company.

To this have been taken into account a set of resources, human, material, technological and others that allowed establishing whether the project is viable or not.

With the use of deductive, analytical, mathematical and statistical methods and by applying the techniques of observation and survey, it was possible to conduct different studies containing this project as they are Market Research, Technical Study, Organizational Study and Financial Study. The market is segmented Study Population Loja according to the 2010 Census was 180,617 inhabitants and projected to 2015 with a growth rate of 2.65% for a total of 186,908 inhabitants, the PEA is 53.2%, which equals 99435 PEA to the Canton Loja. With a total of 382 surveys, then giving the results to quantify unmet demand for services in the year 95 001.

The technical study, determined that the company will have an installed production capacity of 12,480 services a year, according to the calculations is estimated to be able to receive 13.13% of the unmet demand for care in the market starting with seating capacity used 92% for the first year of the project; for effect materials, equipment, machinery, supplies and human

resources required for service in the city of Loja are listed. Subsequently, the legal structure of the company, in which fundamental in the operation hierarchical levels and good organization of the company, which is detailed as a limited liability company whose corporate name will LEX Cia defined is designed Ltda.

The Economic and Financial Study identified that the areas of investment needed for the implementation of the project are Fixed Assets, and Deferred Assets Current assets so you have a total investment of \$ 84,309.80 dollars. Financial evaluation determined the project's viability by the financial indicators: Getting a positive NPV 93,887.83; R (B / C) of 1.31 dollars; PRC in 2 years, 9 months and 29 days; with an IRR of 34.67% higher than the opportunity cost of capital of 12% and a sensitivity of 0.99 with increased costs and decreased 16.13% from 12.34% revenue they finally came to the conclusions and recommendations which is due to translate this study.

### **c. INTRODUCCION.**

La seguridad, por tanto, está proyectada al ámbito legal que es un punto crucial y muy importante para el desarrollo de la sociedad ya que a menudo se presentan múltiples relaciones, tanto comerciales como de servicios, se celebran una serie de contratos, se hacen inversiones y se tiene un patrimonio el cual debe protegerse de una manera adecuada y con un asesoramiento oportuno y eficaz en el ámbito jurídico. Esta realidad está determinando que se debe instaurar una cultura de la prevención legal en el ámbito familiar y económico, que se preocupe sobre asuntos de Propiedad, Arrendamientos, Derecho de Familia, Protección del Consumidor, entre otros.

En esa línea, en Loja no existe hasta la actualidad un plan de servicios jurídicos prepagados, que se entiende como el acuerdo que realiza el cliente quien se afilia a un esquema mediante el cual paga en forma mensual o anual servicios legales que posiblemente vaya a requerir en el futuro, este servicio jurídico prepagado, es un servicio que internacionalmente ha venido tomando fuerza y que en muchos países como Chile, España, Colombia, México, USA, y otros, esta cultura ha permitido mejorar los niveles de convivencia y de protección individual, familiar y de las organizaciones empresariales.

Luego del análisis y valoración realizado para poder determinar las necesidades que tiene el cliente dentro de esta rama, se ha encontrado que la mayoría de los ciudadanos no cuenta con un soporte legal que respalde algún evento o problema de índole legal que se le llegara a presentar, por lo

que se ha considerado necesario crear un servicio con costos accesibles que garantice al cliente una herramienta que lo proteja de dudas y de posibles problemas legales que suelen presentarse en la su diario vivir o dentro de su empresa.

Para contrarrestar este efecto, se propone realizar un **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN BUFFET DE SERVICIOS JURÍDICOS PREPAGADOS PARA LA CIUDAD DE LOJA**, cuya aspiración es competir con precios más bajos que los demás servidores y con excelente control de calidad.

Los objetivos específicos que contribuyeron al desarrollo de la presente investigación son: Realizar el estudio de mercado para determinar la oferta y demanda de los servicios ofrecidos. Realizar un plan de comercialización. Realizar un estudio técnico que determine el tamaño, localización e ingeniería del proyecto. Diseñar la estructura administrativa y legal de la empresa. Desarrollar un estudio económico el cual permitirá identificar todos los rubros de inversión. Realizar Resumen Ejecutivo del Plan de Negocios. Elaborar el Plan de marketing y ventas. Realizar el Plan Financiero y Efectuar el estudio financiero Evaluar el proyecto a través de indicadores de evaluación como el VAN, la TIR, la Relación Costo Beneficio, el Período de Recuperación de Capital y el Análisis de Sensibilidad.

El presente trabajo consta de un RESUMEN que empiezan de manera esencial los objetivos específicos, luego se realizan en Castellano e Inglés, Introducción, Revisión de Literatura de las principales variables de investigación, Materiales y Métodos en la que se ha hecho constar la

metodología y técnicas utilizadas durante el desarrollo del proceso investigativo. Resultados, que dieron a conocer el análisis e interpretación de las encuestas aplicadas y plan de comercialización. Discusión que determinó la demanda, oferta y demanda insatisfecha; el tamaño, la Localización e ingeniería del proyecto; organización administrativa y legal; la determinación de la inversión, costos ingresos y punto de equilibrio; y finalmente la evaluación financiera mediante indicadores financieros.

Conclusiones y Recomendaciones

#### d. REVISIÓN DE LITERATURA

### MARCO TEÓRICO REFERENCIAL:

Asesoría Legal:

“Se encarga de brindar la información jurídica a quien necesite de ello para la resolución de asuntos que tienen que ver con la aplicación de las leyes, normativas y reglamentos en cualquier materia del derecho.”<sup>1</sup>

#### Grafico Nro. 1

**Servicio  
Jurídico**



#### **Soluciones Jurídicas - Asistencia Legal Prepagada**

El hogar es una organización que tiene proveedores de bienes y servicios, celebra contratos, hace inversiones y tiene un patrimonio que debe protegerse mediante un adecuado asesoramiento. Es por ello que una empresa que oferta servicios legales/jurídicos prepagados, se enfoca en promover la cultura de la previsión legal en el ámbito familiar. Este tipo de organización es una empresa prestadora de servicios jurídicos e inmobiliarios en la modalidad a través de Planes Legales Prepagados.

---

1

Victores Oswaldo, asesorialegal-amyos, Cuba

## Grafico Nro. 2



Estas empresas se enfocan en promover la cultura de la prevención legal en el ámbito familiar y empresarial. Cuando usted necesita un abogado no es el mejor momento para salir a buscarlo. Lo recomendable es contar con un **consultor jurídico permanente**, al que pueda acudir para conocer sus derechos y obligaciones, aclarar sus dudas y conocer todas las opciones antes de tomar una decisión que pueda afectar su patrimonio. Si está considerando demandar o teme que se le demande puede solicitar la práctica de pruebas anticipadas, sin que exista de por medio un proceso judicial propiamente dicho. Si tiene proyectado hacer un negocio, consulte sobre la forma más segura de llevarlo a cabo, para evitar correr riesgos innecesarios. Los ciudadanos debemos pensar ya en prevenir y solucionar conflictos utilizando el mecanismo de la conciliación, con la asistencia legal de una “firma” o “buffet” de abogados, que principalmente se ofrecerá servicios en los siguientes ámbitos:

### Grafico Nro. 3



1. Atención de consultas de índole civil, contractual, laboral, penal, societario y tributario. Las consultas son absueltas por la vía que el cliente solicite puede ser: vía telefónica, fax, internet y/o personal (previa cita)
2. Obtención de la cedula de identidad.
3. Asesoramiento y asistencia en el evento de accidentes y choques.
4. Asesoramiento en el caso de pérdida de documentos personales y asistencia inmediata, elaboración de la denuncia respectiva.
5. Información de requisitos y/u obtención de certificados en el IESS, CTG, Registro de la propiedad, Registro Mercantil e Intendencia de Compañía.
6. Asesoramiento y elaboración de carta de venta de vehículo.
7. Asesoramiento para la anulación de tarjetas de crédito por robo o pérdida y asistencia inmediata, elaboración de la denuncia y cartas pertinentes.

8. Elaboración de minuta de declaración juramentada.
9. Asesoramiento y elaboración de minuta de testamento.
10. Asesoramiento y elaboración de minuta de testamento.
11. Elaboración de minuta de compraventa de inmueble.
12. Revisión de minuta de hipoteca
13. Revisión de minuta de cancelación de hipoteca
14. Asesoramiento y elaboración de minuta efectiva.
15. Asesoramiento y Elaboración de solicitud de partición de bienes.
16. Actualización del RUC.
17. Información y tramitación de documentos para viajar al exterior.

## **MARCO CONCEPTUAL:**

Todas las empresas, en general, nos muestran su naturaleza, los objetivos que se proponen y los elementos que la integran, pero, a partir de estos datos comunes, comienzan las diferencias entre ellas.

“Una forma de reducir a pocos grupos la gran variedad existente consiste en la clasificación, de acuerdo con criterios que sean significativos desde el punto de vista económico, jurídico y sociológico.”<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup>

García, Flor. (2011). *Guía para Elaborar Planes de Negocio*. Quito, Ecuador.

## Cuadro Nro. 1

### Clasificación de las Empresas

- CLASIFICACIÓN SEGÚN EL SECTOR DE ACTIVIDAD:	a) Sector Primario b) Sector Secundario c) Sector Terciario
- CLASIFICACIÓN SEGÚN SU DIMENSIÓN	a) Empresas Pequeñas, o Artesanales b) Empresas Medianas c) Empresas Grandes
- CLASIFICACIÓN SEGÚN SU CARÁCTER O PATRIMONIO	a) Empresa Privada b) Empresa Pública c) Empresa Mixta
- CLASIFICACIÓN SEGÚN ESTRUCTURA JURÍDICA	a) Empresa Individual: b) Empresas de Sociedad Mercantil: c) Empresa de Capital y Persona: d) Empresas Colectivas e) Empresas Accidental o Participación f) Empresas de Hecho o Irregular g) Empresa Consolidada Limitada h) Empresa de Economía Mixta i) Empresa de Capital: j) Empresa Anónima k) Empresa En Comandita.
- CLASIFICACIÓN SEGÚN LA AGRUPACIÓN DE LAS EMPRESAS.	a) Consorcio b) Cartel c) Holding d) Trust

**Fuente:** Libros; Administración de Empresas

**Elaborado:** La autora

### MICROEMPRESA

“Estas iniciativas llamadas microempresas han sido generadas por emprendedores, quienes se han visto sin empleo, o con el fin de complementar los ingresos o simplemente por el ánimo o deseo de utilizar habilidades y destrezas con las que se cuentan.”<sup>3</sup>

A continuación, algunas ventajas y desventajas:

#### Ventajas de la microempresa

- ✓ Al igual que la pequeña y mediana empresa es una fuente generadora de empleos.

<sup>3</sup> Santos Santos, Tania (2013). *Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión*

- ✓ Se transforman con gran facilidad por no poseer una estructura rígida.
- ✓ Son flexibles, adaptando sus productos a los cambios del Mercado.

#### **Desventajas de la microempresa:**

- ✓ Utilizan tecnología ya superada
- ✓ Sus integrantes tienen falta de conocimientos y técnicas para una productividad más eficiente.
- ✓ Dificultad de acceso a crédito.
- ✓ La producción generalmente, va encaminada solamente al mercado interno.

#### **CONCEPTO Y FUNDAMENTACIÓN DE LAS MICROEMPRESAS**

La palabra compuesta microempresa, se refiere tanto a su innegable condición de empresa como a su mínimo tamaño, que identifica a la mayor parte de unidades económicas populares, tradicionalmente llamadas pequeños negocios, para cuya existencia la rama o tipo de actividad, la magnitud de sus activos, el monto de sus ventas o el número de su personal, es importante pero no esencial. El prefijo *micro* viene del griego *mikros* cuyo significado destaca el carácter mínimo, aun frente a la noción de lo pequeño.

Tradicionalmente, cuando se hablaba de empresa ya se reconocía la existencia de lo grande, lo mediano y lo pequeño, pero se dejaba fuera a una inmensa cantidad de elementales unidades económicas popularmente llamadas "pequeños negocios" del campo y la ciudad, que por marginados y

excluidos no llegaban a ser considerados ni siquiera dentro de la categoría de los ya denominados "pequeños"; de ahí la necesidad de ampliar la visión y reconocer su existencia con identidad y características propias, con el término microempresa, que es el que les corresponde con autenticidad a su naturaleza.

También hay otras definiciones en las que las microempresas desafían cualquier definición fácil. Por lo común, aplicamos el término de pequeña empresa a las llamadas "orquestas de un solo hombre", como tiendas y restaurantes del vecindario, y aplicamos al término de gran empresa a los gigantes como IBM, General Motors, Shell.

Se consideran pequeñas empresas aquellas que tienen menos de 20 trabajadores, y medianas las que tienen entre 20 y 500 empleados, aunque, como es natural, esta definición es susceptible de variar en función de los distintos contextos económicos e históricos. Por ello, no existe una definición única de la empresa en función de su dimensión, si no que se utiliza diversos criterios diferenciadores del tamaño.

En el sistema económico de un país y en el desarrollo de la sociedad en su conjunto, las pequeñas y medianas empresas han tenido y tienen, una importancia muy destacada, constituyendo este hecho un fenómeno universal, que no hace diferenciaciones políticas ni geográficas.

Bajo la denominación general de Microempresas, podremos encontrar una gran diversidad de organizaciones industriales, comerciales y de servicios, con un vasto espectro de competitividad y eficiencia. Sin lugar a dudas habrá

empresas de baja productividad, pero también encontraremos, empresas altamente competitivas e innovadoras.<sup>4</sup>

## **CARACTERÍSTICAS DE LA MICROEMPRESAS**

De acuerdo al análisis que pretendemos realizar respecto de las Microempresas, podemos tener una muy extensa lista de características de las cuales destacamos las principales:

- a) **Personal poco calificado o no profesional:** En el caso de las empresas familiares es común que muchos puestos sean ocupados por parientes, que poseen poca o ninguna formación en administración.
- b) **Poca visión estratégica y capacidad para planear a largo plazo:** Abrumados por el día a día, los empresarios no logran encontrar el tiempo y la forma de analizar sus metas a largo plazo.
- c) **Falta de información acerca del entorno y mercado:** Por ser estos muy caros o no tener la estructura o los conocimientos necesarios para generarla en el seno de la propia empresa.
- d) **Falta de innovación Tecnológica:** Puede deberse a la falta de recursos, o por no contar con el espíritu innovador necesario.
- e) **Falta de políticas de capacitación:** Se considera un gasto, no una inversión, al no poder divisar las ventajas a largo plazo que puedan generar.

---

<sup>4</sup> ROBBINS, Stephen P. *Administración teoría y práctica*. Pág. 18. (4<sup>a</sup> ed.) México: Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A. 2010

- f) **Organización del trabajo anticuada:** Cuando un método no funciona mal, se mantiene sin analizar si existen otros mejores.

## **EMPREDIMIENTO**

### **Emprendedor<sup>5</sup>**

Se denomina emprendedor o emprendedora a aquella persona que identifica una oportunidad y organiza los recursos necesarios para ponerla en marcha. Es habitual emplear este término para designar a una «persona que crea una empresa» o que encuentra una oportunidad de negocio, o a alguien quien empieza un proyecto por su propia iniciativa. En definitiva, posee una *actitud emprendedora*, es decir, es una persona capaz de afrontar con éxito, los retos en un contexto de cambios continuos.

Las investigaciones de percepciones describen al emprendedor con términos como *innovador, flexible, dinámico, capaz de asumir riesgos, creativo y orientado al crecimiento*. La prensa popular, por otra parte, a menudo define el término como la capacidad de iniciar y operar empresas nuevas. De todas formas ninguna definición del acto de emprender es lo suficientemente precisa o descriptiva para señalar a la persona o grupo que en general (en sentido empresarial, social, investigativo o cualquier otro) desea ser innovador, flexible y creativo.

---

<sup>5</sup> Tomado de Educación Financiera para Emprendedores, consultado el 11 de marzo de 2015.

## **Evolución del concepto y definiciones**

Hasta principios del siglo XX, no se reconocía en la economía el rol del emprendedor y del riesgo. Tanto Adam Smith como Alfred Marshall no incluyeron el concepto en el análisis económico. Recién a principios de siglo, Joseph Schumpeter reconoció al emprendedor como centro del sistema económico. La ganancia proviene del cambio, escribió, y el cambio es producido por el empresario innovador.<sup>6</sup>

Por lo general esa oportunidad de negocio se traduce en la creación de un producto o servicio que se estima podrá ser comercializado a un precio superior a su coste de producción, obteniendo así un beneficio mayor para la adquisición de mejoras administrativas, muchas veces logrando mejorar y hacer más eficiente la red comercial, anulando las turbulencias y creando nueva riqueza.

Al no existir la seguridad de que se produzca la venta de la cantidad del producto necesaria al precio necesario para cubrir los costes de producción incurridos más el beneficio empresarial, el emprendedor asume un riesgo. Para facilitar la organización y gestión de los recursos necesarios para la producción del bien o la provisión del servicio generalmente se crea una empresa.

## **Contexto actual y desarrollo**

En el contexto económico actual la necesidad de innovar, generar riqueza y desarrollar el potencial creativo se empieza a asociar con mayor fuerza por

---

<sup>6</sup> Tomado de Educación Financiera para Emprendedores, consultado el 11 de marzo de 2015.

un lado a las PYMES y por otro a las empresas asociativas; esto en un contexto de búsqueda de independencia económica y desarrollo humano a través de una economía libre que trascienda la concentración monopólica de grandes empresas estatales y privadas y la centralización administrativa y burocratizante de la que éstas corporaciones pueden adolecer.<sup>7</sup>

En "La educación de los emprendedores", Arieu (2003), se menciona que muy probablemente el fuerte énfasis que recibe la difusión y el desarrollo del espíritu emprendedor tenga sus raíces en una multiplicidad de factores entre los cuales es posible mencionar:

El reconocimiento de un destacado rol de las pequeñas empresas en la creación de riqueza y trabajo.

El notable aporte de las nuevas tecnologías a la generación de nuevos productos y empresas, con la consecuente deslocalización espacial de una importante parte de la actividad económica.

Una vida laboral caracterizada por ciclos de trabajo asalariado, autoempleo y desocupación.

La orientación de las teorías económicas hacia factores humanos (capital humano) que afectan los procesos de crecimiento y desarrollo económico por ejemplo a partir de procesos de aprendizaje.

Una necesidad que se evidencia para cultivar espíritus emprendedores es modificar profundamente los patrones de enseñanza y los de organización,

---

<sup>7</sup> Tomado de Educación Financiera para Emprendedores, consultado el 11 de marzo de 2015.

esto además saber manejar la incertidumbre inicial. Una de las principales preguntas para ir desarrollando un modo de pensar y actuar emprendedor y responsables es:

*¿Cómo puedo hacer que la innovación, la flexibilidad y la creatividad sean operacionales?*

Para comprender a personas o grupos con características emprendedoras se tiene que descubrir algunas respuestas, primero se debe analizar el comportamiento derivado del espíritu emprendedor. Se debería descartar la noción de que el "espíritu emprendedor" es un rasgo que algunas personas u organizaciones poseen de una manera completa y del cual otras están totalmente desprovistas. Es más realista considerar el espíritu emprendedor en el contexto de un rango de comportamiento.<sup>8</sup>

### **Emprendedores sociales**

También se llama emprendedora a la persona que emprende por igual la creación de otros tipos de organización o instituciones no necesariamente comerciales, por ejemplo, cívicas, sociales, o políticas. Esto debido a que el acto de emprender en sí no sólo es característico del mundo de los negocios o el comercio, sino que es transversal a la sociedad del siglo XXI.

Un caso "mixto" es el del emprendedor o emprendimiento social que busca generar beneficios económicos a la par de tener un enfoque desarrollado en potenciar el bienestar humano que trascienda lo económico.

---

<sup>8</sup> Tomado de Educación Financiera para Emprendedores, consultado el 11 de marzo de 2015.

## **Función emprendedora y función empresarial**

Uno de los aspectos más etéreos y, al mismo tiempo, más importantes que aporta la teoría económica austriaca es todo lo relacionado con la función de emprendimiento del empresario. Es dicha función la que explica la dinámica de la economía, la que hace que el mundo avance hacia ese equilibrio inalcanzable (salvo para los teóricos neoclásicos).

“El emprendedor está alerta ante las oportunidades que se presentan en el mercado. Estas se muestran a través de unas poderosas señales, los precios. Allí donde el emprendedor cree ver un desfase de precios entre los recursos y sus usos, se vislumbra y se puede explotar una oportunidad de negocio. En un entorno de incertidumbre, el emprendedor puede equivocarse en sus presunciones.”<sup>9</sup>

Siguiendo a Kirzner, y desde un punto de vista de teoría económica, podemos diferenciar entre dos dimensiones del hombre: la de "maximizador" y la de "emprendedor". La primera es capaz de seleccionar los cursos de acción, en el contexto de unos medios determinados, que le aseguran el cumplimiento de tantos objetivos como sea posible. Es como una calculadora humana, capaz de encontrar la solución implícita en un sistema de objetivos y recursos.

La dimensión de emprendedor es la que permite al ser humano la propia percepción del marco de medios y recursos, que constituye el punto de

---

<sup>9</sup> Santos Santos, Tania (2013). *Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión*.

partida para la maximización. Esta es la parte creativa y activa del ser humano, la verdadera parte humana y rica del individuo.

Todo el mundo tiene capacidad de emprendimiento, pero no todo el mundo es capaz de asumir los riesgos de la función empresarial, con sus posibles pérdidas asociadas. Por ello, interesa distinguir entre función emprendedora (entrepreneurship, término usado por los economistas austriacos) y la función empresarial (mediante la que esa idea se lleva a la práctica con el objetivo de obtener beneficios económicos).

La función emprendedora se manifiesta en todos los aspectos de nuestra vida, no solo cuando se trata de ganar dinero. Por ejemplo, si yo sé que el camino por el que voy al trabajo suele estar atascado, mi función emprendedora me puede llevar a intentar una ruta alternativa nueva. Esto es tan innovador como un nuevo servicio de internet, pero no me supone un riesgo apreciable. De la misma forma, en un partido de fútbol en el que constantemente el defensa aborta nuestros regates, trataremos de utilizar otra técnica para sobrepasarlo. Una vez más, ejercemos la función emprendedora.

Los ejemplos son innumerables, y sería muy difícil encontrar una persona que no haya utilizado su capacidad emprendedora, no ya en su vida, sino en las últimas 24 horas.

Esta función emprendedora es la que, eventualmente, se puede convertir en función empresarial. Pero para ello son necesarios otras muchas

condiciones, externas normalmente al individuo: condiciones culturales, institucionales, de acceso al crédito.

Los españoles no son menos creativos que los americanos, pero a lo mejor están inmersos en una sociedad que obstaculiza la función empresarial. De la misma forma, la incorporación de millones de personas (China, India) a los mercados globales supone la explosión de la capacidad emprendedora y eventualmente de la empresarial, a poco que las condiciones en dichos países lo permitan. Y eso sólo puede traducirse a una mayor eficiencia en la utilización de los recursos para la sociedad.

### **El espíritu emprendedor**

Algunos casos de emprendedores exitosos, surgen de la necesidad económica.

*¿El espíritu emprendedor es algo innato o es algo que se puede aprender o fomentar?.* Hay personas que empiezan emprendimientos por necesidad, porque tienen que buscar una alternativa a la entrada de dinero en la economía familiar. Pero hay otros que han realizado sus estudios y que emplean energía y esfuerzo en aplicar lo que han aprendido en la vida real. “Pero más allá de las circunstancias que te lleven a emprender será el camino que recorras el que te validará como emprendedor.”<sup>10</sup>

Es cierto que un emprendedor en términos generales, tiene ciertas características, pero muchas veces influyen las circunstancias y el medio

---

<sup>10</sup> Tomado del documento de Endeavor México, publicado en Emprendedores de [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)

ambiente en el que nos desarrollamos lo que hace aflorar nuestra madera emprendedora.

*¿Cuáles son los factores que favorecen al nacimiento de un espíritu emprendedor?* En primer lugar emprender significa comenzar, explorar, tomar riesgos, pero todo esto sólo puede darse en un contexto de libertad. Esta nos permite no limitarnos, darle vuelo a la creatividad y poder aprovechar las oportunidades. Una persona sometida a la autoridad tendrá vetada estas capacidades, y sufrirán sentimientos de frustración y verán pasar las oportunidades que se le presenten.

En segundo, la educación tiene influencia significativa sobre la formación de una mente emprendedora. Y en esto tienen que ver todos los procesos de formación a los que está sometida una persona desde el momento de nacer: la familia, la escuela, el grupo de amigos, la universidad, el club, la religión.

Un emprendedor tiene la capacidad de ver las oportunidades, y analizar los recursos para llevar a cabo el proyecto. La clave radica en encontrar una vinculación adecuada entre ambos factores.

El tercer punto importante que se deriva del anterior es la sociedad en donde se desarrolla el emprendedor. En algunas latitudes el emprendedor es celebrado como líder y fuerza positiva de una sociedad. En otras sociedades el panorama es completamente opuesto y por lo tanto adverso a la hora de querer dedicarse a la actividad emprendedora. La propia familia, amigos y colegas harán lo posible para desalentarte pues no ven el valor intrínseco de la actividad emprendedora. Con el tiempo y el esfuerzo de los

emprendedores la propia experiencia hará que vaya cambiando la percepción de la sociedad en relación al valor de la actividad emprendedora.<sup>11</sup>

Otro factor que favorecerá el surgimiento del espíritu emprendedor, es el marco institucional que regula las actividades económicas y sociales. Es necesario contar con un escenario que nos permita proyectar a futuro, con claras reglas de juego, y estabilidad económica.

Por otro lado el fácil acceso a información relevante es un factor central para allanar las condiciones para emprender. Contar con información oportuna es crucial para la toma de decisiones.

Podemos llegar a la conclusión entonces, que el espíritu emprendedor juega un papel clave para las economías actuales, y que si bien puede ser innato, el hecho de que surja depende de múltiples factores como: vivir en libertad, la formación y educación que recibimos, la existencia de reglas de juego transparentes, apoyo a las empresas, oportunidades y recursos.

## **PROYECTO DE INVERSIÓN**

### **GENERALIDADES**

“Todo proyecto de inversión genera efectos o impactos de naturaleza diversa, directos, indirectos, externos e intangibles. Estos últimos rebasan con mucho las posibilidades de su medición monetaria y sin embargo no

---

<sup>11</sup> Santos Santos, Tania (2013). *Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión*.

considerarlos resulta pernicioso por lo que representan en los estados de ánimo y definitiva satisfacción de la población beneficiaria o perjudicada.”<sup>12</sup>

En la valoración económica pueden existir elementos perceptibles por una comunidad como perjuicio o beneficio, pero que al momento de su ponderación en unidades monetarias, sea imposible o altamente difícil materializarlo. En la economía contemporánea se hacen intentos, por llegar a aproximarse a métodos de medición que aborden los elementos cualitativos, pero siempre supeditados a una apreciación subjetiva de la realidad.

No contemplar lo subjetivo o intangible presente en determinados impactos de una inversión puede alejar de la práctica la mejor recomendación para decidir, por lo que es conveniente intentar alguna metódica que inserte lo cualitativo en lo cuantitativo.

## **CONCEPTUALIZACION**

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

“Tiene como objetivos aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano o a largo plazo.

---

<sup>12</sup> Santos Santos, Tania (2013). *Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión*.

Comprende desde la intención o pensamiento de ejecutar algo hasta el término o puesta en operación normal.”<sup>13</sup>

Responde a una decisión sobre uso de recursos con algún o algunos de los objetivos, de incrementar, mantener o mejorar la producción de bienes o la prestación de servicios.

## **UN PROYECTO ESTÁ FORMADO POR CUATRO ESTUDIOS PRINCIPALES:**

### **EL ESTUDIO DEL MERCADO**

“El objetivo aquí es estimar las ventas. Lo primero es definir el producto o servicio: ¿Qué es?, ¿Para qué sirve?, ¿Cuál es su "unidad": piezas, litros, kilos, etc.?, después se debe ver cuál es la demanda de este producto, a quien lo compra y cuanto se compra en la ciudad, o en el área donde está el mercado.”<sup>14</sup>

Una vez determinada, se debe estudiar la OFERTA, es decir, la competencia ¿De dónde obtiene el mercado ese producto ahora?, ¿Cuántas tiendas o talleres hay?, ¿Se importa de otros lugares?, se debe hacer una estimación de cuanto se oferta. De la oferta y demanda, definirá cuanto será lo que se oferte, y a qué precio, este será el presupuesto de ventas. Un presupuesto es una proyección a futuro.

---

<sup>13</sup> García, Flor. (2011). *Guía para Elaborar Planes de Negocio*. Quito, Ecuador.

<sup>14</sup> Kotler, Philip y Lane Keller, Kevin. (2014). *Dirección de Marketing*. México. Editorial Pearson Educación

## **EL ESTUDIO TECNICO**

“El objetivo de aquí es diseñar como se producirá aquello que venderás. Si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar cómo se hace un producto, o porque alguna actividad gusta de modo especial. En el estudio técnico se define:

- Dónde ubicar la empresa, o las instalaciones del proyecto.
- Dónde obtener los materiales o materia prima.
- Qué máquinas y procesos usar.
- Qué personal es necesario para llevar a cabo este proyecto.”<sup>15</sup>

En este estudio, se describe qué proceso se va a usar, y cuánto costará todo esto, que se necesita para producir y vender. Estos serán los presupuestos de inversión y de gastos.

## **EL ESTUDIO DE ORGANIZACIÓN**

“Este estudio consiste en definir cómo se hará la empresa, o qué cambios hay que hacer si la empresa ya está formada.”<sup>16</sup>

- Qué régimen fiscal es el más conveniente.
- Qué pasos se necesitan para dar de alta el proyecto.
- Cómo organizaras la empresa cuando el proyecto esté en operación.

---

<sup>15</sup> García Santillán, Arturo y Vasquez Cotera, Daniel. (2010). *Proyectos de Inversión. Evaluación Integral*. México.

<sup>16</sup> Gómez Ceja, Guillermo. (2000). *Planeación Y Organización De Empresas*. México. Editorial Mc Graw Hill.

## **EL ESTUDIO FINANCIERO**

“Aquí se demuestra lo importante: ¿La idea es rentable? Para saberlo se tienen tres presupuestos: ventas, inversión, gastos. Que salieron de los estudios anteriores. Con esto se decidirá si el proyecto es viable, o si se necesita cambios, como por ejemplo, si se debe vender más, comprar máquinas más baratas o gastar menos.”<sup>17</sup>

Hay que recordar que cualquier "cambio" en los presupuestos debe ser realista y alcanzable, si la ganancia no puede ser satisfactoria, ni considerando todos los cambios y opciones posibles entonces el proyecto será "no viable" y es necesario encontrar otra idea de inversión.

Así, después de modificaciones y cambios, y una vez seguro de que la idea es viable, entonces, se pasara al último estudio.

## **PROYECTO DE INVERSIÓN PRIVADO**

Es realizado por un empresario particular para satisfacer sus objetivos. Los beneficios que la espera del proyecto, son los resultados del valor de la venta de los productos (bienes o servicios), que generara el proyecto.

## **PROYECTO DE INVERSIÓN PÚBLICA O SOCIAL**

Busca cumplir con objetivos sociales a través de metas gubernamentales o alternativas, empleadas por programas de apoyo. Los términos evolutivos

---

<sup>17</sup> Sapag Chain, Nassir. (2011). *Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación*. México. Editorial Pearson Educación.

estarán referidos al término de las metas bajo criterios de tiempo o alcances poblacionales.<sup>18</sup>

## **CICLO DE VIDA DE LOS PROYECTOS**

### **PREINVERSION**

Es la fase preliminar para la ejecución de un proyecto que permite, mediante elaboración de estudios, demostrar las bondades técnicas, económicas-financieras, institucionales y sociales de este, en caso de llevarse a cabo. En la etapa de preparación y evaluación de un proyecto, o etapa de análisis de preinversión, se deben realizar estudios de mercado, técnicos, económicos y financieros. Conviene abordarlos sucesivamente en orden, determinado por la cantidad y la calidad de la información disponible, por la profundidad del análisis realizado, y por el grado de confianza de los estudios mencionados.

### **FASES EN LA ETAPA DE PREINVERSION**

La selección de los mejores proyectos de inversión, es decir, los de mayor bondad relativa y hacia los cuales debe destinarse preferentemente los recursos disponibles constituyen un proceso por fases.

Se entiende así las siguientes:

1. Generación y análisis de la idea del proyecto.
2. Estudio del nivel de perfil.

---

<sup>18</sup> Sapag Chain, Nassir. (2011). *Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación*. México. Editorial Pearson Educación.

3. Estudio de prefactibilidad.
4. Estudio de factibilidad.

De esta manera por sucesivas aproximaciones, se define el problema por resolver. En cada fase de estudios se requiere profundidad creciente, de modo de adquirir certidumbre respecto de la conveniencia del proyecto.<sup>19</sup>

Otra ventaja del estudio por fases es la de permitir que al estudio mismo, se destine un mínimo de recursos. Esto es así porque, si una etapa se llega a la conclusión de que el proyecto no es viable técnica y económicamente, carece de sentido continuar con las siguientes. Por lo tanto se evitan gastos innecesarios

## **GENERACIÓN Y ANÁLISIS DE LA IDEA DE PROYECTO**

La generación de una idea de proyecto de inversión surge como consecuencia de las necesidades insatisfechas, de políticas, de una la existencia de otros proyectos en estudios o en ejecución, se requiere complementación mediante acciones en campos distintos, de políticas de acción institucional, de inventario de recursos naturales.

En el planteamiento y análisis del problema corresponde definir la necesidad que se pretende satisfacer o se trata de resolver, establecer su magnitud y establecer a quienes afectan las deficiencias detectadas (grupos, sectores, regiones o a totalidad del país). Es necesario indicar los criterios que han permitido detectar la existencia del problema, verificando la confiabilidad y

---

<sup>19</sup> Sapag Chain, Nassir. (2011). *Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación*. México. Editorial Pearson Educación.

pertinencia de la información utilizada. De tal análisis surgirá la especificación precisa del bien que desea o el servicio que se pretende dar.

Asimismo en esta etapa, corresponde identificar las alternativas básicas de solución del problema, de acuerdo con los objetivos predeterminados. Respecto a la idea de proyecto definida en su primera instancia, es posible adoptar diversas decisiones, tales como abandonarla, postergar su estudio, o profundizar este.<sup>20</sup>

### **ESTUDIO DEL NIVEL DE PERFIL**

En esta fase correspondiente estudiar todos los antecedentes que permitan formar juicio respecto a la conveniencia y factibilidad técnico –económico de llevar a cabo la idea del proyecto. En la evaluación se deben determinar y explicitar los beneficios y costos del proyecto para lo cual se requiere definir previa y precisamente la situación "sin proyecto", es decir, prever que sucederá en el horizonte de evaluación si no se ejecuta el proyecto.

El perfil permite, en primer lugar, analizar su viabilidad técnica de las alternativas propuestas, descartando las que no son factibles técnicamente. En esta fase corresponde además evaluar las alternativas técnicamente factibles. En los proyectos que involucran inversiones pequeñas y cuyo perfil muestra la conveniencia de su implementación, cabe avanzar directamente al diseño o anteproyecto de ingeniería de detalle.

---

<sup>20</sup> Sapag Chain, Nassir. (211). *Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación*. México. Editorial Pearson Educación.

En suma, del estudio del perfil permite adoptar alguna de las siguientes decisiones:

- Profundizar el estudio en los aspectos del proyecto que lo requieran. Para facilitar esta profundización conviene formular claramente los términos de referencia.
- Ejecutar el proyecto con los antecedentes disponibles en esta fase, o sin ellos, siempre que se haya llegado a un grado aceptable de certidumbre respecto a la conveniencia de materializarlo.
- Abandonar definitivamente la idea si el perfil es desfavorable a ella.
- Postergar la ejecución del proyecto.

## **ESTUDIO DE LA PREFACTIBILIDAD**

En esta fase se examinan en detalles las alternativas consideradas más convenientes, las que fueron determinadas en general en la fase anterior. Para la elaboración del informe de pre factibilidad del proyecto deben analizarse en detalle los aspectos identificados en la fase de perfil, especialmente los que inciden en la factibilidad y rentabilidad de las posibles alternativas. Entre estos aspectos sobresalen:<sup>21</sup>

- a. El mercado.
- b. La tecnología.

---

<sup>21</sup> Sapag Chain, Nassir. (2011). *Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación*. México. Editorial Pearson Educación.

- c. El tamaño y la localización.
- d. Las condiciones de orden institucional y legal.

Conviene plantear primero el análisis en términos puramente técnica, para después seguir con los económicos. Ambos análisis permiten calificar las alternativas u opciones de proyectos y como consecuencia de ello, elegir la que resulte más conveniente con relación a las condiciones existentes.

### **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD**

Esta última fase de aproximaciones sucesivas iniciadas en la preinversión, se bordan los mismos puntos de la pre factibilidad. Además de profundizar el análisis el estudio de las variables que inciden en el proyecto, se minimiza la variación esperada de sus costos y beneficios. Para ello es primordial la participación de especialistas, además de disponer de información confiable.

Sobre la base de las recomendaciones hechas en el informe de prefactibilidad, y que han sido incluidas en los términos e referencia para el estudio de factibilidad, se deben definir aspectos técnicos del proyecto, tales como localización, tamaño, tecnología, calendario de ejecución y fecha de puesta en marcha. El estudio de factibilidad debe orientarse hacia el examen detallado y preciso de la alternativa que se ha considerado viable en la etapa anterior. Además, debe afinar todos aquellos aspectos y variables que puedan mejorar el proyecto, de acuerdo con sus objetivos, sean sociales o de rentabilidad.

Una vez que el proyecto ha sido caracterizado y definido deben ser optimizados. Por optimización se entiende la inclusión de todos los aspectos

relacionados con la obra física, el programa de desembolsos de inversión, la organización por crear, puesta en marcha y operación del proyecto. El análisis de la organización por crear para la implementación del proyecto debe considerar el tamaño de la obra física, la capacidad empresarial y financiera del inversionista, el nivel técnico y administrativo que su operación requiere las fuentes y los plazos para el financiamiento.

Con la etapa de factibilidad finaliza el proceso de aproximaciones sucesivas en la formulación y preparación de proyectos, proceso en el cual tiene importancia significativa la secuencia de afinamiento y análisis de la información. El informe de factibilidad es la culminación de la formulación de un proyecto, y constituye la base de la decisión respecto de su ejecución. Sirve a quienes promueven el proyecto, a las instituciones financieras, a los responsables de la implementación económica global, regional y sectorial.

## **ETAPA DE INVERSIÓN**

Esta etapa de un proyecto se inicia con los estudios definitivos y termina con la puesta en marcha. Sus fases son:

FINANCIAMIENTO: Se refiere al conjunto de acciones, trámites y demás actividades destinadas a la obtención de los fondos necesarios para financiar a la inversión, en forma o proporción definida en el estudio de pre-

inversión correspondiente. Por lo general se refiere a la obtención de préstamos.<sup>22</sup>

ESTUDIOS DEFINITIVOS: Denominado también estudio de ingeniería, es el conjunto de estudios detallados para la construcción, montaje y puesta en marcha. Generalmente se refiere a estudios de diseño de ingeniería que se concretan en los planos de estructuras, planos de instalaciones eléctricas, planos de instalaciones sanitarias, etc., documentos elaborados por arquitectos e ingenieros civiles, eléctricos y sanitarios, que son requeridos para otorgar la licencia de construcción. Dichos estudios se realizan después de la fase de pre-inversión, en razón de su elevado costo y a que podrían resultar inservibles en caso de que el estudio salga factible, otra es que deben ser lo más actualizados posibles al momento de ser ejecutados. La etapa de estudios definitivos, no solo incluye aspectos técnicos del proyecto sino también actividades financieras, jurídicas y administrativas.

EJECUCIÓN Y MONTAJE: Comprende al conjunto de actividades para la implementación de la nueva unidad de producción, tales como compra del terreno, la construcción física en sí, compra e instalación de maquinaria y equipos, instalaciones varias, contratación del personal, etc. Esta etapa consiste en llevar a ejecución o a la realidad el proyecto, el que hasta antes de ella, solo eran planteamientos teóricos.

---

<sup>22</sup> Sapag Chain, Nassir. (2011). *Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación*. México. Editorial Pearson Educación.

PUESTA EN MARCHA: Denominada también "**Etapa De Prueba**" consiste en el conjunto de actividades necesarias para determinar las deficiencias, defectos e imperfecciones de la instalación de la instalación de la infraestructura de producción, a fin de realizar las correcciones del caso y poner "a punto" la empresa, para el inicio de su producción normal.

### **ETAPA DE OPERACIÓN**

Es la etapa en que el proyecto entra en producción, iniciándose la corriente de ingresos generados por la venta del bien o servicio resultado de las operaciones, los que deben cubrir satisfactoriamente a los costos y gastos en que sea necesario incurrir. Esta etapa se inicia cuando la empresa entra a producir hasta el momento en que termine la vida útil del proyecto, periodo en el que se hará el análisis evaluación de los resultados obtenidos.

La determinación de la vida útil de un proyecto puede determinarse por el periodo de obsolescencia del activo fijo más importante (ejemplo: maquinarias y equipo de procesamiento). Para efecto de evaluación económica y financiera, el horizonte o vida útil del proyecto más utilizado es la de 10 años de operario, en casos excepcionales 15 años.

### **ETAPA DE EVALUACIÓN DE RESULTADOS**

El proyecto es la acción o respuesta a un problema, es necesario verificar después de un tiempo razonable de su operación, que efectivamente el problema ha sido solucionado por la intervención del proyecto. De no ser así, se requiere introducir las medidas correctivas pertinentes. La evaluación de resultados cierra el ciclo, preguntándose por los efectos de la última etapa a

la luz de lo que inicio el proceso. La evaluación de resultados tiene por lo menos dos objetivos importantes:

2. Evaluar el impacto real del proyecto (empleo, divisas y descentralización), ya entrando en operación, para sugerir las acciones correctivas que se estimen convenientes.
3. Asimilar la experiencia para enriquecer el nivel de conocimientos y capacidad para mejorar los proyectos futuros.

### **CALCULO DE LA RENTABILIDAD DE LA INVERSIÓN**

Con la información acerca del monto de la inversión requerida y los flujos que genera el proyecto durante su vida útil se procede a calcular su rendimiento.<sup>23</sup>

Periodo de recuperación de la inversión: consiste en determinar el número de periodos necesarios para la recuperación de la inversión inicial.

### **CALCULO DEL VALOR PRESENTE O ACTUAL NETO (VAN)**

“Definido como el Valor presente de una inversión a partir de una tasa de descuento, una inversión inicial y una serie de pagos futuros. La idea del V.A.N. es actualizar todos los flujos futuros al período inicial (cero), compararlos para verificar si los beneficios son mayores que los costos. Si los beneficios actualizados son mayores que los costos actualizados,

---

<sup>23</sup> Sapag Chain, Nassir. (2011). *Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación*. México. Editorial Pearson Educación.

significa que la rentabilidad del proyecto es mayor que la tasa de descuento, se dice por tanto, que "es conveniente invertir" en esa alternativa."<sup>24</sup>

Para obtener el "*Valor Actual Neto*" de un proyecto se debe considerar obligatoriamente una "*Tasa de Descuento*" que equivale a la tasa alternativa de interés de invertir el dinero en otro proyecto o medio de inversión. Si se designa como **VF<sub>n</sub>** al flujo neto de un período "**n**", (positivo o negativo), y se representa a la tasa de actualización o tasa de descuento por "**i**" (interés), entonces el Valor Actual Neto (al año cero) del período "**n**" es igual a:

$$V.A.N = \frac{F_n}{(1 + i)^n}$$

Para poder decidir, es necesario definir una tasa de oportunidad del mercado, o sea el rendimiento máximo que se puede obtener en otras inversiones disponibles con similar riesgo.

### **CALCULO DE LA TASA INTERNA DEL RETORNO (TIR)**

“Definido como la Tasa interna de retorno de una inversión para una serie de valores en efectivo. La T.I.R. de un proyecto se define como aquella tasa que permite descontar los flujos netos de operación de un proyecto e igualarlos a la inversión inicial”<sup>25</sup>. Para este cálculo se debe determinar claramente cuál es la "*Inversión Inicial*" del proyecto y cuáles serán los

---

<sup>24</sup> Córdoba Padilla, Marcial. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. México. Editorial Ecoe.

<sup>25</sup> Hernández Hernández, Abraham. (2005). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*. Madrid, España. Editorial Thomson.

"flujos de Ingreso" y "Costo" para cada uno de los períodos que dure el proyecto de manera de considerar los beneficios netos obtenidos en cada uno de ellos. Matemáticamente se puede reflejar como sigue:

	F? +	F1 +	F2 +	F3 +	.....	+ Fn
0 =		(1+d) <sup>1</sup>	(1+d) <sup>2</sup>	(1+d) <sup>3</sup>		(1+d) <sup>n</sup>

Esto significa que se buscará una tasa (**d**) que iguale la inversión inicial a los flujos netos de operación del proyecto, que es lo mismo que buscar una tasa que haga el **V.A.N.** igual a cero.

### **LAS REGLAS DE DECISIÓN PARA EL T.I.R.**

**Si T.I.R > i**, Significa que el proyecto tiene una rentabilidad asociada mayor que la tasa de mercado (tasa de descuento), por lo tanto, es más conveniente.

**Si T.I.R < i**, Significa que el proyecto tiene una rentabilidad asociada menor que la tasa de mercado (tasa de descuento), por lo tanto, es menos conveniente.

## CALCULO DE LA RELACIÓN COSTO – BENEFICIO

Este índice se expresa de dos formas: total y neto

*(1era. Fórmula)*

- $IR_t = \text{VALOR PRESENTE DE LOS INGRESOS DE CAJA}$
- $\text{VALOR PRESENTE DE DESEMBOLSOS DE CAJA}$

Si el índice es mayor que 1 se acepta el proyecto, en caso contrario se rechaza.

*(2da. Fórmula).*

- $IR_n = \text{VALOR PRESENTE NETO}$
- $\text{VALOR PRESENTE DE LOS DESEMBOLSOS DE CAJA}$

“Si el índice es mayor que cero se acepta el proyecto, en caso contrario se rechaza.”<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup> Hernández Hernández, Abraham. (2005). Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Madrid, España. Editorial Thomson.

## **e. MATERIALES Y MÉTODOS**

Entendida la metodología como un conjunto de procedimientos que se siguen para descubrir y conocer los principios o causas relacionadas con un problema que requiere tratamiento y posible solución, se describen los pasos seguidos en la presente investigación.

### **Métodos de investigación**

En la realización del presente trabajo se utilizaron los siguientes métodos de investigación:

**Método Científico.** - Este método permitió identificar el problema respecto a la necesidad de plantear alternativas innovadoras para implementar empresas que representen fuentes de trabajo ante la ausencia de empleo en la ciudad de Loja. Luego para señalar la base teórica-conceptual que permitió la comprensión del problema y su fundamentación desde enfoques teóricos de diferentes autores.

Dentro de este método, la investigación se apoyó en los siguientes:

**Método Inductivo.** - Utilizado en primera instancia para redactar el marco teórico, y luego para determinar la factibilidad o no, de implementar una empresa que oferte servicios jurídicos en la modalidad prepago en la ciudad de Loja.

**Método Analítico.**- Este método se lo utilizó en el análisis de los contenidos teórico-prácticos; así como también en la interpretación de los datos que se deriven del estudio de campo (aplicación de instrumentos de investigación); así como de los análisis de Mercado, Ingeniería del Proyecto, Organizacional y Financiero.

**Método Descriptivo.** - Dentro de la presente investigación este método me sirvió para describir los resultados encontrados en el análisis de la demanda y oferta; así como también en el desarrollo del proceso productivo del servicio.

**Método Matemático.** - Este método me ayudó para la tabulación de las encuestas, así como también para el desarrollo de presupuestos y aplicación de las diferentes fórmulas que se aplican a lo largo de la investigación.

**Método Analítico.** - El Método analítico fue de gran importancia para conocer la naturaleza de la propuesta de estudio es decir de la creación de un buffet de servicios jurídicos para comprender su esencia y conocer a profundidad su desarrollo; con lo cual permitió explicar, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías.

## **TÉCNICAS**

Las técnicas proporcionan las normas necesarias para ordenar las etapas de la investigación científica, por lo tanto, en la presente investigación se utilizaron las técnicas de la encuesta (mediante la elaboración de un cuestionario) y la observación (mediante el diseño de una guía de observación, cuya información se complementó con la entrevista).

**La Observación.** - Como técnica, la observación tiene por objeto la captación de los datos que presentan los hechos mediante la intervención de los órganos sensoriales y de la concentración de la atención.

Por lo tanto, en la investigación llevada a cabo, se observaron los estudios jurídicos que congreguen a varios profesionales del derecho; así como la operatividad de otras empresas que ofrezcan servicios prepagados en cualquier ámbito; dicha información se registró en una ficha prediseñada para el efecto; los datos a recoger están relacionados con el diseño de instalaciones físicas, dimensiones, servicios asociados, operaciones, horarios de atención, características socioeconómicas de los clientes, monto aproximado de la inversión, rentabilidad, etc.; información que se complementó con preguntas directas a los juristas y/o empleados de los locales que se observó.

**La Encuesta.** - Se aplicó mediante un cuestionario, a un grupo representativo de personas que pueden optar por este servicio nuevo que se pretende implementar en la ciudad de Loja, así mismo, se aprovechó la

oportunidad para conocer su opinión respecto a la aceptación que tendría esta empresa en la ciudad y su proyección empresarial, lo cual constituirá una medida del grado de satisfacción de los clientes respecto de estos servicios.

## **POBLACIÓN Y MUESTRA**

La población está constituida por las familias del cantón Loja.

- La Población de la ciudad de Loja según el Censo del 2010 fue de 180.617 habitantes y proyectado al 2015 con una Tasa de Crecimiento del 2.65% dando un total de 186.908 habitantes, cuya PEA es el 53.2%, que equivale a 99.435 PEA del Cantón Loja.<sup>27</sup>

**CUADRO N° 2  
POBLACIÓN ECONOMICAMENTE ACTIVA  
CANTON LOJA**

<b>POBLACIÓN CANTON LOJA</b>	<b>PEA DEL CANTON LOJA</b>	<b>TOTAL PEA DEL CANTON LOJA</b>
186.908 HABITANTES	53.2%	<b>99.435</b>

**Elaborado por:** La autora

**Fuente:** SEMPLADES.Direccion deMetodosAnalisisInvestigacion.Febrerode2014.

<sup>27</sup>

SEMPLADES.Direccion deMetodosAnalisisInvestigacion.Febrerode2014.

## Muestra

Al considerarse una población extensa, es necesario aplicar una fórmula matemática que permita determinar una muestra representativa para realizar el estudio de mercado.

Para el presente proyecto se toma la fórmula de muestreo proporcional para poblaciones infinitas cuando no se conoce la probabilidad de ocurrencia, puesto que la población es superior a las 30.000 unidades. La fórmula para su cálculo<sup>28</sup> es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 p q}{e^2}$$
$$n = \frac{1^2 (0,5) (0,5)}{0,05^2}$$
$$n = 384,6$$

El total de encuestas a aplicarse es de **382** de las cuales, se estratifican para los dos segmentos de mercado, de la siguiente manera:

Para determinar la Oferta, se tomaron en consideración los 5 bufets de abogados que han mantenido durante los últimos años una considerable acogida en la población de la ciudad de Loja, el mismo, que se lo muestra a continuación:

---

<sup>28</sup> José Nicolás Jany. Investigación Integral de mercados. Pág. 153

**CUADRO N° 3**  
**BUFFET DE ABOGADOS DE LA CIUDAD DE LOJA**

<b>NUMERO</b>	<b>BUFFET</b>
1	BUFFET JURIDICO LEX
2	ABOGADOS R & R
3	ORTEGA&ORTEGA ASOCIADOS
4	HISPACOLEX SERVICIOS JURIDICOS
5	A.CARO ABOGADOS

**Elaborado por:** La autora

**Fuente:** Investigación Directa.

## f. RESULTADOS.

### ENCUESTA A LA DEMANDA

#### 1.- ¿Cuáles son los ingresos mensuales?

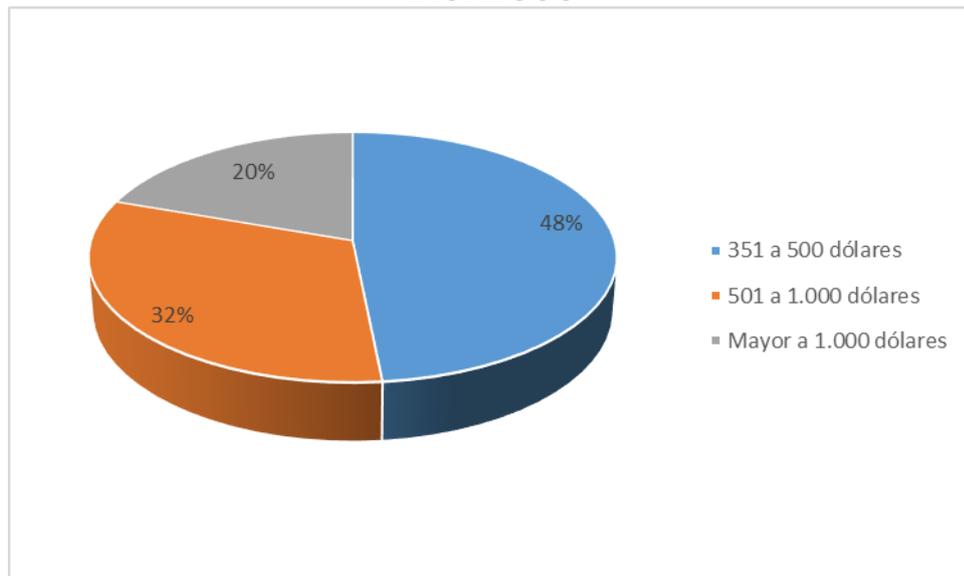
**CUADRO N° 4  
INGRESOS**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
351 a 500 dólares	185	48%
501 a 1000 dólares	122	32%
Mayor a 1000 dólares	75	20%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** La Autora.

**GRÁFICO N° 1  
INGRESOS**



#### **Interpretación**

EL 48% de encuestados indican que tienen ingresos de 351 a 500 dólares, el 32% de encuestados tiene un sueldo de 501 a 1000 dólares y el 20% de encuestados indican que tiene un sueldo mayor de 1000 dólares, con lo que se puede evidenciar que las personas encuestadas tienen ingresos que pueden cubrir el servicio a demandar.

## 2.- ¿Usted ha requerido servicios jurídicos alguna vez?

**CUADRO N° 5**  
**REQUERIMIENTO DE SERVICIOS JURÍDICOS**

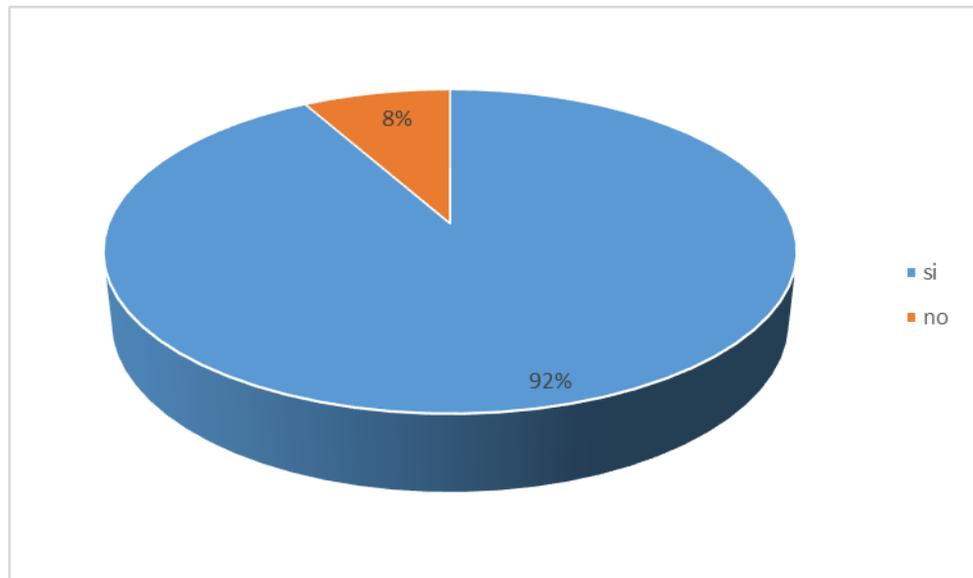
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	351	92%
No	31	8%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** La Autora.

**GRÁFICO N° 2**

**REQUERIMIENTO DE SERVICIOS JURÍDICOS**



### **Interpretación**

Conforme a la pregunta N° 2, se puede evidenciar que el 92% de las personas encuestadas requieren de servicios jurídicos, mientras que el 8% indica que no ha utilizado, lo que significa que la mayor parte de las personas alguna vez en su vida han hecho uso de servicios jurídicos, existiendo una alta demanda.

### 3.- ¿Qué tipo de servicios ha utilizado?

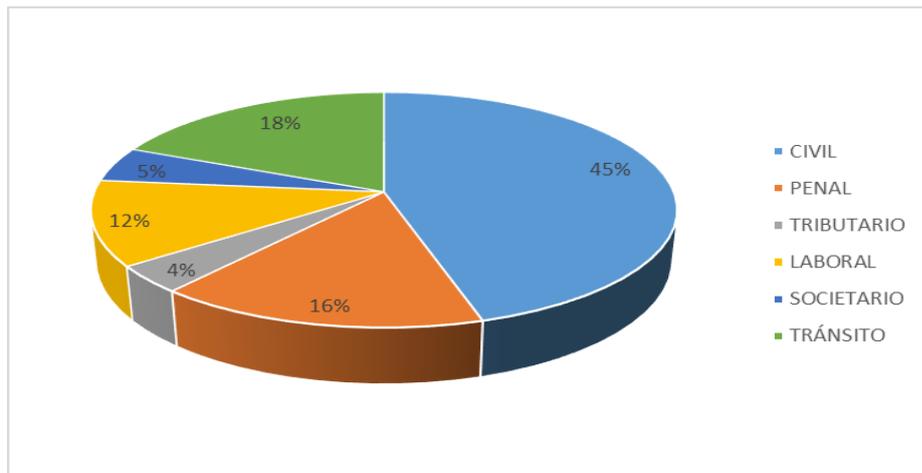
**CUADRO N° 6**  
**SERVICIOS JURÍDICOS UTILIZADOS**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CIVIL	217	45%
PENAL	76	16%
TRIBUTARIO	18	4%
LABORAL	56	12%
SOCIETARIO	23	5%
TRÁNSITO	89	18%
<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** La Autora.

**GRÁFICO N° 3**  
**SERVICIOS JURÍDICOS UTILIZADOS**



### Interpretación

Esta pregunta indica que el 45% de encuestados realizan trámites civiles, el 16% trámites penales, el 18% utilizan servicios jurídicos de tránsito, el 12% laboral, el 5% societario y finalmente el 4% servicio jurídico tributario. Existe una diversidad de situaciones jurídicas que se presentan en la vida cotidiana, por lo cual todas las personas realizan trámites jurídicos de toda índole.

#### 4.- ¿Usted realiza trámites jurídicos a través de?

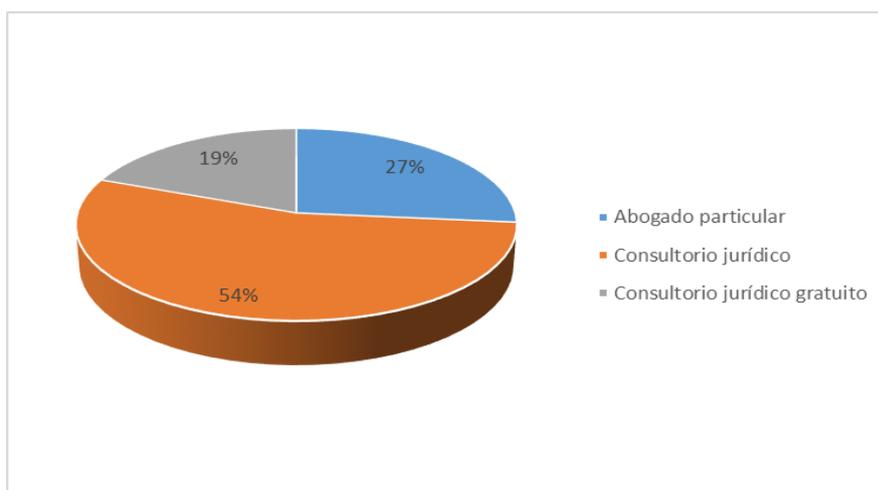
**CUADRO N° 7**  
**SERVICIOS JURÍDICOS UTILIZADOS**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Abogado particular	103	27%
Consultorio jurídico	211	54%
Consultorio jurídico gratuito	74	19%
<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** La Autora.

**GRÁFICO N° 4**  
**SERVICIOS JURÍDICOS UTILIZADOS**



#### **Interpretación**

Conforme a la encuesta analizada el 54% de personas que representa a la mayoría indican que realizan sus trámites jurídicos a través de consultorio jurídico, el 27% utiliza abogado particular y el 19% acuden a un consultorio jurídico gratuito, evidenciándose que la mayor parte de encuestados contratan servicios jurídicos particulares, los mismos que son pagados.

## 5.- ¿Cuál es su gasto anual en trámites jurídicos?

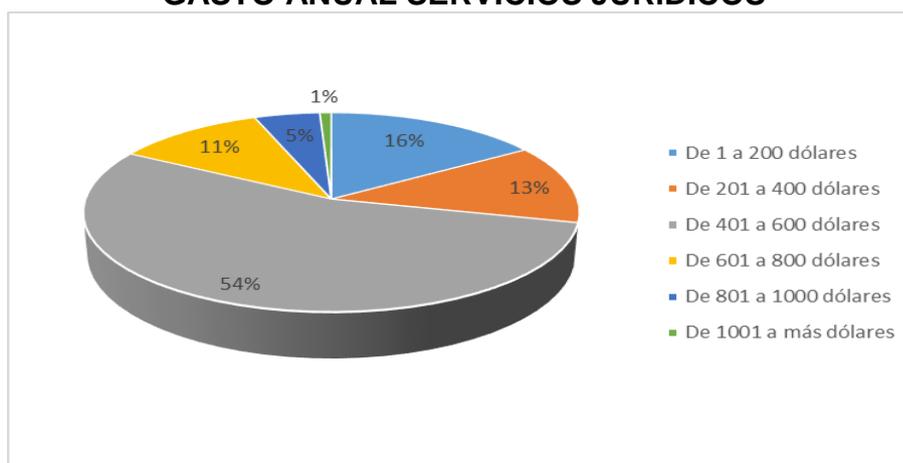
**CUADRO N° 8**  
**GASTO ANUAL SERVICIOS JURÍDICOS**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 200 dólares	56	16%
De 201 a 400 dólares	45	13%
De 401 a 600 dólares	191	54%
De 601 a 800 dólares	39	11%
De 801 a 1000 dólares	17	5%
De 1001 a más dólares	3	1%
<b>TOTAL</b>	<b>351</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** La Autora.

**GRÁFICO N° 5**  
**GASTO ANUAL SERVICIOS JURÍDICOS**



### Interpretación

El 54% de las personas encuestadas indican que gastan de 401 a 600 dólares en servicios jurídicos, el 16% de 1 a 200 dólares, el 13% de 201 a 400 dólares, el 11% de 601 a 800 dólares el 5% de 801 a 1000 dólares y finalmente el 1% gasta en servicios jurídicos de 1001 a más dólares, confirmándose nuevamente que la mayor parte realiza los trámites jurídicos pagados.

6.- ¿Estaría usted dispuesto a invertir en un servicio prepago para atender sus requerimientos jurídicos durante el año?

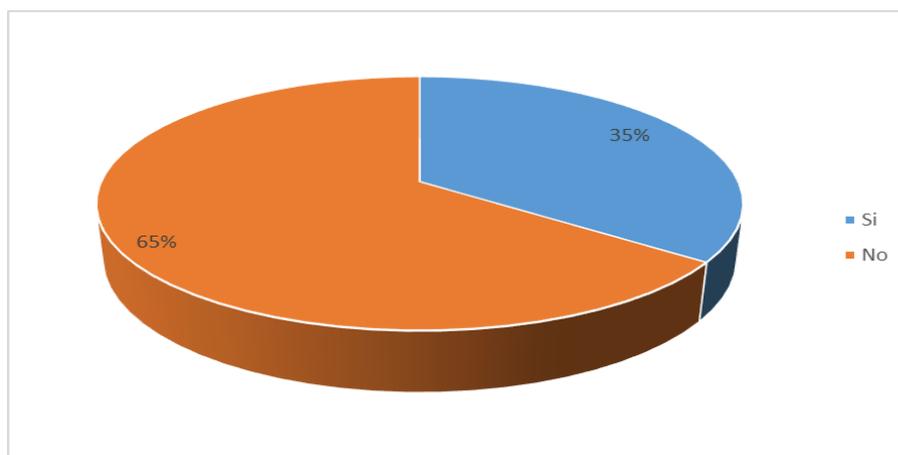
**CUADRO N° 9**  
**UTILIZACIÓN DE SERVICIOS PREPAGO JURÍDICOS**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	123	35%
No	228	65%
<b>TOTAL</b>	<b>351</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** La Autora.

**GRÁFICO N° 6**  
**UTILIZACIÓN DE SERVICIOS PREPAGO JURÍDICOS**



### **Interpretación**

El 35% de los encuestados indican que, si estarían dispuestos a utilizar servicios jurídicos prepago, mientras que el 65% que es la mayoría indican que no lo harían. Como se puede apreciar no es común ver este tipo de empresas en la ciudad de Loja, por lo que costará un poco de tiempo acostumbrar a las familias y empresas lojanas a que utilicen este servicio

## 7.- ¿Cuántos dólares estaría dispuesto a pagar mensualmente?

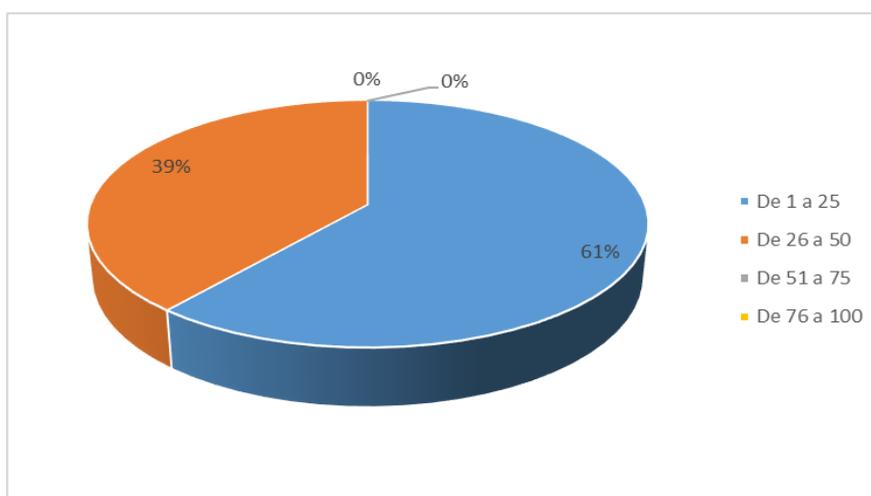
**CUADRO N° 10  
PAGO MENSUAL**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 25	75	61%
De 26 a 50	48	39%
De 51 a 75	0	0%
De 76 a 100	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>123</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** La Autora.

**GRÁFICO N° 7  
PAGO MENSUAL**



### Interpretación

La mayor parte de las personas encuestadas, es decir el 61% indican que estarían dispuestas a para de 1 a 25 dólares por los servicios prepago, el 39% indican que de 26 a 50 dólares, pero nadie está dispuesto a pagar un valor mayor. Los ingresos de la economía lojana no son muy altos, por lo que es factible de considerar el valor sugerido por la mayoría de los demandantes, por un valor de 1 a 25 dólares.

## 8.- ¿Cuántas veces al año realiza trámites jurídicos?

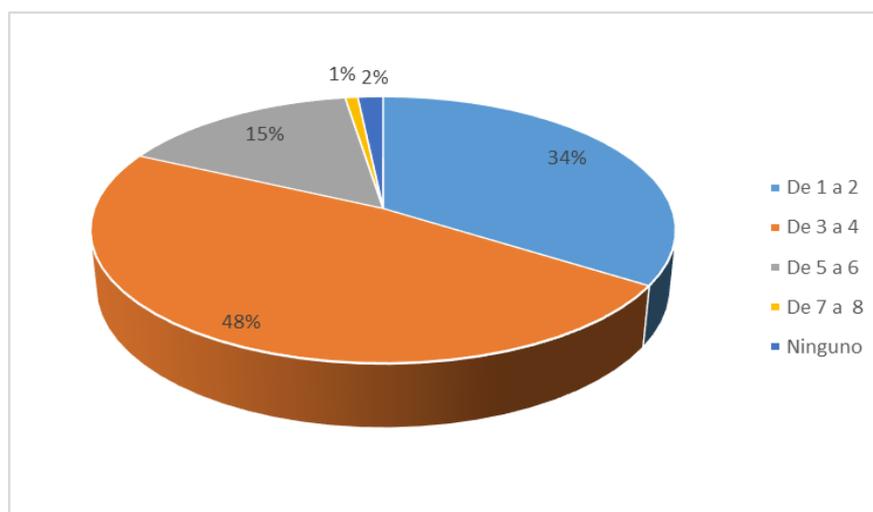
**CUADRO N° 11**  
**FRECUENCIA DE UTILIZACIÓN DEL SERVICIO**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 2	42	34%
De 3 a 4	59	48%
De 5 a 6	19	15%
De 7 a 8	1	1%
Ninguno	2	2%
<b>TOTAL</b>	<b>123</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** La Autora.

**GRÁFICO N° 8**  
**FRECUENCIA DE UTILIZACIÓN DEL SERVICIO**



### Interpretación

Al preguntarles sobre la frecuencia anual de la utilización del servicio el 34% indica que utiliza este tipo de servicios de 1 a 2 veces por año, el 48% de 3 a 4 veces, el 16% de 5 a 6 veces y el 2% de 7 a 8 veces por año. Conforme se demuestra en estos resultados las familias y empresas tienen una alta frecuencia de utilización de servicios jurídicos durante el año, siendo una oportunidad que debe aprovecharse.

9.- ¿Cómo le gustaría que se realizase la publicidad del Buffet de servicios jurídicos prepagados?

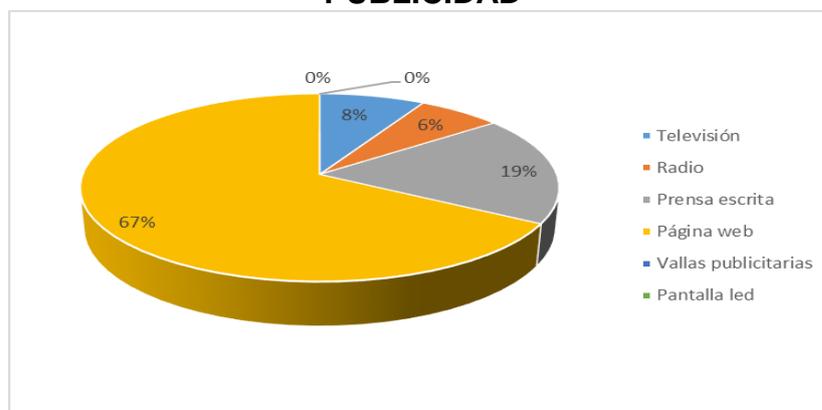
**CUADRO N° 12  
PUBLICIDAD**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Televisión	10	8%
Radio	8	6%
Prensa escrita	23	19%
Página web	82	67%
Vallas publicitarias	0	0%
Pantallas	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>123</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** La Autora.

**GRÁFICO N° 9  
PUBLICIDAD**



**Interpretación**

Con respecto a la publicidad el 8% de los encuestados indican la Televisión, el 6% la radio, el 19% prensa escrita, el 67% sugiere que se lo haga mediante una página web, el 8% mediante vallas publicitarias y ninguno indica vallas publicitarias ni publicidad mediante pantalla led, evidenciándose que es imprescindible la difusión de la empresa mediante medios virtuales que es el medio de comunicación actual.

## 10- ¿Su empresa dispone de Asesor jurídico?

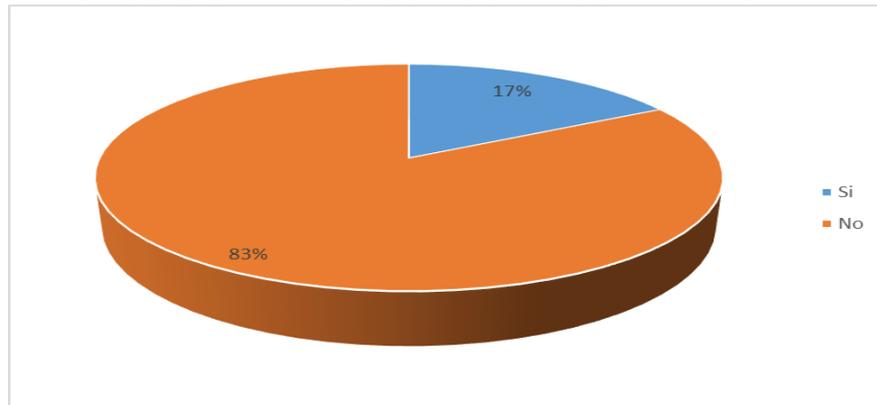
**CUADRO N° 13**  
**DISPOSICIÓN DE ASESOR JURÍDICO EMPRESARIAL**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	21	17%
No	102	83%
<b>TOTAL</b>	<b>123</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** La Autora.

**GRÁFICO N° 10**  
**DISPOSICIÓN DE ASESOR JURÍDICO EMPRESARIAL**



### Interpretación

Conforme a la pregunta 10 el 83% de encuestados indican que utilizan un asesor jurídico empresarial, lo que evidencia que se trata de las empresas encuestadas, mientras que el 17% indican que no utilizan asesor jurídico. Es de vital importancia que las empresas cuenten con un asesor jurídico constantemente, por lo que sería una oportunidad a la que se debe aprovechar, ya que las empresas pagarían menos por este tipo de servicios.

11.- ¿Si en la ciudad de Loja se creara una empresa de servicios jurídicos prepagados para realizar trámites jurídicos, estaría dispuesto a utilizar los servicios?

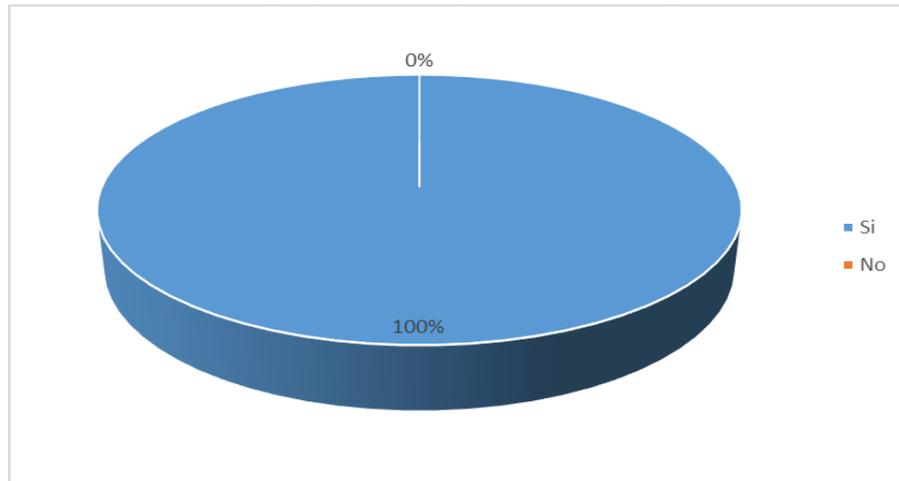
**CUADRO N° 14  
APOYO A LA NUEVA EMPRESA**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	123	100%
No	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>123</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** La Autora.

**GRÁFICO N° 11  
APOYO A LA NUEVA EMPRESA**



**Interpretación**

El 100% de encuestados indican que apoyarían la creación de la nueva empresa. Esta pregunta representa la demanda efectiva confirmando las empresas y las familias que brindarían su apoyo si se creará una empresa de servicios jurídicos prepagos en la ciudad de Loja, ya que no existe este tipo de servicios en la ciudad de Loja.

## ENCUESTA A OFERTA

### 1.- ¿Usted realiza servicios jurídicos?

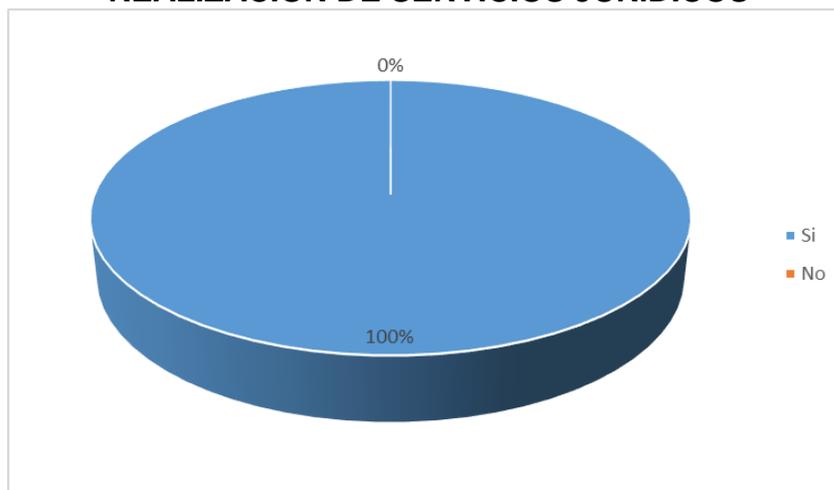
**CUADRO N° 15**  
**REALIZACIÓN DE SERVICIOS JURÍDICOS**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	5	100%
No	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** La Autora.

**GRÁFICO N° 12**  
**REALIZACIÓN DE SERVICIOS JURÍDICOS**



### **Interpretación.**

En relación a la oferta el 100% de buffet de servicios jurídicos encuestados indican que realizan todo trámite de servicio jurídico. Se ha realizado esta pregunta únicamente a los 5 buffet jurídicos existentes en la ciudad de Loja, ya que existe un sinnúmero de abogados privados, pero no están considerado como buffet.

## 2.- ¿Qué tipo de servicios ofrece?

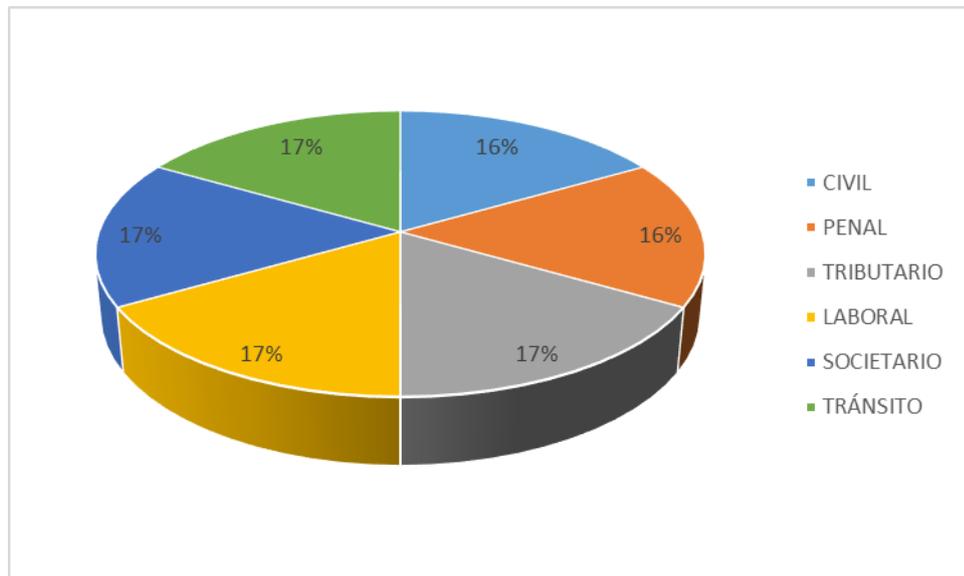
**CUADRO N° 16**  
**SERVICIOS JURÍDICOS OFERTADOS**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CIVIL	5	16%
PENAL	5	16%
TRIBUTARIO	5	17%
LABORAL	5	17%
SOCIETARIO	5	17%
TRÁNSITO	5	17%
<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** La Autora.

**GRÁFICO N° 13**  
**SERVICIOS JURÍDICOS OFERTADOS**



### Interpretación

En relación a la oferta el 100% de buffet de servicios jurídicos encuestados indican que realizan todo trámite de servicio jurídico, es decir que en la ciudad de Loja, existe un sinnúmero de personas y empresas que requieren de todo tipo de trámite de tipo legal.

### 3.- ¿Cuál es el pago promedio anual en trámites jurídicos por cliente?

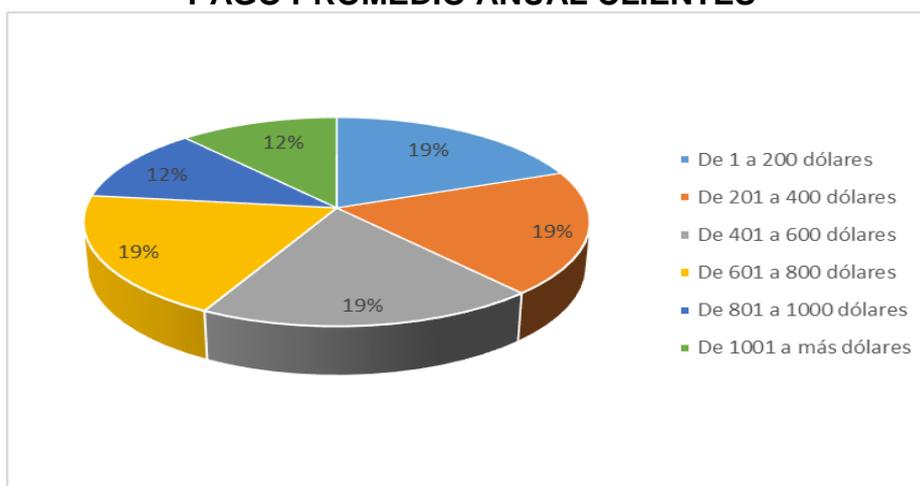
**CUADRO N° 17**  
**PAGO PROMEDIO ANUAL CLIENTES**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 200 dólares	5	19%
De 201 a 400 dólares	5	19%
De 401 a 600 dólares	5	19%
De 601 a 800 dólares	5	19%
De 801 a 1000 dólares	3	12%
De 1001 a más dólares	3	12%
<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** La Autora.

**GRÁFICO N° 14**  
**PAGO PROMEDIO ANUAL CLIENTES**



#### **Interpretación**

El 19% de oferentes indican que cada cliente tiene un pago promedio anual de 1 a 200 dólares, el 19% de 201 a 400 dólares, el 19% de 401 a 600 dólares, el 19% de 601 a 800 dólares, el 12% de 801 a 1000 y el 12% de 1001 a más dólares. Como se puede evidenciar en esta pregunta, la mayor parte de los encuestados indican que reciben un pago promedio anual por cliente que va de 1 a 800 dólares, solamente dos clientes dicen que tienen un pago promedio anual de 801 a 1001 dólares.

#### 4.- ¿Cuál es el pago promedio anual en trámites jurídicos por cliente?

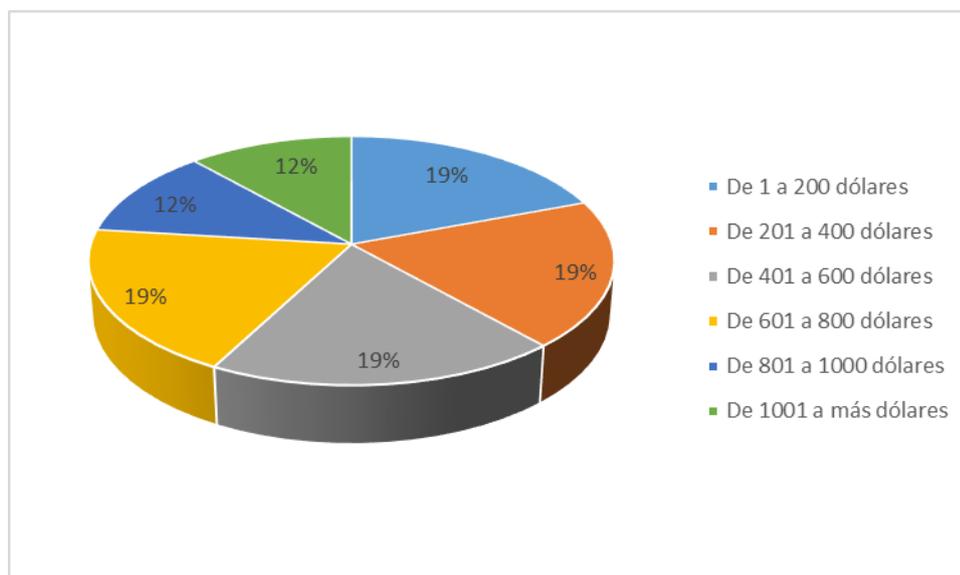
**CUADRO N° 18**  
**PAGO PROMEDIO ANUAL CLIENTES**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 200 dólares	5	19%
De 201 a 400 dólares	5	19%
De 401 a 600 dólares	5	19%
De 601 a 800 dólares	5	19%
De 801 a 1000 dólares	3	12%
De 1001 a más dólares	3	12%
<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** La Autora.

**GRÁFICO N° 14**  
**PAGO PROMEDIO ANUAL CLIENTES**



#### **Interpretación**

En relación a la oferta el 100% de buffet de servicios jurídicos encuestados indican que realizan todo trámite de servicio jurídico.

5.- ¿Brinda usted servicio prepago para atender requerimientos jurídicos durante el año?

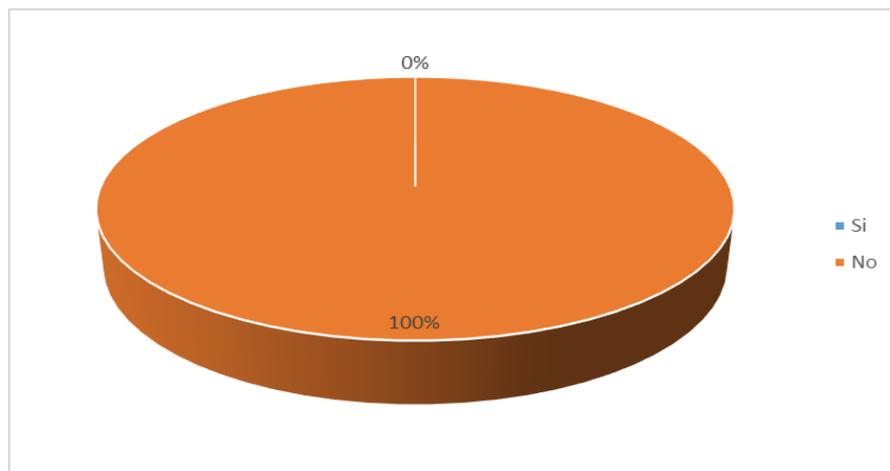
**CUADRO N° 19**  
**OFRECE SERVICIOS PREPAGO JURÍDICOS**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	0	0%
No	5	100%
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** La Autora.

**GRÁFICO N° 15**  
**OFRECE SERVICIOS PREPAGO JURÍDICOS**



### **Interpretación**

El 100% de los oferentes encuestados indican que no tienen servicio jurídico prepago, lo que representa que en la ciudad de Loja, no existe este tipo de servicio. Existiendo una demanda insatisfecha que hay que cubrir.

6.- ¿Cuál es el promedio de servicios jurídicos que ofrece usted en el año?

**CUADRO N° 20**  
**PROMEDIO SERVICIOS JURÍDICOS ANUAL**

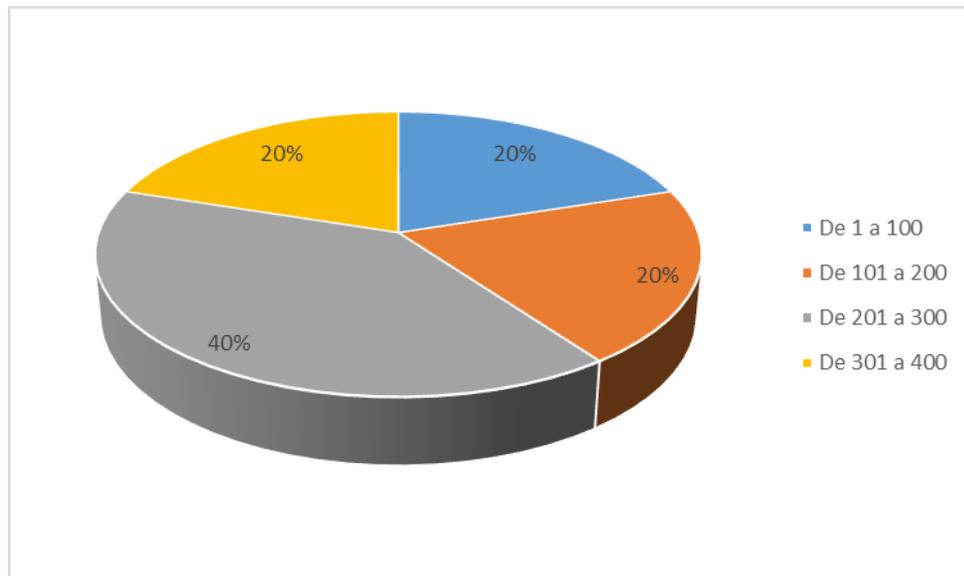
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 100	1	20%
De 101 a 200	1	20%
De 201 a 300	2	40%
De 301 a 400	1	20%
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** La Autora.

**GRÁFICO N° 16**

**PROMEDIO SERVICIOS JURÍDICOS ANUAL**



### **Interpretación**

Según la pregunta anterior, el 20% de los oferentes encuestados manifestaron que ofrecen de 1 a 100 servicios jurídicos al año, el 20% de 101 a 200, el 40% de 201 a 300 y el 20% de 301 a 400, siendo el porcentaje más alto el de 101 a 200 servicios jurídicos anuales.

**7.- ¿Por qué medio de comunicación usted realiza la publicidad del buffet de servicios jurídicos?**

**CUADRO N° 21  
DIFUSIÓN DE OFERTA DE SERVICIO**

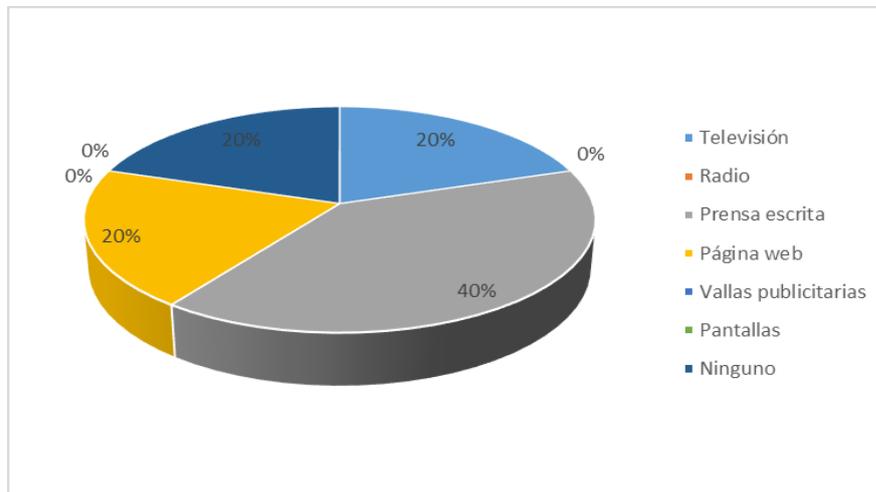
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Televisión	1	20%
Radio	0	0%
Prensa escrita	2	40%
Página web	1	20%
Vallas publicitarias	0	0%
Pantallas	0	0%
Ninguno	1	20%
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** La Autora.

**GRÁFICO N° 17**

**DIFUSIÓN DE OFERTA DE SERVICIO**



**Interpretación**

Según la pregunta anterior, el 20% de los oferentes encuestados manifestaron que es mediante la televisión, el 40% por medio de la prensa escrita, el 20% por medio de las páginas web y el 20% por medio de ningún medio, porque no lo necesitan.

## **g. DISCUSIÓN**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

El estudio de mercado se ha ejecutado para adquirir y examinar el comportamiento de los clientes, necesidades, gustos, preferencias, actitudes y demanda insatisfecha, con la finalidad de obtener la suficiente información que permita conocer el mercado y tomar decisiones.

### **COMPORTAMIENTO DE LOS DEMANDANTES**

El estudio de mercado, como uno de los ejes primordiales para la ejecución de un proyecto de inversión, es necesario implantar como primer punto los demandantes ya que son ellos los clientes futuros de cálculo para instaurarla factibilidad del proyecto.

La aplicación de encuestas pretermitió establecer las circunstancias actuales del mercado con relación a la aceptación de la empresa de servicios jurídicos prepago, los resultados tabulados se exponen en los cuadros que se utilizan posteriormente.

### **MERCADO OBJETIVO**

El mercado objetivo básicamente enmarca la ruta hacia donde se va a ofrecer el servicio, a través de la segmentación geográfica, en tal virtud abarca como mercado a las familias de la ciudad de Loja y a las empresas que potencialmente requieren los servicios jurídicos, para lo cual se aplicaron 383 encuestas como muestra de la población total de estudio.

## DEMANDA POTENCIAL

Para valorar la demanda potencial del servicio se procede a deducir la información de los encuestados que se desprende del universo, que constituirá el área de influencia para la empresa. La demanda potencial del servicio se consigue, tomando en cuenta la pregunta N° 2.- ¿Usted ha requerido servicios jurídicos alguna vez?; por lo cual el 92%.respondieron que sí.

**CUADRO No. 22  
DEMANDA POTENCIAL**

<b>INFORMANTES POTENCIALES QUE HAN UTILIZADO EL SERVICIO</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>POBLACIÓN TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE DE INFORMANTES POTENCIALES DE CONSUMO</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL ANUAL</b>
0	99.435	92%	91.480
1	102.070	92%	93.904
2	104.774	92%	96.392
3	107.550	92%	98.946
4	110.400	92%	101.568
5	113.325	92%	104.259
6	116.328	92%	107.021
7	119.410	92%	109.857
8	122.574	92%	112.768
9	125.822	92%	115.756
10	129.156	92%	118.823

**FUENTE:** Datos del cuadro No. 5  
**ELABORACIÓN:** La Autora

## DEMANDA REAL

Se establece tomando como referencia el dato de 47.158 personas de la demanda potencial, esta cantidad se multiplica por el porcentaje de consumo

real que es de 35%; obteniendo un total que utilizan el servicio de 16.505, esto multiplicado por el promedio de utilización anual que es de 3 servicios jurídicos por persona, teniendo una demanda real de 49.516 servicios jurídicos prepago al año.

**CUADRO No. 23  
DEMANDA REAL**

<b>INFORMANTES EFECTIVOS DE USO</b>					
<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL</b>	<b>PORCENTAJE DE INFORMANTES POSITIVOS</b>	<b>DEMANDA REAL</b>	<b>USO PER CÁPITA</b>	<b>DEMANDA REAL EN SERVICIOS</b>
0	91.480	35,00%	32.018	3	96.054
1	93.904	35,00%	32.866	3	98.598
2	96.392	35,00%	33.737	3	101.211
3	98.946	35,00%	34.631	3	103.893
4	101.568	35,00%	35.548	3	106.644
5	104.259	35,00%	36.490	3	109.470
6	107.021	35,00%	37.457	3	112.371
7	109.857	35,00%	38.449	3	115.347
8	112.768	35,00%	39.468	3	118.404
9	115.756	35,00%	40.514	3	121.542
10	118.823	35,00%	41.588	3	124.764

**FUENTE:** Datos del cuadro No. 9 y 11.

**ELABORACIÓN:** La Autora

### **PROMEDIO DE UTILIZACIÓN ANUAL**

Para determinar el promedio de utilización anual del servicio jurídico prepago, se empleó la exploración de los datos que se presentan a continuación.

### **UTILIZACIÓN ANUAL DE SERVICIO JURÍDICO**

Para conocer el promedio de utilización del servicio al año, se consideró la pregunta, Con qué frecuencia utiliza los servicios jurídicos en un año?, lo que permitió conocer el consumo per cápita.

**CUADRO No. 24**  
**USO PERCÁPITA**  
**FRECUENCIA DE UTILIZACIÓN DEL SERVICIO**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>xm</b>	<b>f.Xm</b>
De 1 a 2	42	1,5	63
De 3 a 4	59	3,5	207
De 5 a 6	19	5,5	105
De 7 a 8	1	7,5	8
Ninguno	2	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>123</b>		<b>382</b>

Fuente: Cuadro 11

Elaborado por: La Autora.

**USO PERCÁPITA=**  $f.xm/n^{\circ}$  encuestas

**USO PERCÁPITA=** 382/123

**USO PERCÁPITA=** 3 servicios jurídicos al año por persona

**DEMANDA EFECTIVA**

La demanda efectiva se obtiene al multiplicar la cantidad de 184.931 demandantes reales, por el porcentaje de informantes que si están dispuestos a utilizar el servicio de una nueva propuesta empresarial en este proyecto, conforme a la **pregunta 11.- ¿Si en la ciudad de Loja se creara una empresa de servicios jurídicos prepagados para realizar trámites jurídicos, estaría dispuesto a utilizar los servicios?** el mismo que alcanza el 100%; obteniendo una demanda efectiva de 184.931 servicios

## CUADRO No. 25

### DEMANDA EFECTIVA

AÑOS	DEMANDA REAL EN SERVICIOS	PORCENTAJE INFORMANTES POSITIVOS QUE PREFIEREN UTILIZAR UNA NUEVA EMPRESA	DEMANDA EFECTIVA
0	96.054	100,00%	96.054
1	98.598	100,00%	98.598
2	101.211	100,00%	101.211
3	103.893	100,00%	103.893
4	106.644	100,00%	106.644
5	109.470	100,00%	109.470
6	112.371	100,00%	112.371
7	115.347	100,00%	115.347
8	118.404	100,00%	118.404
9	121.542	100,00%	121.542
10	124.764	100,00%	124.764

**FUENTE:** Análisis cuadro No.14

**ELABORACIÓN:** La Autora

### ANÁLISIS DE LA OFERTA

La intención de determinar la oferta es para saber la cantidad de servicios jurídicos requeridos con datos de la competencia.

Para conocer la oferta existente del servicio en el cantón Loja se efectuó diálogos en los principales bufets de abogados existentes en la ciudad de Loja, los cuales son 5.

Con los datos proporcionados por los consultados y según registros de las oficinas de atención jurídica, la oferta del servicio crece anualmente. Las estadísticas provinciales manifiestan que existe un crecimiento de la demanda de servicios jurídicos de 8,90% anual, datos que fueron proporcionados por el Colegio de Abogados.

## ESTIMACIÓN DE LA OFERTA

La propuesta planteada en este proyecto, es el servicio jurídico prepago en la ciudad de Loja. Según la información obtenida a través de personal de los diferentes buffets de abogados, se tiene un promedio de 211 servicios jurídicos por buffer, con lo cual se procede a estimar la oferta para la vida útil del proyecto, conforme el siguiente cuadro:

Para conocer la oferta de servicios jurídicos, para el año se toma el cuadro N° 29

### CUADRO No. 26

#### PROMEDIO SERVICIOS JURÍDICOS ANUAL

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Xm	f.xm.
De 1 a 100	1	50,5	51
De 101 a 200	1	150,5	151
De 201 a 300	2	250,5	501
De 301 a 400	1	350,5	351
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>		<b>1.053</b>

Fuente: Cuadro Nro. 20

Elaborado por: La Autora.

Por lo tanto, la oferta tiene un promedio de 1.053 servicios jurídicos en el año; es decir 211 servicios jurídicos por buffet.

## PROYECCIÓN DE LA OFERTA

**CUADRO No. 27**  
**ESTIMACIÓN DE LA OFERTA PARA LOS DIEZ AÑOS**  
**DE VIDA ÚTIL DEL PROYECTO**

AÑOS	TASA DE CRECIMIENTO DE OFERTA 8,9%
0	1.053
1	1.147
2	1.249
3	1.360
4	1.481
5	1.613
6	1.756
7	1.913
8	2.083
9	2.268
10	2.470

**ELABORACIÓN:** La Autora

## BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA

Llámesese con el término balance de oferta y demanda a la diferencia entre estas la misma que permite conocer la relación existente, y se caracteriza porque cuando la diferencia es a favor de la demanda, viene a constituir la DEMANDA INSATISFECHA, con respecto al servicio.

Matemáticamente se realiza un balance entre oferta y demanda, por lo cual se toma como base la cantidad ofertada por los comerciantes y la cantidad demandada establecida en la proyección de la demanda, datos obtenidos a través de las encuestas y entrevistas aplicadas en el presente estudio.

Para realizar el análisis, se ha tomado en cuenta los datos de la demanda efectiva y los de la oferta para obtener la demanda insatisfecha, la cual es producto de la resta de los dos indicadores mencionados.

**CUADRO No. 28**

**DEMANDA INSATISFECHA DEL PROYECTO**

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA TOTAL EFECTIVA</b>	<b>OFERTA TOTAL</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
0	96.054	1.053	95.001
1	98.598	1.147	97.451
2	101.211	1.249	99.962
3	103.893	1.360	102.533
4	106.644	1.481	105.163
5	109.470	1.613	107.857
6	112.371	1.756	110.615
7	115.347	1.913	113.434
8	118.404	2.083	116.321
9	121.542	2.268	119.274
10	124.764	2.470	122.294

**Fuente:** Cuadros Nro. 25 y 27.

**ELABORACIÓN:** La Autora

## **PLAN DE COMERCIALIZACIÓN**

En la etapa de comercialización el empresario se encamina a satisfacer y ofrecer por medio de esta nueva propuesta un servicio que cubra todas las expectativas del cliente. Es posible efectuar este plan gracias a la investigación de mercado, que permitió detectar los gustos y preferencias a fin de satisfacerlas. El plan de comercialización para entregar este servicio a la colectividad está encaminado a dirigir todo el esfuerzo hacia el factor más importante como lo son: cubrir y satisfacer los requerimientos de los clientes, enmarcados dentro de los visitantes nacionales y extranjeros.

La capacidad para competir con esta nueva propuesta empresarial solo se podrá reflejar de dos maneras:

- a) Contar con personal capacitado con título profesional de Abogado, obtenido en una Universidad.
- b) Bosquejar al mercado una nueva oferta.

### **ESTRATEGIAS:**

La etapa de introducción del servicio empleará las siguientes estrategias:

#### **Estrategias de Difusión.**

El canal principal será utilizar el ofrecimiento del servicio a fin de hacer conocer a la colectividad para penetrar en el mercado es necesario estabilizar la oferta tanto en servicio como en seriedad mismos que son determinantes para conquistar clientes.

#### **Estrategias de Comercialización.**

Las estrategias siguientes serán utilizadas para la comercialización:

- a. Conocer las fortalezas y debilidades de la competencia y ofrecer un servicio de mayor eficiencia y calidad.

- b. Hacer conocer a la colectividad las bondades del servicio empleando los medios de comunicación y/o publicitarios que tengan mayor aceptación.

### **Estrategias de Precio.**

Este tipo de estrategia estará enmarcado por los diferentes agentes que afectan directamente al costo total del servicio de asesoría jurídica.

### **Estrategias de Comunicación.**

Básicamente el servicio a la ciudadanía será canalizado a través de tarjetas de presentación, radio, prensa escrita e internet; ya que es un factor muy destacado el mantener buenas relaciones públicas con las personas y organizaciones vinculadas con la actividad turística.

## **SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN**

Para analizar el sistema de comercialización se enmarcará dentro de los cuatro elementos para dicho propósito y son manejados por la administración empresarial.

## PRODUCTO Y/O SERVICIO

El servicio proyecto de la presente indagación, tiene por objeto satisfacer las exigencias y preferencias de los clientes. Consecuentemente el servicio del presente proyecto es ofrecer siempre amabilidad, responsabilidad, seriedad y confiabilidad para satisfacer las exigencias y gustos de los clientes. Con trato adecuado, proporcionando al mercado un servicio de elevada calidad para la obtención del servicio de asesoría jurídica que permita satisfacer los requerimientos de los clientes, teniendo como característica principal la cordialidad con los clientes. Además, es necesario contar con un logotipo para darse a conocer en el mercado lo que le permitirá identificarse

**CUADRO No. 29**  
**FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO**

DATOS	DESCRIPCIÓN
<b>SERVICIO:</b>	Asesoría jurídica prepago
<b>ORIGEN:</b>	Loja
<b>OFRECE:</b>	Asesoría integral en los siguientes aspectos: civil, penal, tributario, laboral, societario y de tránsito.
<b>ADMINISTRACIÓN:</b>	Gerente
<b>PERSONAL:</b>	Profesionales del derecho

**Presentación del Servicio.** - La empresa presenta un plan de servicios jurídicos prepagados, que se entiende como el acuerdo que realiza el cliente quien se afilia a un esquema mediante el cual paga en forma mensual o anual servicios legales que posiblemente vaya a requerir en el futuro.

Es un servicio con costos accesibles que garantice al cliente una herramienta que lo proteja de dudas y de posibles problemas legales que suelen presentarse en el su diario vivir o dentro de su empresa.

- **NOMBRE COMERCIAL:** LEX CÍA. LTDA.
- **ORIGEN:** LOJA
- **OBJETIVO:** Atender aspectos jurídicos, cumpliendo con los gustos y preferencias del cliente.
- **PROPUESTA:** Afiliación prepago jurídica.
- **COSTO:** .....

#### **GRAFICO No. 22**

#### **PRESENTACIÓN DEL SERVICIO**



**ELABORACIÓN:** La Autora

## **PRECIO**

Es necesario destacar que lo principal para el cliente es siempre conocer el precio de todo servicio, ya que este es muy representativo e influye en el usuario para definir la importancia en la calidad y mucho más cuando la información que se tiene es escasa. En la determinación del precio del servicio influye el porcentaje al costo de los medios utilizados de manera que permita cubrir los gastos incurridos y proporcionar una utilidad. Es necesario tener presente que el precio se toma de acuerdo a varios factores. Muy importante es tener presente el precio de la competencia, con la finalidad de encontrarse dentro de ese rango

Es así que el precio de la nueva empresa será módico al precio referencial fijado en el Consejo de la Judicatura del Ecuador, de acuerdo a la información proporcionada por esta entidad en el presente año, el precio se ubica de 200 en adelante dependiendo del juicio que se lleve. Es necesario realizar un monitoreo constante para determinar los márgenes y los costos de los agentes que intervienen en esta actividad.

## **PLAZA O DISTRIBUCIÓN**

El servicio que se ofrece en el presente proyecto es opcional mas no de primera necesidad, se caracteriza por estar al alcance de un grupo de personas, ya que hoy en la actualidad no se cuenta con la suficiente cantidad de ingresos como para poder realizar trámites jurídicos

El estudio de mercado demuestra que existe una demanda insatisfecha para cubrir este servicio, es así que LEX empleará como plaza principal la cabecera cantonal y las parroquias de la ciudad de Loja, considerando a los demandantes que requieren de este tipo de asistencia jurídica. La finalidad del servicio es ofertarlo en primera instancia a las personas de la ciudad de Loja, siendo estos los factores característicos para escoger la plaza dentro del presente estudio.

El canal que se empleará para ofrecer el servicio será básicamente:

### **BUFET DE SERVICIOS JURIDICOS- CLIENTE**

Se considera el presente canal de comercialización como el único ya que la empresa creada se apoyará en los clientes para ofrecer a los usuarios el servicio directamente con estos.

Todos los esfuerzos financieros y comerciales serán concentrados sobre primera instancia, en este canal y con el pasar del tiempo se optará por convenir con otras oficinas turísticas y/o agencia a fin de acaparar usuarios con la lógica ambición de adentrarse rápidamente con una parte muy significativa del mercado, lo que constituye un factor clave en el camino emprendido hacia el éxito.

### **PUBLICIDAD**

El tipo de publicidad que se empleará para difundir el servicio será por los medios existentes en este tales como de efecto visual, audiovisual o hablado

que es receptado por cierto público, con el propósito de anunciarle e incentivarle a participar y actuar convenientemente. Con la aplicación de las encuestas se pudo determinar que la radio y la televisión son los medios publicitarios con mayor cobertura local sobre todo en el horario de la mañana y tarde, por lo tanto, utilizaré estos medios publicitarios para promocionar el servicio.

Dando a conocer las propuestas a efectuarse destacando las características primordiales del servicio.

Además, se tendrá el apoyo de los medios de internet, con la finalidad de ofrecer los servicios y también se distribuirán trípticos publicitando los servicios que presta el buffet jurídico.

## **ESTUDIO TÉCNICO**

El objetivo primordial de este estudio es el análisis de la parte técnica del proyecto, cuya importancia radica en plantear las estrategias en el proceso productivo del servicio que optimice los recursos disponibles para brindar el servicio deseado.

Los aspectos que involucran el estudio técnico del proyecto, deben confirmar la factibilidad logística, especificando el trayecto o ruta a escoger, la localización de las instalaciones u oficina y la ingeniería del proyecto, para posteriormente dar paso al estudio financiero del proyecto. Dentro del estudio técnico deberán determinarse los requerimientos de mano de obra, bienes muebles e inmuebles.

## **TAMAÑO DEL PROYECTO**

El tamaño del proyecto se encuentra vinculado con el establecimiento, la capacidad de usuarios y está en función de la demanda del mercado, la tecnología necesaria para conseguir la marcha del proyecto, permite determinar la capacidad instalada, la que se mide en el número de turistas que se pueda atender durante el año. Para conseguir establecer el tamaño del proyecto, es necesario tener en cuenta la relación que tiene con el estudio de mercado, por lo que se utilizan los resultados obtenidos en el análisis de la oferta y demanda de turistas.

Los resultados producidos por el estudio de mercado determinan la demanda de turistas existente con un porcentaje aceptable, pero esto no condiciona a precisar el tamaño del conjunto de factores que intervienen en el proyecto, se debe utilizar la prudencia para determinar el tamaño del proyecto y evitar la inoperancia del mismo. En el proceso de ofrecimiento del servicio los indicadores predominantes, el factor humano y de transporte los que juegan un papel primordial en el desarrollo del servicio.

## **CAPACIDAD INSTALADA**

La capacidad instalada está condicionada por el rendimiento máximo de personas en un período de tiempo; además se encuentra vinculado directamente con la demanda a cubrir durante el periodo de vida útil de la empresa y la tecnología que se empleará.

En el presente estudio la capacidad instalada del proyecto se empleará será entre abogados y administrativos; es decir, en función de la mano de obra que se va a utilizar.

Por tanto, se utilizarán 6 profesionales del derecho que, realizando un trabajo en jornada de 8 horas diarias, da un valor de 48 servicios jurídicos diarios, esto se lo multiplica por los 260 días que tiene el año sin contar sábados ni domingos, da un total de 12.480 servicios jurídicos que tiene el año con lo cual se cumplirá la capacidad instalada antes mencionada.

El proceso del servicio se rige principalmente por el agente más importante que en el presente proyecto es la mano de obra; misma que está representada por los profesionales del derecho que juegan este papel.

### **CUADRO No. 30**

#### **CAPACIDAD INSTALADA**

<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>	<b>CAPACIDAD INSTALADA</b>	<b>% ATENCIÓN</b>
95.001	12.480	13.13%

**ELABORACIÓN:** La Autora

En concordancia con los cálculos efectuados se estima que se podrá recibir a un 13.13% de la demanda insatisfecha. La base para calcular la capacidad instalada se describe a continuación en los siguientes ítems:

- Básicamente se inicia con el estudio con el análisis del caso presentado, para lo cual se recurrirá a cada uno de los especialistas que llevarán el mismo.

- Se necesita la mano de obra directa de 6 profesionales del Derecho, a fin de que se encarguen de llevar los casos de acuerdo a su naturaleza; cada profesional llevará un total de 10 casos diarios, lo que da un total de 60 casos en el día, que al multiplicarlo por 5 días que tiene la semana tenemos 300 casos, los cuales serán multiplicados por 4 semanas que tiene el mes, teniendo un total de 1.200 casos mensuales, multiplicados por 12 meses que tiene el año, tenemos 14.400 servicios anuales.
- Con este antecedente, se evidencia con claridad de que se llevarán al año 12.480 servicios los que serán cancelados en forma prepago, a un precio módico tipo seguro a fin de fidelizar a las personas a este servicio.
- En la elaboración del proyecto cronológicamente se bosqueja la utilización de los tiempos y personas involucradas en el proceso.

## **CAPACIDAD UTILIZADA**

Como su nombre lo dice se caracteriza por ser la que está determinada por el nivel de demanda que se desea atender en un determinado período. El nivel de utilización radica en el porcentaje de uso efectivo de la capacidad instalada. Es decir que se halla estrechamente ligada a esta y se calcula utilizando ciertos factores condicionantes, como los días que se van a trabajar en el año, el mantenimiento de los equipos, daños eventuales, contratación de transporte, entre otros.

Analizando estos factores no se puede iniciar las actividades al ciento por ciento de la capacidad instalada, y es preferible utilizar un porcentaje de la capacidad instalada para cada año de vida útil de la nueva unidad, contando

con periodos de tiempo que permitan enmendar inconvenientes que se vayan presentando en el desarrollo del primer año de vida útil del proyecto, para posteriormente ir adaptando nuevos mecanismos y aprender de los errores para tener una mejor planificación en los años subsiguientes.

Con los estudios efectuados se puede determinar una diferencia muy marcada entre la oferta y la demanda, la misma que se constituye como muy aceptables para la factibilidad de la nueva empresa por la demanda insatisfecha existente. Tomando en cuenta estos antecedentes la capacidad utilizada iniciara con el 80% de la capacidad instalada; incrementándose paulatinamente hasta llegar a utilizar el 95% de la misma durante los 10 años de vida del proyecto, por lo tanto el primer año atenderá 11.520 servicios.

**CUADRO No.31  
CAPACIDAD UTILIZADA**

<b>AÑO</b>	<b>CAPACIDAD INSTALADA</b>	<b>CAPACIDAD UTILIZADA</b>	<b>PORCENTAJE CAPACIDAD UTILIZADA</b>
1	12.480	92%	11.520
2	12.480	92%	11.520
3	12.480	92%	11.520
4	12.480	95%	11.856
5	12.480	95%	11.856
6	12.480	95%	11.856
7	12.480	95%	11.856
8	12.480	95%	11.856
9	12.480	95%	11.856
10	12.480	95%	11.856

**ELABORACIÓN:** La Autora

## **LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

La localización es el término que se emplea para indicar el lugar o espacio físico-geográfico, en donde se desarrollarán las actividades de la empresa, establece uno de los aspectos más destacados del proyecto este puede determinar el éxito o fracaso de la empresa, en tal virtud la decisión de elegir el lugar en donde abrir la oficina se inclina a cierto factor condicional como lo es el socio-económico; además de las maniobras empresariales y tecnológicas; lo que conlleva a elaborar un estudio para determinar el lugar más adecuado para la instalación de la nueva empresa.

Un aspecto que se debe tener presente al momento de determinar el sitio más idóneo es realizar un estudio previo de una serie de alternativas y elegir al que reúna las mejores condiciones para el efecto. Entre los parámetros a ser analizados debe tenerse como alternativas de localización: las situaciones geográficas, de mercados y mano de obra, disponibilidad de servicios básicos, centralización comercial, entre otros.

En la determinación de la localización intervienen dos aspectos muy influyentes como lo son la Micro y la Macro localización que detallan de manera precisa la localización geográfica del lugar de implementación de la nueva unidad de servicio colectivo, los mismos que se indican a continuación:

## **MACROLOCALIZACIÓN**

Este aspecto como la palabra lo dice analiza la ubicación del proyecto frente a un mercado de posible incidencia tanto a nivel regional, nacional e internacional; con la finalidad de reducir los costos se recurre a la ayuda del mapa para definir la zona, región, provincia o área geográfica en la que se colocará la oficina para el desarrollo de la nueva unidad de servicio jurídico prepago.

Entre los agentes que se involucran para analizarla macro localización de la empresa se tiene:

- Servicios Básicos como alcantarillado, agua potable, energía eléctrica, etc.; además de buena infraestructura.
- Ingreso de personas y vehículos asequibles.
- Personal capacitado tanto en cantidad como en calidad.
- Disponibilidad de lugares de alojamiento.

Estudiando los factores anteriores se deduce que la macro localización del proyecto es la provincia de Loja. Se escogió esta zona porque cuenta con un acceso propicio y lugares estratégicos para el desarrollo de esta actividad.

## GRAFICO No. 24 MACROLOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA



**FUENTE:** Ilustre Municipalidad de Loja.  
**ELABORACIÓN:** La Autora

## MICROLOCALIZACIÓN

A diferencia de la anterior, la micro localización muestra el lugar exacto en el que se encontrará ubicada la empresa; en el presente estudio la localización será dentro del mercado local. Para la determinación de la micro localización se tomó en consideración aspectos puntuales, como el acceso vehicular y peatonal, alumbrado público, agua, canalizaciones en buen estado, etc.

Por tratarse de la actividad de servicios de buffet, el presente proyecto se ubica dentro del perímetro urbano de la ciudad de Loja, exactamente en la Avenida Orillas del Zamora y Calle Hermano Miguel.

El lugar seleccionado se complementa con el entorno de las instituciones y bancos que se encuentran en el sector y por ende es apto para la ubicación del proyecto.

### CUADRO Nº 32

#### Factores de micro localización

Alternativa.	Altern.1		Altern.2		Altern.3	
	Zona central		Zona Norte		Zona Sur	
	Calificación	Total	Calificación	Total	Calificación	Total
Mano de Obra	8	1,2	8	1,2	5	0,75
Transporte	10	2,1	7	1,47	5	1,05
Cercania Comercio	7	1,05	4	0,6	5	0,75
Servicios Basicos	9	1,35	7	1,05	7	1,05
TOTAL	54	7,71	42	6,33	35	5,22

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaboración:** La Autora

Según los criterios expuestos. Se selecciona la alternativa 1 que corresponde a la Zona Central, para ubicar la empresa por cuanto contiene el mejor puntaje respecto a las otras alternativas de selección, que sería en La Av. Orillas del Zamora y Calle Hermano Miguel.

## GRAFICO No. 25 MICROLOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA



FUENTE: Google Maps.  
ELABORACIÓN: La Autora

### FACTORES DE LOCALIZACIÓN

Los factores que determinan la localización, constituyen todos los aspectos que permitirán que el proyecto de implementación de la nueva empresa, funcione con total normalidad, siendo los más preponderantes los siguientes:

- **Disponibilidad de mano de obra**, con la instalación de esta nueva unidad de servicio se genera trabajo; de mano de obra calificada, que existe en esta ciudad donde existe exceso de mano de obra desocupada, disponible para atender los requerimientos de las dos opciones de estas fuerzas laborales.
- **Disponibilidad de transporte**, considerado unos de los elementos importantes en el desarrollo de este tipo de actividad, y por esta razón

están al alcance de los clientes ubicados en la cercanía de la oficina de la empresa.

- **Cercanía al Comercio**, se relaciona con las distancias de la oficina desde y hacia los negocios afines a la actividad considerando que entre menor distancia, mayor ahorro de tiempo y dinero, como el presente proyecto está destinado fundamentalmente a ofrecer servicios de buffet de abogados se servicios prepagados reúne las condiciones necesarias para ubicar en este punto la oficina.
- **Disponibilidad Servicios Básicos**, se debe tomar muy en cuenta este factor que permite efectuar eficientemente la ejecución del proyecto, ya que son indispensables en todo tipo de actividad a desarrollar; entre los servicios tenemos: agua, energía eléctrica, alcantarillado, a más de redes telefónicas e inclusive internet.

## **DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO**

**Objetivo.-** Satisfacer al cliente sus gustos y preferencias, enfocarse en lo que los usuarios desean conocer y hacer, sin descuidar los aspectos básicos del servicio como lo son respeto, seriedad, responsabilidad, comunicación entre otros, además que los clientes tengan un servicio jurídico las 24 horas al día por medio del cual ellos se comuniquen a servicio al cliente cuando requieren de estos sin preocuparse del pago total del servicio prestado ya que el mismo lo realizaría en forma mensual.

## **PASOS A SEGUIR EN EL DESEMPEÑO DEL SERVICIO DE BUFFET DE ABOGADOS**

Los pasos a realizarse dentro del ofrecimiento del servicios jurídicos prepagados por parte de la empresa se enmarcan en los que a continuación se detallan:

### **1. Recibimiento de cliente.**

Se lo recibe al cliente quien se acerca a las oficinas de la empresa o se comunica vía telefónica para obtener consultoría jurídica.

### **2. Análisis de lo solicitado a realizar.**

El cliente, dependiendo de las necesidades que tenga se entrevista con unos de los abogados (especializado en esa rama) de la empresa y proceden a realizar la respectiva consulta de su caso.

### **3. Pago de servicio.**

Se procede luego de analizado el asunto jurídico a quedar de acuerdo con el pago respectivo de dicho trabajo jurídico a realizarse por parte de la empresa.

### **4. Presentación de resultados.**

Luego de este proceso se presentan los resultados por los cuales se van a trabajar con el cliente.

### **5. Desarrollo de resultados.**

En este paso se abordan todos los requerimientos jurídicos que lleva el caso en particular del cliente y el abogado le indica los resultados obtenidos en el caso del cliente.

## 6. Finalización de la consultoría jurídica.

Se finalizar la consulta jurídica con los resultados obtenidos en la prestación del servicio jurídico por parte de la empresa.

**GRÁFICO N° 26**  
**DIAGRAMA DEL SERVICIO DE BUFFET**

1.	Recibimiento de cliente. (5 min.) ↓	
2.	Análisis de lo solicitado a realizar (15 min.) ↓	 
3.	Pago de servicio (5 min.) ↓	
4.	Presentación de resultados (30 min.) ↓	
5.	Desarrollo de resultados (10 min.) ↓	 
6.	Finalización de la consultoría jurídica. (10 min.)	
Tiempo		<b>75 min</b>

El tiempo de la prestación estimada del servicio jurídico será de 75 minutos o sea 1 hora con 15 minutos aproximadamente.

## DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES

La distribución física de la infraestructura del proyecto es una dependencia con dos oficinas, una sala de recepción, asistencia al cliente y un baño. Las oficinas estratégicamente diseñadas para promover la eficiencia de la operación del proyecto a largo plazo. Una buena distribución de instalaciones físicas tiene como propósito satisfacer al cliente de la mejor manera.

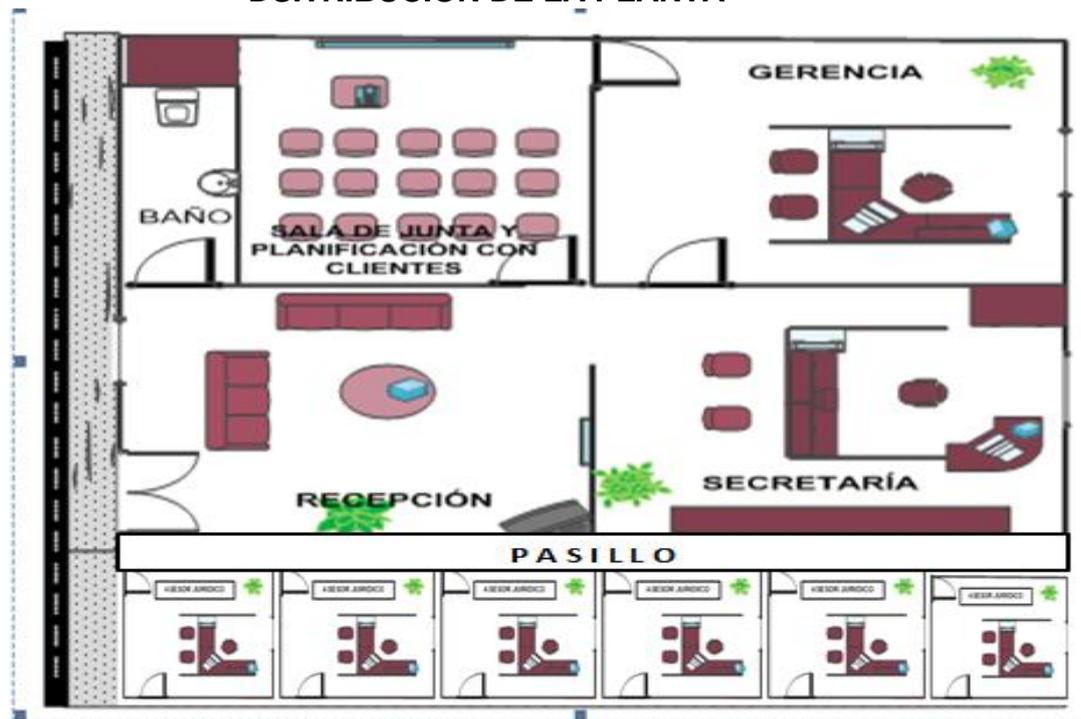
**Área Administrativa.** - El área administrativa cuenta una oficina y espacio para Juntas.

**Área de Secretaría.** - Una oficina propicia para recibir e informar de los servicios de la consultoría jurídica.

**Áreas de Recepción.** - Es la que permitirá el que los clientes esperen mientras se dialoga con los abogados.

**Área de Parqueo.** - Está designada para el parqueamiento de vehículos única y exclusivamente de los clientes y de los administrativos de la empresa.

**GRAFICO No. 27  
DISTRIBUCION DE LA PLANTA**



## REQUERIMIENTOS TÉCNICOS

**Materiales y Suministros.** - En el proceso para la prestación del servicio, intervienen suministros y materiales que son recursos directos e indirectos los

mismos que se requieren para ofrecer un buen servicio, en este proyecto se encuentran básicamente materiales de oficina, a los que se agrega otros insumos y servicios como energía eléctrica, agua, teléfono, entre otros.

La cantidad y el valor de estos materiales, suministros, servicios e insumos son calculados de acuerdo al volumen de producción, situación que se está detallando al referirse al costo de producción.

**Mano de Obra.** - Los recursos humanos acorde para obtener el producto terminado son: mano de obra directa de 6 abogados que se encargarán del recibimiento y asesoramiento de los clientes.

### **Vehículo**

- 1 Auto, CHEVROLET AVEO 2015

### **Equipo de Cómputo**

- 2 Computadoras
- 1 Impresora
- 1 UPS acumulador de energía
- 1 Infocus con pantalla

### **Muebles y Enseres de Administración**

- 8 Escritorios de 1800mm x 1500mm x 800mm
- 8 Sillas giratorias

- 8 Archivadores aéreos
- 8 Papeleras
- 4 muebles para sala de espera
- 1 Mesa para salón de Juntas
- 1 Dispensador de agua

### **Equipos de Oficina**

- 2 Calculadoras Casio
- 2 Teléfono para escritorio
- 2 Perforadora
- 2 Grapadora
- 4 Teléfonos-Intercomunicadores celulares de última tecnología
- 1 Refrigeradora de 14 pies
- 1 Televisor (LCD)/
- 1 DVD

### **Talento Humano del Área de Guías**

- Guías

## **Talento Humano del Área de Ventas**

- 1 Vendedor

## **Talento Humano de Administración**

- 1 Administrador
- 1 Secretaria/Contadora
- 6 Abogado (solo cuando se le necesite)
- 1 Chofer

Como se puede observar, se ha realizado la descripción de los componentes más relevantes del estudio técnico.

## **ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

Se caracteriza porque en él se efectúa una descripción de la parte organizacional y legal que se requiere para la ejecución y funcionamiento de la microempresa en forma efectiva, y poder lograr a cumplir los objetivos propuestos; en el Estudio Administrativo el componente principal radica en el componente humano como base principal, sabiendo que este es el que va a coordinar y controlar los recursos materiales y los procesos administrativos de la empresa, por consiguiente se requiere contar con personal capacitado para manejar los mecanismos de funcionamiento administrativo y organizativo de la empresa.

## **PRINCIPIOS ORGANIZATIVOS**

Dentro de los principios de la organización que se consideran para el presente proyecto, se tiene:

1. Implantar subdivisiones razonadas en el área de trabajo. Las cuales se grafican en los organigramas estructurales y funcionales.
2. En todos los niveles que intervienen se realiza un detalle de las tareas a ser ejecutadas por cada responsable del mismo con la finalidad delegar apropiadamente las funciones de mejor manera a cada miembro.

## **ORGANIZACIÓN LEGAL**

Al efectuar un ligero análisis desde el punto de vista legal una persona natural puede constituirse en persona jurídica, con aptitud para ser titular de derechos y obligaciones sobre un ente jurídico.

De acuerdo a lo que demanda, la Constitución de la República y la Ley de Compañías, en afinidad con las demás leyes que regulan las actividades empresariales en el Ecuador, la empresa para proyecto del presente estudio se enmarca como Empresa de Responsabilidad Limitada, la misma que debe cumplir con todas las disposiciones legales para la constitución, organización y funcionamiento de este tipo de compañía.

Siguiendo las disposiciones de las diferentes Leyes y Normas Ecuatorianas, los pasos a cumplir para la creación de la empresa, en este caso son:

**EMPRESA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA** cuya razón social es “**LEX CIA LTDA.**”

## **ORGANIZACIÓN LEGAL**

Una empresa constituida dentro del marco legal vigente debe contar con los siguientes documentos:

1. Minuta de constitución de la empresa autorizado por un abogado colegiado;
2. Escritura pública registrada ante notario;
3. Inscripción en el Registro Mercantil de la ciudad Loja;
4. Registro Único de Contribuyentes (RUC) a nombre de la empresa;
5. Registro Unificado de la empresa correspondiente
6. Autorización para la emisión de facturas.

## REQUISITOS

Generalmente para lograr la constitución de la empresa los requisitos son los siguientes:

1. Para empresa de RL, tres fotocopias del nombramiento del gerente-propietario de la empresa;
2. Una fotocopia de cédula de identidad y de certificado de votación vigente;
3. Indicar el monto del aporte del capital en efectivo, después de obtener la Minuta de Constitución, se hace el depósito en un banco a nombre de la empresa; luego se presenta el certificado de depósito respectivo.
4. Se debe indicar el nombre que se le quiere asignar a la empresa (LEX CIA. LTDA.), verificando previamente en los registros públicos que no exista otra institución con el mismo nombre.
5. El domicilio de la empresa será en la ciudad de Loja, Avenida Orillas del Zamora y Hermano Miguel.
6. Las actividades que desarrollará la empresa son las de prestación de servicios jurídicos de buffet de abogados en todas las áreas del derecho;
7. La minuta debe estar firmada y sellada por el gerente-propietario y autoridad competente;
8. La autorización del abogado (firma, sello y N° de colegiatura).

9. Acreditar la búsqueda del nombre en los registros públicos, de tal manera que no se tome el nombre de una empresa preexistente.

## **MINUTA.**

SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase Insertar una de constitución de compañía de responsabilidad limitada, al tenor de las cláusulas siguientes:

PRIMERA. - COMPARECIENTES. - Intervienen en el otorgamiento de esta escritura los señores Laura Mogrovejo, Jorge Mogrovejo y Marcelo Mogrovejo de nacionalidad ecuatoriana y domicilios de las personas naturales o jurídicas que, en el número mínimo de 3 y máximo de 15, vayan a ser socios de la compañía. Si una o más de ellas son personas naturales se hará constar además el estado civil de cada uno. La comparecencia puede ser por derecho propio o por intermedio de representante legal o de mandatario).

SEGUNDA. - DECLARACIÓN DE VOLUNTAD. - Los comparecientes declaran que constituyen, como en efecto lo hacen, una compañía de responsabilidad limitada, que se someterá a las disposiciones de la Ley de Compañías, del Código de Comercio, a los convenios de las partes y a las normas del Código Civil.

TERCERA. - ESTATUTO DE LA COMPAÑÍA. -

## **Título I**

### **Del nombre, domicilio, objeto y plazo.**

Artículo 1°.- Nombre.- El nombre de la compañía que se constituye es: “**LEX CIA. LTDA.**”

Artículo 2°.- Domicilio.- El domicilio principal de la compañía es la ciudad de Loja en la Provincia de Loja, Republica del Ecuador. Podrá establecer agencias, sucursales o establecimientos en uno o más lugares dentro del territorio nacional o en el exterior, sujetándose a las disposiciones legales correspondientes.

Artículo 3°.- Objeto.- El objeto de la compañía consiste en: Venta de plan de servicios jurídicos prepagados, que se entiende como el acuerdo que realiza el cliente quien se afilia a un esquema mediante el cual paga en forma mensual o anual servicios legales que posiblemente vaya a requerir en el futuro. (Se estará a lo dispuesto en el numeral 3° del artículo 137 de la Ley de Compañías.) En cumplimiento de su objeto, la compañía podrá celebrar todos los actos y contratos permitidos por la ley.

Artículo 4°.- Plazo.- El plazo de duración de la compañía es de 10 años contados desde la fecha de inscripción de esta escritura.

## **Título II**

### **Del Capital**

Artículo 5°.- Capital y participaciones.- El capital suscrito es de USD 12.000,00 dividido en dos mil cuatrocientas participaciones sociales de USD 5,00 de valor nominal cada una.

## **Título III**

### **Del gobierno y de la administración**

Artículo 6°.- Norma general.- El gobierno de la compañía corresponde a la Junta general de socios, y su administración al Gerente y al Presidente. La representación legal, judicial y extrajudicial corresponderá al Gerente. En caso de falta temporal o definitiva, le subrogará el Presidente hasta que la Junta General nombre al titular.

Artículo 7°.- Convocatorias.- La convocatoria a junta general efectuará el Gerente de la compañía, mediante nota dirigida a la Dirección registrada por cada socio en ella, con ocho días de anticipación, por lo menos, respecto de aquél en el que se celebre la reunión. En tales ocho días no se contarán ni el de la convocatoria ni el de realización de la Junta (optativo publicar por la prensa).

Artículo 8°.- De la Junta Universal, de las facultades de la Junta, del quórum de instalación y del quórum de decisión.- Se estará a lo dispuesto en la Ley de Compañías.

Artículo 9°.- El Presidente y el Gerente ejercerán todas las atribuciones previstas para los administradores en la Ley de Compañías.

#### **Título IV**

#### **Disolución y liquidación**

Artículo 10°.- Norma general.- La compañía se disolverá y se liquidará conforme se establece en la Sección XII de la Ley de Compañías.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA. - Los contratantes acuerdan autorizar al Doctor Marcelo Mogrovejo para que a su nombre solicite al Superintendente o a su delegado la aprobación del contrato contenido en la presente escritura, e impulse posteriormente el trámite respectivo hasta la inscripción de este instrumento.

En todo lo no estipulado en este estatuto, se estará a lo dispuesto en la Ley de Compañías y demás leyes afines.

En caso de controversia, las partes podrán someterse a la Ley de Mediación.

Usted, Señor Notario, se dignará añadir las correspondientes cláusulas de estilo.

Ing. Jorge Mogrovejo

Dr. Marcelo Mogrovejo

Dra. Laura Mogrovejo

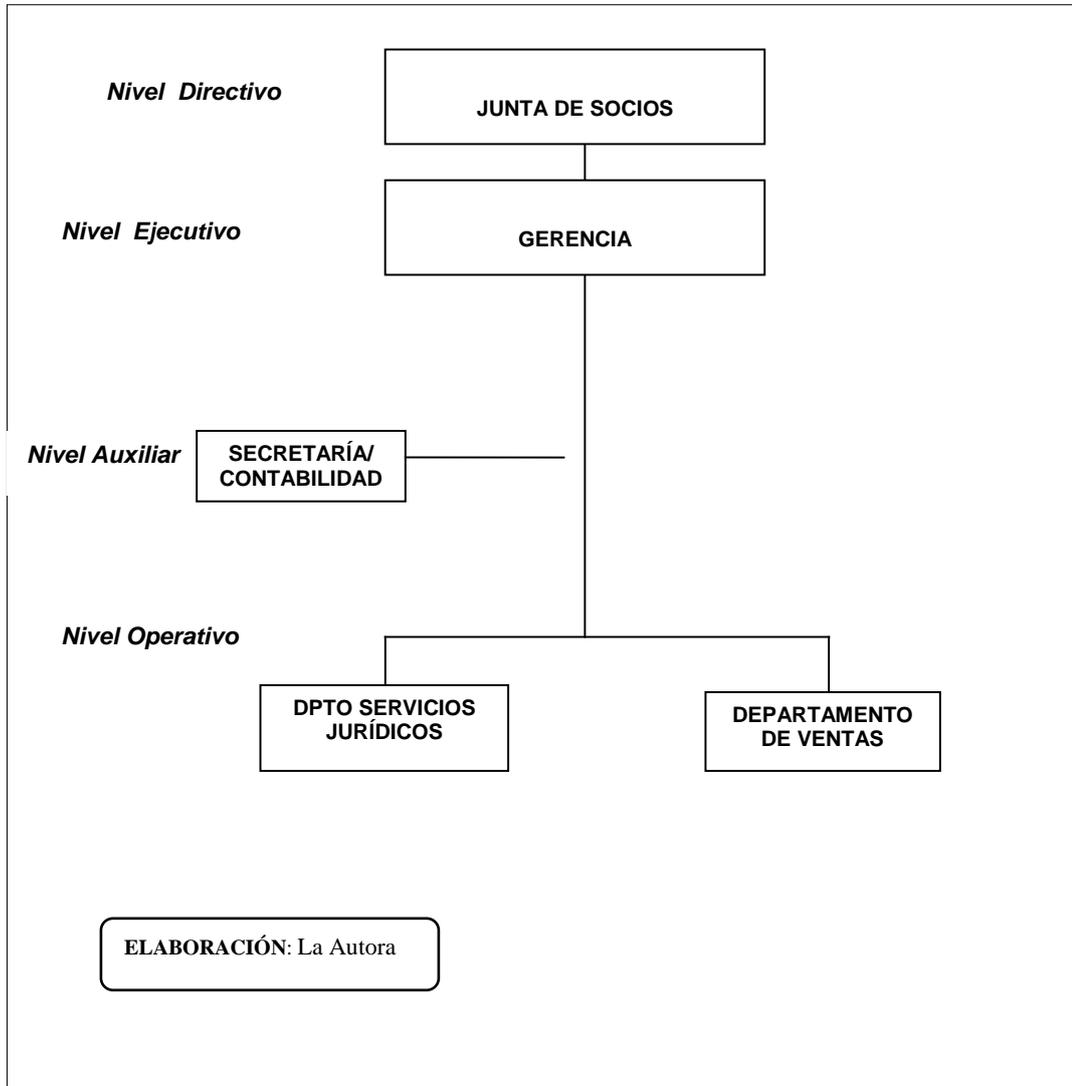
## **ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA**

Es la que se encarga de la estructura organizativa interna, conformada por los organigramas estructurales, funcionales y de posición. Se fundamenta en la distribución del trabajo y delegación de funciones, los mismos que a continuación se presenta.

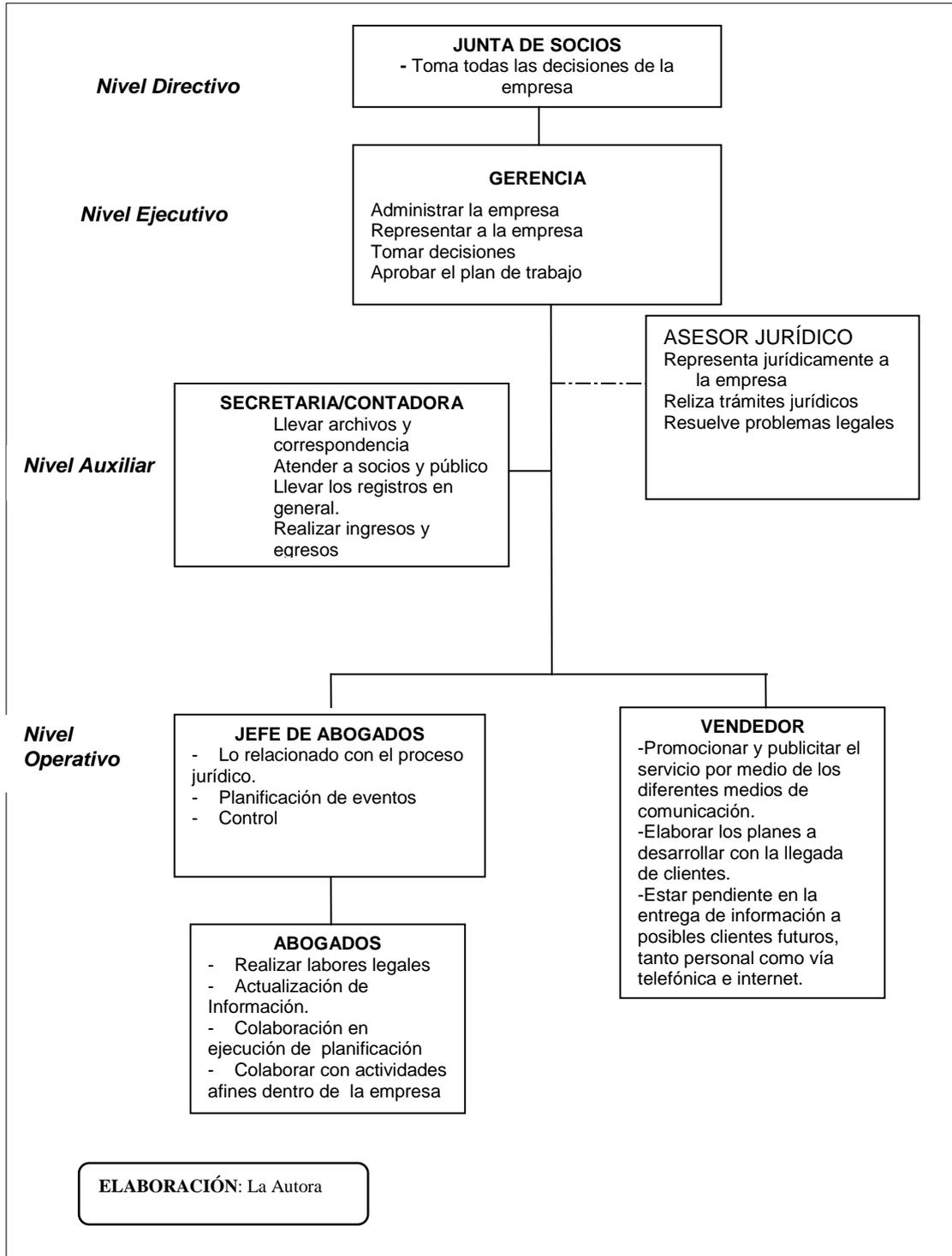
- Solicitud de aprobación dirigida a la Superintendencia de Compañías.
- Aprobación de la Superintendencia de Compañías mediante resolución.
- Publicación del extracto de la Escritura Pública en un periódico de mayor circulación.
- Obtención de la Patente Municipal.
- Inscripción en el Registro Mercantil de la Escritura de Constitución.
- Obtención del Registro Único de Contribuyentes. (RUC)
- Autorización de la Superintendencia de Compañías para retirar los fondos de la “Cuenta de Integración del Capital”.

**GRAFICO No. 28**

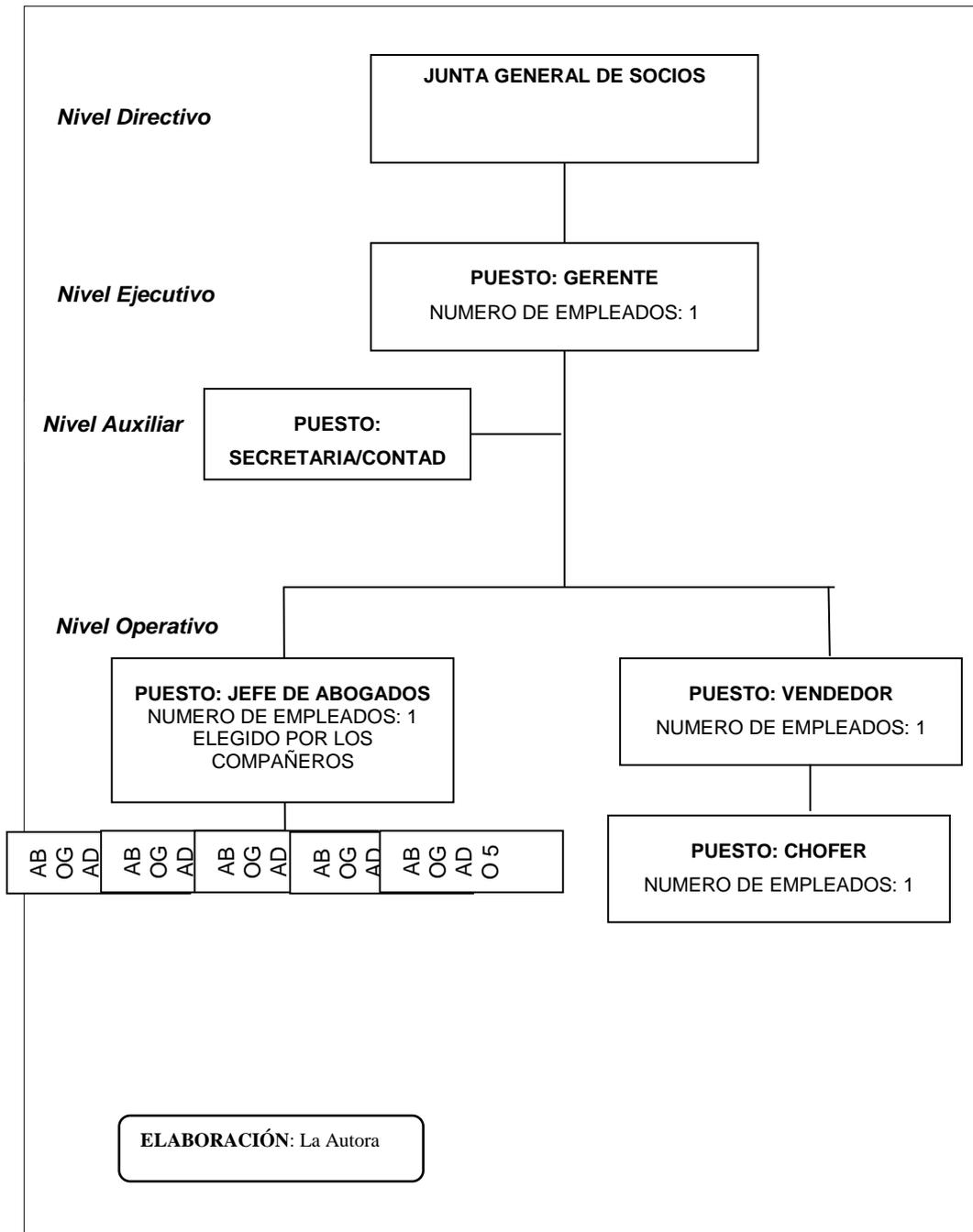
**ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL “LEX CIA. LTDA.”**



**GRAFICO No. 29**  
**ORGANIGRAMA FUNCIONAL “LEX CIA. LTDA.”**



**GRAFICO No. 30**  
**ORGANIGRAMA FUNCIONAL "LEX CIA. LTDA."**



## **MANUAL DE FUNCIONES**

Se conoce como manual de funciones, al conjunto de todos los perfiles de los puestos existentes en la empresa, detallando por escrito la organización formal a través de la descripción de los objetivos, autoridad y responsabilidad de los distintos puestos de trabajo que componen su estructura. Además, debe contener una información clara sobre los siguientes aspectos:

- Relación de dependencia (Ubicación interna)
- Dependencia Jerárquica. (Relaciones de autoridad)
- Naturaleza del trabajo
- Tareas principales, tareas secundarias.
- Responsabilidades
- Requerimientos para el puesto

Esta información permitirá al futuro empleado cumplir en forma apropiada su trabajo. A continuación, se presenta la descripción y especificación de los puestos creados para el funcionamiento adecuado de la empresa.

**Título del Puesto:** GERENTE  
**Nivel Jerárquico:** EJECUTIVO  
**Código:** 01

**NATURALEZA DEL TRABAJO:**

- Planificación, organización, ejecución y control de las actividades generales de la empresa.

**FUNCIONES:**

- Cumplir con las disposiciones y atribuciones que le otorgue la Ley de Compañías.
- Presentar informes en las Superintendencia de compañías.
- Representar legal, judicial y extrajudicialmente a la empresa.
- Presidir las sesiones de trabajo.
- Diseñar y mantener procedimientos de compra de materia prima.
- Elaborar las adquisiciones de materiales
- Nombrar y contratar trabajadores cumpliendo con los requisitos.
- Organizar cursos de capacitación del Recurso Humano de toda la empresa.
- Analizar los informes remitidos por los guías y el contador.
- Preparar conjuntamente con el área contable los presupuestos para el ejercicio de cada período económico.
- Convocar a reuniones cuando lo estime conveniente.
- Ejecutar planes jurídicos
- Delegar funciones de manera adecuada.

**CARACTERÍSTICAS DE CLASE:**

- El puesto requiere de gran eficiencia, responsabilidad y discreción en el desarrollo de las funciones.
- Establecer buenas relaciones interpersonales con todo el personal de la empresa y público en general.
- Actuar con independencia, usando su criterio para la toma de decisiones y solución de problemas relacionados con su cargo.

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

- **Educación:** Título de Ingeniero Comercial.
- **Cursos:** Relaciones Humanas.

**Título del Puesto:** SECRETARIA/CONTADORA

**Nivel Jerárquico:** AUXILIAR

**Inmediato Superior:** GERENTE

**Código:** 02

**NATURALEZA DEL TRABAJO:**

- Manejar y tramitar documentos e información confidenciales de la empresa, Ejecutar operaciones contables y realizar el análisis financiero
- Realizar labores propias del contador y brindar asistencia a todas las actividades de los niveles administrativos.

**FUNCIONES:**

- Mantener buenas relaciones interpersonales, tanto internas como externas.
- Manejar datos e información confidencial de la empresa
- Llevar las actas de las reuniones de la Junta General Tramitar pedidos u órdenes del jefe
- Enviar y recibir correspondencia de la empresa.
- Mantener la información administrativa al día.
- Llevar y controlar la contabilidad.
- Elaborar los estados financieros de la empresa.
- Manejar adecuadamente los registros contables.
- Elaborar roles de pago.

**CARACTERÍSTICAS DE CLASE:**

- Responsabilidad técnica y económica en el manejo de los trámites administrativos y operaciones contables.
- Se caracteriza por tener autoridad funcional mas no de mando ya que auxilia en cualquier actividad que así lo requieran los departamentos que conforman la empresa.

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

- **Educación:** Título de contadora y/o secretaria contable.
- **Experiencia:** Experiencia mínima 2 años en cargos similares.
- **Cursos:** Relaciones Humanas, Informática, Contabilidad.

**Título del Puesto:** JEFE DE ABOGADOS  
**Nivel Jerárquico:** OPERATIVO  
**Inmediato Superior:** GERENTE  
**Código:** 05

**NATURALEZA DEL TRABAJO:**

- Organizar y realizar labores de los servicios jurídicos.

**FUNCIONES:**

- Cumplir con las disposiciones emanadas por los superiores.
- Recepción de clientes
- Mantener información correcta y oportuna de clientes de los servicios prestados.
- Vigilar el proceso planeado.
- Trabajar coordinadamente con todo el equipo.
- Representar a los compañeros ante el directivo.
- Contar con el asesoramiento previo de un abogado en la fase de la negociación de un contrato.
- Mediador para resolver un conflicto.
- Servir en multitud de ocasiones para evitar los gastos e inconvenientes de un juicio.
- Realizar informes y criterios jurídicos.

**CARACTERÍSTICAS DE CLASE:**

- El puesto requiere de gran responsabilidad, habilidad, destrezas y discreción en el desarrollo de sus funciones.
- Establecer buenas relaciones con el personal de la empresa y público en general.

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

- **Educación:** Abogado en libre ejercicio
- **Cursos:** Relaciones Humanas.

**Título del Puesto:** VENDEDOR  
**Nivel Jerárquico:** OPERATIVO  
**Inmediato Superior:** GERENTE  
**Código:** 06

**NATURALEZA DEL TRABAJO:**

- Organizar y realizar labores de venta de los servicios jurídicos prepago.

**FUNCIONES:**

- Cumplir con las disposiciones emanadas por los superiores.
- Promocionar y publicitar el servicio por medio de los diferentes medios de comunicación.
- Elaborar los planes a desarrollar con la llegada de clientes.
- Estar pendiente en la entrega de información a posibles clientes, tanto personal como vía telefónica e internet.
- Trabajar sistemáticamente con todo el equipo.
- Comunicar adecuadamente a los clientes la información que la empresa preparó para ellos acerca de los servicios que presta.
- Asesorar a los clientes acerca de cómo los servicios que ofrece pueden satisfacer sus necesidades y deseos y cómo utilizarlos apropiadamente para que tengan una óptima experiencia con ellos.
- Retroalimentar a la empresa informando a los canales adecuados (como el departamento de ventas y el de mercadotecnia) todo lo que sucede en el mercado, como inquietudes de los clientes sobre requerimientos, quejas, reclamos, agradecimientos, sugerencias, y otros de relevancia y actividades de la competencia.

**CARACTERÍSTICAS DE CLASE:**

- Se necesita de responsabilidad, experiencia, habilidades y discreción en el desarrollo de sus tareas.
- Fomentar las relaciones con los compañeros y la buena atención con el público en general.

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

- **Educación:** Licenciatura en administración y ventas.
- **Experiencia:** mínima 2 años en cargos similares
- **Cursos:** de Relaciones Humanas.

**Título del Puesto:** ABOGADO  
**Nivel Jerárquico:** OPERATIVO  
**Inmediato Superior:** GERENTE  
**Código:** 07

**NATURALEZA DEL TRABAJO:**

- Organizar y realizar labores de servicios jurídicos a sus clientes.

**FUNCIONES:**

- Cumplir con las disposiciones emanadas por los superiores.
- Recepción de clientes.
- Mantener información correcta y oportuna de usuarios y servicios prestados.
- Asesorar todo tipo de declaraciones y obligaciones fiscales (Impuesto de la Renta, I.V.A., Impuesto de Sociedades...). Recursos y reclamaciones contra los actos de las haciendas públicas.
- Redacción de testamentos, declaraciones de herederos sin testamento y particiones hereditarias, así como procedimientos judiciales en materia hereditaria.
- Redacción de capitulaciones relativas al régimen económico del matrimonio (separación de bienes, sociedad de gananciales...).
- Asesoramiento y gestión de derechos en materia de propiedad intelectual e industrial (marcas, patentes...).
- Defensa ante la imposición de sanciones y multas por parte de cualquier organismo público.
- Las demás que sean asignadas.

**CARACTERÍSTICAS DE CLASE:**

- El puesto requiere de gran responsabilidad, habilidad, destrezas y discreción en el desarrollo de sus funciones.
- Establecer buenas relaciones con el personal de la empresa y público en general.

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

- **Educación:** Abogado
- **Cursos:** Relaciones Humanas.

## **ESTUDIO FINANCIERO.**

El estudio financiero se es el que hace refiere a la perspectiva económica del proyecto, cuyo objetivo es establecer el costo total de la operación de la empresa, mediante la elaboración de cuadros analíticos y una serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación financiera, la que a su vez permitirá determinar su rentabilidad.

Además, tiene por objeto determinar contablemente, la dimensión de la inversión que se estableció en el Estudio Técnico, mismo que facilitará la integración con el control de los presupuestos, de ingresos y gastos, así como la determinación y las fuentes de financiamiento que se utilizarán durante la instalación y operación de la empresa.

## **INVERSIONES**

Los recursos propios de los inversionistas y los recursos de terceros (préstamos) constituyen las fuentes para financiar el proyecto. La estructura de inversiones del presente proyecto se ha desglosado en activos fijos, activos diferidos y capital de operación.

## **ACTIVOS FIJOS**

Entre los activos fijos que se utilizará para la operación normal del proyecto se tiene:

**Terreno.** Constituye el valor del lugar donde se ubicará la nueva empresa.

Mismo que se detalla a continuación:

**CUADRO No. 32**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD M.2</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Terreno	60	350,00	21.000,00
<b>Total</b>			<b>21.000,00</b>

**TERRENO**

**Edificio.** - Constituye el valor del edificio y adecuaciones e instalaciones en el terreno donde se ubicará la nueva empresa, de acuerdo al siguiente detalle:

**CUADRO No. 33**

**EDIFICIO**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD M.2</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Construcciones	50	450,00	22.500,00
<b>TOTAL</b>			<b>22.500,00</b>

**Vehículo.** - Es el requerimiento para el movimiento de un lugar a otro y conseguir los contactos necesarios para las planificaciones fuera de la ciudad y ocasionalmente para la administración, se adquirirá un vehículo, cuyas características son las siguientes:

**CUADRO No. 34**

**VEHÍCULO**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
1 Auto Chevrolet Aveo año 2015	1	16.000,00	16.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>16.000,00</b>

**Muebles y enseres.** - Se relaciona con muebles asignados a las diferentes dependencias con que cuenta la empresa. Se detalla en el siguiente cuadro:

**CUADRO No. 35**

**MUEBLES Y ENSERES**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Televisor led	1	1.300,00	1.300,00
Muebles para sala de espera	4	60,00	240,00
Archivadores aéreos	8	150,00	1.200,00
Sillas giratorias	8	35,00	280,00
Escritorios	8	140,00	1.120,00
Mesa para reuniones	1	250,00	250,00
Papeleras	8	10,00	80,00
Dispensador de agua	1	20,00	20,00
<b>TOTAL</b>			<b>4.490,00</b>

**Equipos de oficina.** - Constituye los diversos instrumentos a utilizarse en el área administrativa de la empresa. Se detalla en el cuadro siguiente:

**CUADRO No. 36**

**EQUIPOS DE OFICINA**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Sellos	8	12,00	96,00
Teléfono	8	24,50	196,00
Calculadora	1	15,00	15,00
Perforadora	1	4,00	4,00
Engrapadora	1	4,00	4,00
<b>TOTAL</b>			<b>315,00</b>

**Equipos de computación.** - Son lo que se utiliza para la parte administrativa, en la ejecución de trámites.

**CUADRO No. 37**

**EQUIPOS DE COMPUTACIÓN**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Impresora multifuncional	1	110,00	110,00
Computadora	8	780,00	6.240,00
Infocus con pantalla	1	1.100,00	1.100,00
UPS	8	12,00	96,00
<b>TOTAL</b>			<b>7.564,00</b>

**CUADRO No. 38**

**TOTAL DE ACTIVOS FIJOS**

<b>ACTIVO FIJO</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Terreno	21.000,00
Edificio	22.500,00
Vehículo	16.000,00
Muebles y enseres	4.490,00
Equipos de oficina	315,00
Equipos de computación	7.546,00
<b>TOTAL</b>	<b>71.851,00</b>

**ACTIVOS CIRCULANTES.**

**MANO DE OBRA DIRECTA.-** Son los pagos por el cumplimiento de las funciones del RRHH de operaciones, así tenemos:

**CUADRO No. 39****MANO DE OBRA DIRECTA**

<b>NÓMINA</b>	<b>SALARIO</b>	<b>10° TERCER SUELDO</b>	<b>10° CUARTO SUELDO</b>	<b>VACACIONES</b>	<b>IESS APORTE 11,15</b>	<b>IECE 0,5 %</b>	<b>SECAP 0,5 %</b>	<b>REMUN. MENSUAL UNIFIC.</b>	<b>REMUN. UNIFIC. ANUAL</b>
Profesionales del derecho (SEIS)	800,00	66,67	28,33	33,33	89,20	4,00	4,00	6153,20	73.838,40
<b>TOTAL</b>								<b>6.153,20</b>	<b>73.838,40</b>

**Suministros de producción.** - Las inversiones correspondientes a este rubro han sido cotizadas en el mercado local. Se detalla a continuación:

**CUADRO No. 40**

**SUMINISTROS DE PRODUCCIÓN**

<b>PRODUCTO</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>	<b>COSTO ANUAL</b>
Materiales de oficina	100,00	100,00	1.200,00
Copias	4,00	4,00	48,00
Tinta para impresora	10,00	10,00	120,00
Mantenimiento de computadores	5,00	5,00	60,00
Papel carbón	10,00	10,00	120,00
Tinta de sello	3,00	3,00	36,00
<b>TOTAL</b>		<b>132,00</b>	<b>1.584,00</b>

**GASTOS ADMINISTRATIVOS.**

**SUELDOS A EMPLEADOS.** - Son los pagos por el cumplimiento de las funciones del RRHH de operaciones, así tenemos:

**CUADRO No. 41**

**SUELDOS ADMINISTRATIVOS**

<b>NÓMINA</b>	<b>SALARIO</b>	<b>10° TERCER SUELDO (1/12)</b>	<b>10° CUARTO SUELDO (S. UNIF)</b>	<b>VACACIONES (1/24)</b>	<b>IESS APORTE 11,15</b>	<b>IECE 0,5 %</b>	<b>SECAP 0,5 %</b>	<b>REMUN. MENSUAL UNIFIC.</b>	<b>REMUN. UNIFIC. ANUAL</b>
Gerente	1.200,00	100,00	28,33	50,00	133,80	6,00	6,00	1524,13	18.289,60
Secretaria-contadora	400,00	33,33	28,33	16,67	44,60	2,00	2,00	526,93	6.323,20
<b>TOTAL</b>								<b>2.051,07</b>	<b>24.612,80</b>

**Materiales de Limpieza.** - Se escogió el siguiente rubro.

**CUADRO No. 42**

**MATERIALES DE LIMPIEZA**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
Materiales de limpieza	1	20,00	20,00	240,00
<b>Total Anual</b>			<b>20,00</b>	<b>240,00</b>

**SERVICIOS BÁSICOS.** - Constituyen los costos por pago de los servicios de agua y teléfono, así:

**CUADRO No. 43**

**SERVICIOS BÁSICOS**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
Luz	25,00	300,00
Agua	6,00	72,00
Internet	50,00	600,00
Teléfono	30,00	360,00
<b>TOTAL</b>	<b>111,00</b>	<b>1.332,00</b>

**GASTOS DE VENTAS.-** Son los pagos por el cumplimiento de las actividades específicas de ventas, así tenemos:

**CUADRO No. 44**

**SUELDO VENDEDOR**

<b>NÓMINA</b>	<b>SALARIO</b>	<b>10° TERCER SUELDO</b>	<b>10° CUARTO SUELDO</b>	<b>VACACIONES</b>	<b>IESS APORTE 11,15%</b>	<b>IECE 0,5</b>	<b>SECAP 0,5</b>	<b>REMUN. MENSUAL UNIFIC.</b>	<b>REMUNERACIÓN ANUAL</b>
Chofer-vendedor	500	41,67	28,33	20,83	55,80	2,50	2,50	651,63	7.819,60
<b>TOTAL</b>								<b>651,63</b>	<b>7.819,60</b>

**PUBLICIDAD.** - Es el costo incurrido en la generación de publicidad para el proceso de venta del producto, y tenemos el siguiente:

**CUADRO No. 45**

**PUBLICIDAD**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
Publicidad en la televisión	80	10,00	800,00	9.600,00
Publicidad en pantalla led	1,00	1.200,00	1.200,00	14.400,00
<b>TOTAL</b>			<b>2.000,00</b>	<b>24.000,00</b>

**CUADRO No. 46**

**TOTAL ACTIVOS CIRCULANTES**

<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>
<b><i>COSTOS DE PRODUCCIÓN</i></b>	
Materia prima directa	132,00
Mano de obra directa	6.153,20
Mantenimiento de vehículo	70,00
<b><i>GASTOS ADMINISTRATIVOS</i></b>	
Sueldos administrativos	2.051,07
Servicios básicos	111,00
Útiles de limpieza	20,00
<b><i>GASTOS DE VENTA</i></b>	
Sueldo vendedor	651,63
Publicidad	2.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>11.188,90</b>

## INVERSIONES

La inversión tiene como finalidad determinar las necesidades de recursos financieros para ejecutar el proyecto, ponerlo en marcha y garantizar su funcionamiento.

### CUADRO No. 47

#### MONTO TOTAL INVERSIONES

CUADRO TOTAL DE LA INVERSIÓN		% PARTICIPACIÓN
<b>ACTIVO FIJO</b>		<b>85,00%</b>
<b>DETALLE</b>	<b>COSTO TOTAL</b>	
Terreno	21.000,00	
Edificio	22.500,00	
Vehículo	16.000,00	
Muebles y enseres	4.490,00	
Equipos de oficina	315,00	
Equipos de computación	7.546,00	
<b>TOTAL</b>	<b>71.851,00</b>	
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>		<b>1,51%</b>
Marcas y patentes	160,00	
Permiso de funcionamiento	250,00	
Trámites SRI	120,00	
Registro mercantil	140,00	
Proyecto	600,00	
<b>Total</b>	<b>1.270,00</b>	
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>		<b>13,27%</b>
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>		
Materia prima directa	132,00	
Mano de obra directa	6.153,20	
Mantenimiento de vehículo	60,00	
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		
Sueldos administrativos	2.051,07	
Servicios básicos	111,00	
Útiles de limpieza	20,00	
<b>GASTOS DE VENTA</b>		
Sueldo vendedor	651,63	
Publicidad	2.000,00	
<b>TOTAL</b>	<b>11.188,90</b>	
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>\$84.309,90</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cuadros 38, 46

## FINANCIAMIENTO

El financiamiento ayuda a que la empresa pueda solventar su inversión. Este puede darse con capital propio o ajeno.

**Fuentes internas de financiamiento.-** Está constituido por el aporte del inversionista o promotor del Proyecto.

**Fuentes externas de financiamiento. -** Son aquellas que vienen de fuera de la empresa o no se originan en sus operaciones.

**CUADRO No. 48**

<i>CAPITAL AJENO</i>	<i>CAPITAL PROPIO</i>
30.000,00	54.309,90
35,58%	64,42%

**CUADRO No. 49**

### DEPRECIACIONES

DETALLE	% DEPREC.	VIDA ÚTIL	VALOR	VALOR RESIDUAL	VALOR A DEPRECIAR	DEPRECIACIÓN
Edificio	5%	20	22.500,00	1.125,00	21.375,00	1.068,75
Muebles y Enseres	10%	10	4.490,00	449,00	4.041,00	404,10
Vehículos	20%	5	16.000,00	3.200,00	12.800,00	2.560,00
Dep. Equipos de Oficina	20%	5	315,00	63,00	252,00	50,40
Dep. Equipos de computación	33%	3	7.546,00	2.490,18	5.055,82	1.685,27
<b>TOTAL</b>			<b>50.851,00</b>	<b>7.327,18</b>	<b>43.523,82</b>	<b>5.768,52</b>
<b>AMORTIZACIÓN ANUAL ACTIVO DIFERIDO</b>						<b>254,00</b>

Fuente: Cuadro 38

## **PRESUPUESTO DE COSTOS TOTALES DE PRODUCCIÓN.**

Los costos son todas las erogaciones o desembolsos realizados durante un año o ejercicio económico, estos costos constituyen uno de los aspectos importantes para la determinación de la rentabilidad del proyecto y los elementos indispensables para el correspondiente análisis o evaluación del mismo, proyectando la situación contable.

Lo presupuestario de estos costos requiere ser proyectados para la vida útil estimada del proyecto, por lo que se debe considerar dicha proyección tomando en cuenta la tasa de inflación anual, de acuerdo a la situación económica y perspectivas del periodo en el cual se va a realizar este presupuesto.

**CUADRO No. 50  
PRESUPUESTO DE COSTOS**

RUBROS/ PERIODOS	PRESUPUESTO PROFORMADO DE COSTOS Y GASTOS									
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>										
Materia prima directa	1.584,00	1.656,07	1.731,42	1.810,20	1.892,57	1.978,68	2.068,71	2.162,84	2.261,24	2.364,13
Mano de obra directa	73.838,40	77.198,05	80.710,56	84.382,89	88.222,31	92.236,43	96.433,18	100.820,89	105.408,24	110.204,32
Mantenimiento de vehículo	840,00	878,22	918,18	959,96	1.003,63	1.049,30	1.097,04	1.146,96	1.199,14	1.253,71
Dep. Edificio	1.068,75	1.068,75	1.068,75	1.068,75	1.068,75	1.068,75	1.068,75	1.068,75	1.068,75	1.068,75
Depreciación de vehículo	2.560,00	2.560,00	2.560,00	2.560,00	2.560,00					
Amortización de activo diferido	254,00	254,00	254,00	254,00	254,00	254,00	254,00	254,00	254,00	254,00
<b>Total Costo De Producción</b>	<b>80.145,15</b>	<b>83.615,09</b>	<b>87.242,91</b>	<b>91.035,80</b>	<b>95.001,26</b>	<b>96.587,15</b>	<b>100.921,68</b>	<b>105.453,44</b>	<b>110.191,38</b>	<b>115.144,90</b>
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>										
Sueldos administrativos	24.612,80	25.732,68	26.903,52	28.127,63	29.407,44	30.745,48	32.144,39	33.606,96	35.136,08	36.734,77
Servicios básicos	1.332,00	1.392,61	1.455,97	1.522,22	1.591,48	1.663,89	1.739,60	1.818,75	1.901,50	1.988,02
Útiles de limpieza	240,00	250,92	262,34	274,27	286,75	299,80	313,44	327,70	342,61	358,20
Dep. equipos de oficina	50,40	50,40	50,40	50,40	50,40					
Dep. equipos de computo	1.685,27	1.685,27	1.685,27							
Dep. muebles y enseres	404,10	404,10	404,10	404,10	404,10	404,10	404,10	404,10	404,10	404,10
<b>Total Gastos Administración</b>	<b>28.324,57</b>	<b>29.515,98</b>	<b>30.761,60</b>	<b>30.378,62</b>	<b>31.740,17</b>	<b>33.113,26</b>	<b>34.601,53</b>	<b>36.157,51</b>	<b>37.784,29</b>	<b>39.485,09</b>
<b>GASTOS DE VENTAS</b>										
Sueldo vendedor	7.819,60	8.175,39	8.547,37	8.936,28	9.342,88	9.767,98	10.212,42	10.677,09	11.162,89	11.670,81
Publicidad	24.000,00	25.092,00	26.233,69	27.427,32	28.675,26	29.979,99	31.344,08	32.770,23	34.261,28	35.820,16
<b>Total de Gastos de Ventas</b>	<b>31.819,60</b>	<b>33.267,39</b>	<b>34.781,06</b>	<b>36.363,60</b>	<b>38.018,14</b>	<b>39.747,97</b>	<b>41.556,50</b>	<b>43.447,32</b>	<b>45.424,17</b>	<b>47.490,97</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>										
Interés por préstamo	1.957,15	1.957,15	1.957,15							
<b>Total Gastos Financieros</b>	<b>1.957,15</b>	<b>1.957,15</b>	<b>1.957,15</b>							
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>142.246,47</b>	<b>148.355,61</b>	<b>154.742,72</b>	<b>157.778,01</b>	<b>164.759,57</b>	<b>169.448,38</b>	<b>177.079,71</b>	<b>185.058,27</b>	<b>193.399,85</b>	<b>202.120,97</b>
Imprevistos 5%	7.112,32	7.435,93	7.774,27	8.128,00	8.497,82	8.884,47	9.288,72	9.711,35	10.153,22	10.615,19
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>149.358,80</b>	<b>155.791,55</b>	<b>162.516,99</b>	<b>165.906,01</b>	<b>173.257,39</b>	<b>178.332,86</b>	<b>186.368,43</b>	<b>194.769,62</b>	<b>203.553,07</b>	<b>212.736,16</b>

Fuente: Cuadro 46

## **CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS EN FIJOS Y VARIABLES.**

### **COSTOS FIJOS Y VARIABLES.**

**COSTOS FIJOS.** - Son aquellos que se mantienen constantes durante el periodo completo de producción. Se incurre en los mismos por el simple transcurso del tiempo y no varían como resultado directo de cambios en el volumen.

**COSTOS VARIABLES.** - Son aquellas que varían en forma directa con los cambios en el volumen de producción.

En el presente trabajo se calculará el punto de equilibrio utilizando el método matemático en función de la capacidad instalada, en función de las ventas y de producción, utilizando además la forma gráfica para su representación.

**CUADRO No. 51**

**CLASIFICACIÓN DE COSTOS**

<b>RUBROS</b>	<b>FIJOS AÑO 1</b>	<b>VARIABLE AÑO 1</b>	<b>FIJOS AÑO 5</b>	<b>VARIABLES AÑO 5</b>	<b>FIJOS AÑO 10</b>	<b>VARIABLES AÑO 10</b>
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>						
Materia prima directa		1.584,00		1.892,57		2.364,13
Mano de obra directa		73.838,40		88.222,31		110.204,32
Mantenimiento de vehículo		840,00		1.003,63		1.253,71
Dep. Edificio	1.068,75		1.068,75		1.068,75	
Dep. Vehículo	2.560,00		2.560,00			
Amortización de activo diferido	254,00		254,00		254,00	
<b>Subtotal costos de producción</b>	<b>3.882,75</b>	<b>76.262,40</b>	<b>3.882,75</b>	<b>91.118,51</b>	<b>1.322,75</b>	<b>113.822,15</b>
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>						
Sueldos personal administrativo	24.612,80		29.407,44		36.734,77	
Servicios basicos	1.332,00		1.591,48		1.988,02	
Útiles de limpieza	240,00		286,75		358,20	
Deprec. equipos de oficina	50,40		50,40			
Deprec. de equipos computación	1.685,27					
Dep. de muebles y enseres	404,10		404,10		404,10	
<b>Subtotal gastos administrativos</b>	<b>28.324,57</b>		<b>31.740,17</b>		<b>39.485,09</b>	
<b>GASTOS DE VENTAS</b>						
Sueldo de ventas	7.819,60		9.342,88		11.670,81	
Publicidad	24.000,00		28.675,26		35.820,16	
<b>Subtotal Gastos de Ventas</b>	<b>31.819,60</b>		<b>38.018,14</b>		<b>47.490,97</b>	
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>						
Interés por préstamo	1.957,15					
<b>Subtotal gastos financieros</b>	<b>1.957,15</b>					
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>65.984,07</b>		<b>73.641,06</b>		<b>88.298,81</b>	
Imprevistos 5%	7.112,32		8.497,82		10.615,19	
<b>TOTAL FIJOS Y VARIABLES</b>	<b>73.096,40</b>	<b>76.262,40</b>	<b>82.138,88</b>	<b>91.118,51</b>	<b>98.914,01</b>	<b>113.822,15</b>

Fuente: Cuadro 50

## INGRESOS POR VENTAS.

CUADRO No. 52

### INGRESO POR VENTAS

AÑOS	COSTOS DE OPERACIÓN	CAPACIDAD UTILIZADA	COSTO UNITARIO DE FABRICACIÓN	UTILIDAD 30%	PVP	INGRESOS POR VENTA
1	149.358,80	11.520	12,97	3,89	16,85	194.166,44
2	155.791,55	11.520	13,52	4,06	17,58	202.529,01
3	162.516,99	11.520	14,11	4,23	18,34	211.272,08
4	165.906,01	11.856	13,99	4,20	18,19	215.677,82
5	173.257,39	11.856	14,61	4,38	19,00	225.234,61
6	178.332,86	11.856	15,04	4,51	19,55	231.832,71
7	186.368,43	11.856	15,72	4,72	20,44	242.278,96
8	194.769,62	11.856	16,43	4,93	21,36	253.200,51
9	203.553,07	11.856	17,17	5,15	22,32	264.618,99
10	212.736,16	11.856	17,94	5,38	23,33	276.557,01

Fuente: Cuadro 31, 50

## PUNTO DE EQUILIBRIO.

El punto de equilibrio es un punto de balance entre ingresos y egresos denominado por algunos autores como **PUNTO MUERTO**, porque en él no hay ni pérdidas ni ganancias.

Cuando los ingresos y los gastos son iguales se produce el punto de equilibrio, cuyo significado es que no existen utilidades ni pérdidas, es decir, si vendemos menos que el punto de equilibrio tendremos pérdidas y si vendemos más que el punto de equilibrio obtendremos utilidades.

## **Análisis del Punto de Equilibrio.**

Para calcular el punto de equilibrio necesitamos conocer la siguiente información, para simplificar vamos a suponer que la empresa tan sólo fabrica un producto):

Costes fijos de la empresa

Costes variables por unidad de producto

Precio de venta del producto

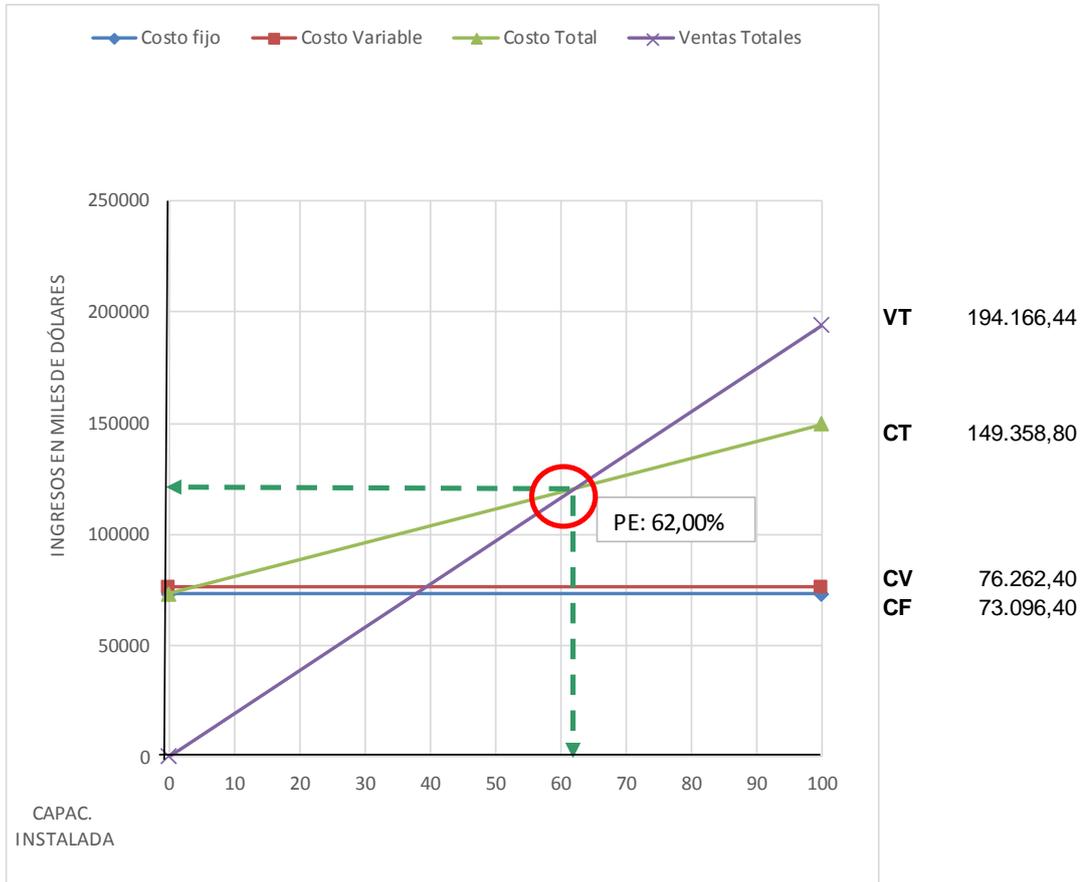
La diferencia entre el precio de venta de cada producto y su coste variable es el margen que obtiene la empresa.

Si se dividen los costes fijos entre el margen por producto obtendremos el número de productos que tendrá que vender la empresa para llegar a cubrir todos sus costes fijos. En definitiva, estaremos calculando el punto de equilibrio.

# PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA Y LAS VENTAS

**AÑO 1**

GRAFICO Nro. 31



**Fuente:** Cuadro 51

## MATEMÁTICAMENTE

### a. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$\text{PE} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$
$$\text{PE} = \frac{73096,40}{194166,44 - 76262,40} \times 100$$

**PE = 62,00 %**

### b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$\text{PE} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$
$$\text{PE} = \frac{73096,40}{1 - \frac{76262,40}{194166,44}}$$

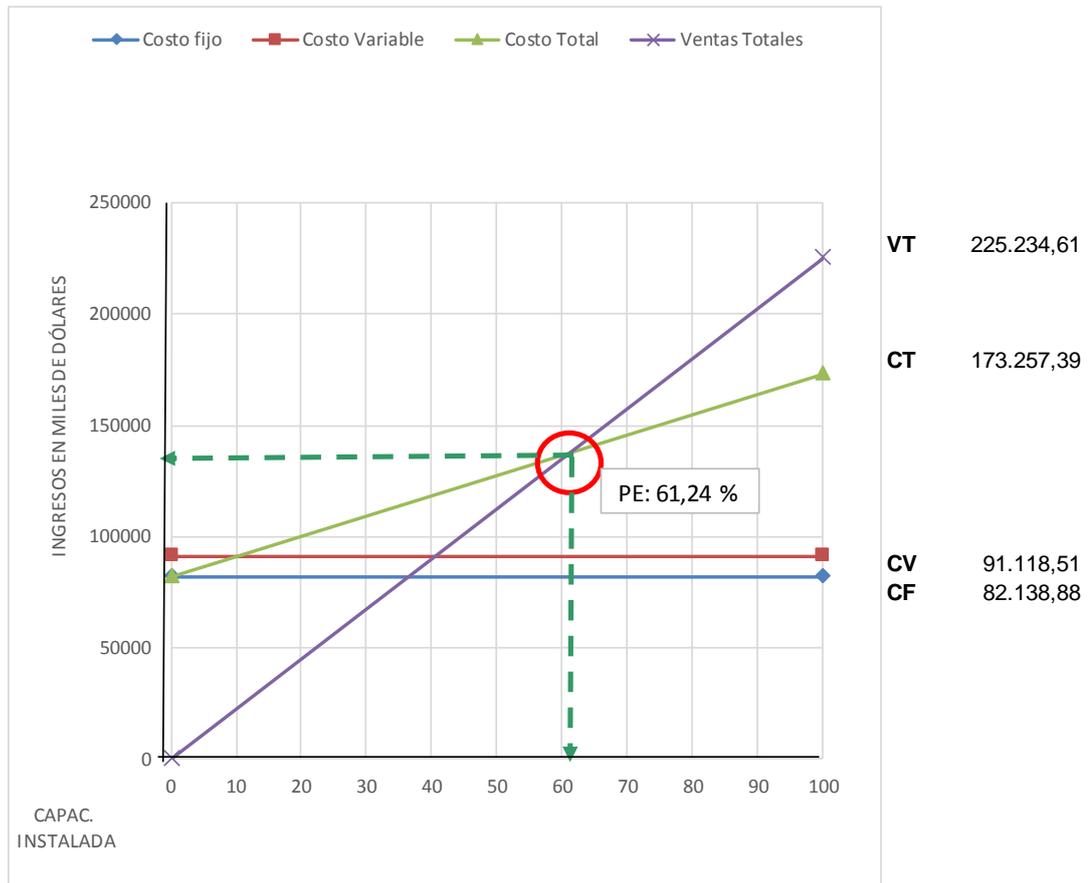
**PE = \$ 120.376,43**

**ANÁLISIS:** En el año 1 la empresa se encuentra en un punto de equilibrio donde no gana ni pierde, cuando tenga unas ventas de \$120.376,43 y ocupe el 62,00% de su capacidad instalada.

## PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA Y LAS VENTAS

**AÑO 5**

Grafico Nro. 32



**Fuente:** Cuadro 51

## MATEMÁTICAMENTE

### a. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$\text{PE} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$
$$\text{PE} = \frac{82138,88}{225234,61 - 91118,51} \times 100$$
$$\text{PE} = 61,24 \%$$

### b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

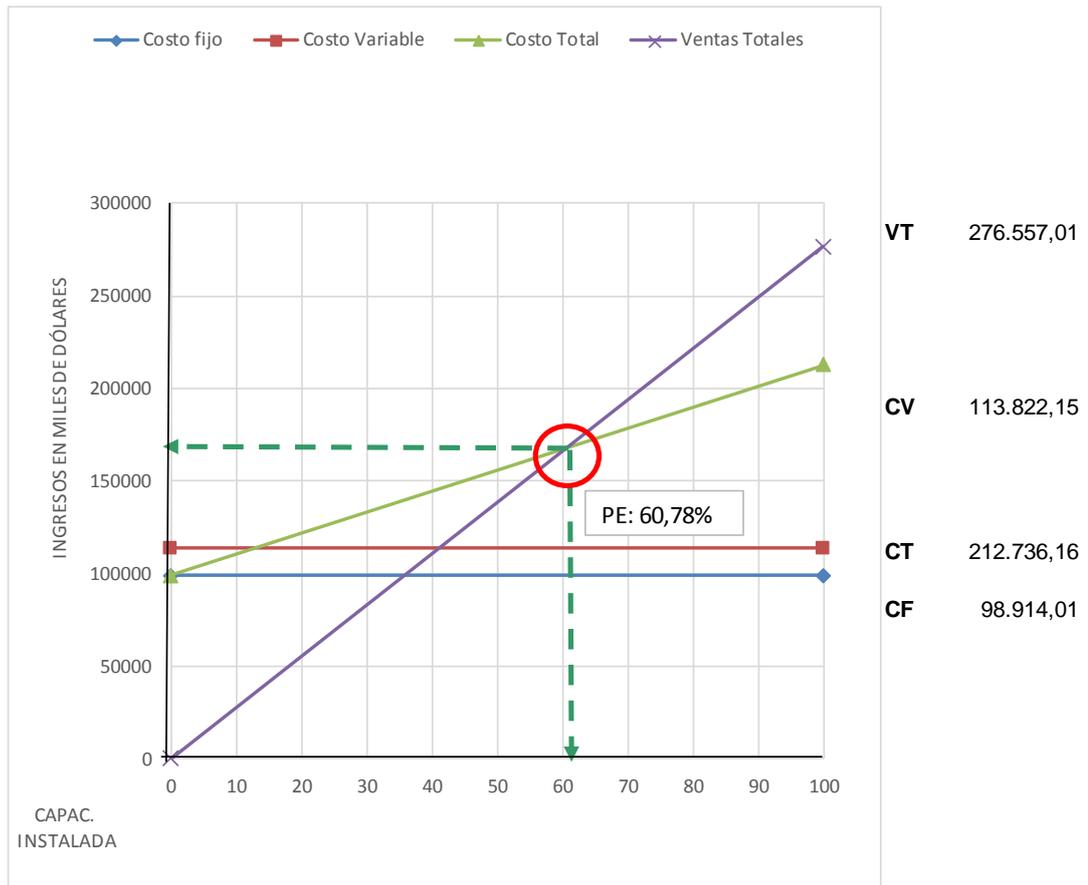
$$\text{PE} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$
$$\text{PE} = \frac{82138,88}{1 - \frac{91118,51}{225234,61}}$$
$$\text{PE} = \$ 137.944,06$$

**ANÁLISIS:** En el año 5 la empresa se encuentra en un punto de equilibrio donde no gana ni pierde, cuando tenga unas ventas de \$137.944,06 y ocupe el 61,24% de su capacidad instalada.

## PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA Y LAS VENTAS

**AÑO 10**

GRAFICO Nro. 33



**Fuente:** Cuadro 51

## MATEMÁTICAMENTE

### a. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$\text{PE} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$
$$\text{PE} = \frac{98914,01}{276557,01 - 113822,15} \times 100$$

**PE = 60,78 %**

1

### b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$\text{PE} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$
$$\text{PE} = \frac{98914,01}{1 - \frac{113822,15}{276557,01}}$$

**PE = \$ 168.097,74**

**ANÁLISIS:** En el año 10 la empresa se encuentra en un punto de equilibrio donde no gana ni pierde, cuando tenga unas ventas de \$168.097,74 y ocupe el 60,78% de su capacidad instalada

## **ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.**

Instrumento Contable que presenta los resultados obtenidos en un período económico, sean estas pérdidas o ganancias para lo cual compara los rubros de ingresos con los egresos incurridos en un período.

Estados Financieros básicos que tiene por objeto mostrar un resumen de los ingresos y los gastos durante un ejercicio, clasificándolos de acuerdo con las principales operaciones del negocio, mostrando por consiguiente las utilidades o pérdidas sufridas en las operaciones realizadas.

El Estado de Pérdidas y Ganancias llamado también Estado de Resultados nos demuestra cual es la utilidad o pérdida que se ha obtenido durante un período económico y como se ha producido, cuyos resultados sirven para obtener mediante un análisis, conclusiones que permitan conocer cómo se desenvuelve la empresa y hacer previsiones para el futuro.

**CUADRO No. 53**  
**ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS**

<b>AÑOS</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Año 6</b>	<b>Año 7</b>	<b>Año 8</b>	<b>Año 9</b>	<b>Año 10</b>
<b>INGRESOS</b>										
Ingresos por ventas	194.166,44	202.529,01	211.272,08	215.677,82	225.234,61	231.832,71	242.278,96	253.200,51	264.618,99	276.557,01
( - ) Costo Total	149.358,80	155.791,55	162.516,99	165.906,01	173.257,39	178.332,86	186.368,43	194.769,62	203.553,07	212.736,16
( = ) Utilidad Bruta en Ventas	44.807,64	46.737,46	48.755,10	49.771,80	51.977,22	53.499,86	55.910,53	58.430,89	61.065,92	63.820,85
( - ) 15% Utilidad de Trabajadores	6.721,15	7.010,62	7.313,26	7.465,77	7.796,58	8.024,98	8.386,58	8.764,63	9.159,89	9.573,13
( = ) Utilidad antes de IR	38.086,49	39.726,84	41.441,83	42.306,03	44.180,63	45.474,88	47.523,95	49.666,25	51.906,03	54.247,72
( - ) 22% Impuesto a la Renta	8.379,03	8.739,91	9.117,20	9.307,33	9.719,74	10.004,47	10.455,27	10.926,58	11.419,33	11.934,50
<b>UTILIDAD ANTES DE RESERVA LEGAL</b>	<b>29.707,46</b>	<b>30.986,94</b>	<b>32.324,63</b>	<b>32.998,71</b>	<b>34.460,89</b>	<b>35.470,41</b>	<b>37.068,68</b>	<b>38.739,68</b>	<b>40.486,71</b>	<b>42.313,22</b>
(-) 10% Reserva legal	2.970,75	3.098,69	3.232,46	3.299,87	3.446,09	3.547,04	3.706,87	3.873,97	4.048,67	4.231,32
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>26.736,72</b>	<b>27.888,24</b>	<b>29.092,17</b>	<b>29.698,84</b>	<b>31.014,81</b>	<b>31.923,36</b>	<b>33.361,81</b>	<b>34.865,71</b>	<b>36.438,03</b>	<b>38.081,90</b>

## **FLUJO DE CAJA.**

Para realizar la aplicación de algunos criterios de evaluación, se hace necesario previamente estimar los flujos de caja.

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

El Flujo de Caja, permite cubrir todos los requerimientos de efectivo del proyecto, posibilitando además que el inversionista cuente con el suficiente origen de recursos para cubrir sus necesidades de efectivo.

Los Flujos de Caja se evalúan en lugar de utilizar figuras contables en razón de que no son éstos los que afectan a la capacidad de la empresa para pagar cuentas o compras de activos.

## CUADRO No. 54

### FLUJO DE CAJA

AÑOS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<b>INGRESOS</b>											
Ingresos por ventas		194.166,44	202.529,01	211.272,08	215.677,82	225.234,61	231.832,71	242.278,96	253.200,51	264.618,99	276.557,01
Valor Residual				2.490,18		3.263,00	2.603,48			2.721,94	4.985,47
Capital propio	54.309,90										
Capital ajeno	30.000,00										
<b>Total Ingresos</b>	<b>84.309,90</b>	<b>194.166,44</b>	<b>202.529,01</b>	<b>213.762,26</b>	<b>215.677,82</b>	<b>228.497,61</b>	<b>234.436,20</b>	<b>242.278,96</b>	<b>253.200,51</b>	<b>267.340,93</b>	<b>281.542,48</b>
<b>EGRESOS</b>											
Costo de Producción y operación		149.358,80	155.791,55	162.516,99	165.906,01	173.257,39	178.332,86	186.368,43	194.769,62	203.553,07	212.736,16
Activos fijos	71.851,00										
Activos diferidos	1.270,00										
Activos circulantes	11.188,90										
<b>( - ) Costo Total</b>	<b>84.309,90</b>	<b>149.358,80</b>	<b>155.791,55</b>	<b>162.516,99</b>	<b>165.906,01</b>	<b>173.257,39</b>	<b>178.332,86</b>	<b>186.368,43</b>	<b>194.769,62</b>	<b>203.553,07</b>	<b>212.736,16</b>
( = ) Utilidad Bruta en Ventas		<b>44.807,64</b>	<b>46.737,46</b>	<b>51.245,28</b>	<b>49.771,80</b>	<b>55.240,22</b>	<b>56.103,34</b>	<b>55.910,53</b>	<b>58.430,89</b>	<b>63.787,86</b>	<b>68.806,31</b>
( - ) 15% Utilidad de Trabajadores		6.721,15	7.010,62	7.686,79	7.465,77	8.286,03	8.415,50	8.386,58	8.764,63	9.568,18	10.320,95
( = ) Utilidad antes de IR.		38.086,49	39.726,84	43.558,48	42.306,03	46.954,18	47.687,84	47.523,95	49.666,25	54.219,68	58.485,37
( - ) 22% Impuesto a la Renta		8.379,03	8.739,91	9.582,87	9.307,33	10.329,92	10.491,32	10.455,27	10.926,58	11.928,33	12.866,78
<b>Utilidad líquida</b>		<b>29.707,46</b>	<b>30.986,94</b>	<b>33.975,62</b>	<b>32.998,71</b>	<b>36.624,26</b>	<b>37.196,51</b>	<b>37.068,68</b>	<b>38.739,68</b>	<b>42.291,35</b>	<b>45.618,59</b>
Reinversión de activos fijos					7.889,34		17.057,33	8.248,31			8.623,61
<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	-	<b>29.707,46</b>	<b>30.986,94</b>	<b>33.975,62</b>	<b>25.109,36</b>	<b>36.624,26</b>	<b>20.139,18</b>	<b>28.820,37</b>	<b>38.739,68</b>	<b>42.291,35</b>	<b>36.994,98</b>

## **EVALUACIÓN FINANCIERA**

El objetivo de la Evaluación Financiera desde el punto de vista privado, es determinar el mérito de un proyecto, estimándose como tal el grado o nivel de utilidad que obtiene el empresario privado como premio al riesgo de utilizar su capital y su capacidad empresarial en la implementación de un proyecto.

### **VALOR ACTUAL NETO.**

El método del Valor Actual Neto (VAN), consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto. Alternativamente esta actualización puede aplicarse al flujo neto y en definitiva corresponde a la estimación al valor presente de los ingresos y gastos que se utilizarán en todos y cada uno de los años de operación económica del proyecto.

En términos matemáticos el VAN es la sumatoria de los beneficios netos multiplicado por el factor de descuento o descontados a una tasa de interés pagada por beneficiarse el préstamo a obtener.

El VAN, representa en valores actuales, el total de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de toda su vida útil, es decir, es el retorno líquido actualizado generado por el proyecto.

Si el VAN es igual o mayor que cero, el proyecto o inversión es conveniente, caso contrario no es conveniente.

**CUADRO No. 55**

**VALOR ACTUAL NETO**

PERÍODO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZ. 12,00%	VALOR ACTUALIZADO
0	84.309,90		
1	29.707,46	0,8929	26.524,52
2	30.986,94	0,7972	24.702,60
3	33.975,62	0,7118	24.183,17
4	25.109,36	0,6355	15.957,45
5	36.624,26	0,5674	20.781,59
6	20.139,18	0,5066	10.203,14
7	28.820,37	0,4523	13.036,87
8	38.739,68	0,4039	15.646,31
9	42.291,35	0,3606	15.250,69
10	36.994,98	0,3220	11.911,39
			178.197,73
			84.309,90
			93.887,83

$$FA = 1 / (1 + i)^n$$

$$VAN = SFNA - INVERSIÓN INICIAL$$

$$VAN = 178.197,73 - 84.309,90$$

$$VAN = 93.887,83$$

**ANÁLISIS:**

Conforme se demuestra en el presente indicador financiero es factible poner en práctica el proyecto, ya que es mayor a 1; es decir tiene un VAN de \$93.887,83, por lo tanto, el proyecto se acepta.

**Regla general:**

Si el VAN es mayor a uno el proyecto se acepta

Si el VAN es igual a uno el proyecto es indiferente

Si el VAN es menor a uno el proyecto se rechaza.

## PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL P/RC.

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, en una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará el desembolso original de capital.

Comúnmente los períodos de recuperación de la inversión o capital se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas. El período de recuperación consiste en el número de años requeridos para recobrar la inversión inicial.

En el siguiente cuadro se demuestra el tiempo requerido para que nuestra empresa recupere la inversión inicial de capital.

**CUADRO No. 56**  
**PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL**

AÑOS	INVERSIÓN	FLUJO NETO DE CAJA	FLUJO NETO ACUMULADO
0	84.309,90		
1		29.707,46	
2		30.986,94	60.694,40
3		33.975,62	94.670,02
4		25.109,36	119.779,38
5		36.624,26	156.403,65
6		20.139,18	176.542,83
7		28.820,37	205.363,20
8		38.739,68	244.102,88
9		42.291,35	286.394,23
10		36.994,98	323.389,21
		<b>286.394,23</b>	

$$\text{PRC} = \frac{\text{Año anterior cubrir la inversión}}{\frac{\sum \text{Primeros flujos actualizados-Inversión}}{\text{Flujo neto del año que supera la inversión}}}$$

$$\text{PRC} = \frac{2}{\frac{119779,38 - 84309,90}{25109,36}}$$

$$\text{PRC} = 2,83$$

	<b>2</b>	<b>Años</b>
0,83 * 12 =	9,96	<b>9</b>
0,96	30	<b>29</b>
		<b>Días</b>

## **ANÁLISIS**

El presente indicador financiero demuestra que el capital se recuperará en 2 años, 9 meses y 29 días.

## **RELACIÓN BENEFICIO COSTO R/BC.**

Se descifra, como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada dólar invertido, a esto se lo relaciona los ingresos actualizados frente a los costos actualizados que se producirían durante el periodo del proyecto.

## **ANÁLISIS:**

El presente indicador desarrollado en el cuadro siguiente demuestra que la R(B/C) del proyecto es de 1,31; lo que significa que el proyecto dará una rentabilidad de 0,31% por cada dólar invertido.

## **Regla general:**

Si R (B/C) es mayor a uno se acepta el proyecto

Si R (B/C) es igual a uno el proyecto es indiferente

Si R (B/C) es menor a uno no se acepta el proyecto

**CUADRO No. 57**

**RELACIÓN BENEFICIO COSTO**

PERIODO	ACTUALIZACIÓN COSTOS			ACTUALIZACIÓN INGRESOS		
	COSTO	FACT. ACTUALIZ.	COSTO	INGRESO	FACT. ACTUALIZ.	INGRESO
	ORIGINAL	12,00%	ACTUALIZADO	ORIGINAL	12,00%	ACTUALIZADO
0						
1	149.358,80	0,89286	133.356,07	194.166,44	0,89286	173.362,89
2	155.791,55	0,79719	124.196,07	202.529,01	0,79719	161.454,89
3	162.516,99	0,71178	115.676,38	213.762,26	0,71178	152.151,76
4	165.906,01	0,63552	105.436,27	215.677,82	0,63552	137.067,15
5	173.257,39	0,56743	98.310,90	228.497,61	0,56743	129.655,68
6	178.332,86	0,50663	90.348,98	234.436,20	0,50663	118.772,67
7	186.368,43	0,45235	84.303,61	242.278,96	0,45235	109.594,70
8	194.769,62	0,40388	78.664,18	253.200,51	0,40388	102.263,44
9	203.553,07	0,36061	73.403,28	267.340,93	0,36061	96.405,82
10	212.736,16	0,32197	68.495,35	281.542,48	0,32197	90.649,14
			972.191,08			1.271.378,14

$$R (B/C) = \frac{\text{INGRESO ACTUALIZADO}}{\text{COSTO ACTUALIZADO}}$$

$$R (B/C) = \frac{1.271.378,14}{972.191,08}$$

**R (B/C) = 1,31 Dólares**

## **ANÁLISIS:**

El presente indicador desarrollado nos demuestra que la R (B/C) es de 1,31% dólares, siendo mayor que uno, el proyecto materia de esta investigación es aceptado.

Regla general:

Si R (B/C) es mayor a uno se acepta el proyecto.

Si R (B/C) es igual a uno el proyecto es indiferente.

Si R (B/C) es menor a uno no se acepta el proyecto.

## **TASA INTERNA DE RETORNO.**

Método de evaluación que al igual que el Valor Actual Neto (VAN), toma en consideración el valor en el tiempo del dinero y las variaciones de los flujos de caja durante toda la vida útil del proyecto. Este método actualmente es muy utilizado por bancos, empresas privadas, industrias, organismos de desarrollo económico y empresas estatales.

## CUADRO No. 58

### TASA INTERNA DE RETORNO

PERIODO	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
		FACT. ACTUALIZ. 34,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 35,00%	VAN MAYOR
0			- 84.309,90		- 84.309,90
1	29.707,46	0,74627	22.169,75	0,74074	22.005,53
2	30.986,94	0,55692	17.257,15	0,54870	17.002,44
3	33.975,62	0,41561	14.120,59	0,40644	13.809,12
4	25.109,36	0,31016	7.787,83	0,30107	7.559,63
5	36.624,26	0,23146	8.477,05	0,22301	8.167,71
6	20.139,18	0,17273	3.478,67	0,16520	3.326,90
7	28.820,37	0,12890	3.715,06	0,12237	3.526,66
8	38.739,68	0,09620	3.726,64	0,09064	3.511,44
9	42.291,35	0,07179	3.036,05	0,06714	2.839,54
10	36.994,98	0,05357	1.981,96	0,04974	1.839,95
			1.440,86		- 720,99

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

$$| \quad 34 \quad + \quad 1,00 \quad \left( \frac{1440,86}{2161,85} \right)$$

$$TIR = 34,67 \quad \%$$

### ANÁLISIS:

El presente indicador desarrollado nos demuestra que la TIR es de 34,67% siendo mayor que el costo del capital, el proyecto se acepta.

Regla general:

Si la TIR es mayor que el costo del capital debe aceptarse el proyecto

Si la TIR es igual que el costo del capital es indiferente llevar a cabo el proyecto

Si la TIR es menor que el costo del capital debe rechazarse el proyecto.

## **ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON DISMINUCIÓN DE INGRESOS Y CON INCREMENTO DE COSTOS.**

Las variables que presentan mayores incertidumbres son los ingresos y los costos, se efectúa tomando como parámetro un aumento del 16,13% en los costos y una disminución del 12,34% en los ingresos para la toma de decisiones.

### **ANÁLISIS:**

El indicador financiero desarrollado en el cuadro siguiente demuestra que el proyecto soporta un incremento de los costos de 16,13% con una sensibilidad máxima de 0,99, la misma que es menor a 1; lo que significa que el proyecto es aceptable.

### **Regla general:**

Si el coeficiente de Sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible.

Si el coeficiente de Sensibilidad es igual que uno no se ve efecto alguno.

Si el coeficiente de Sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.

**CUADRO No. 59**

**ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON INCREMENTO DE COSTOS DEL 16,13%**

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL 16,13%	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ. 25,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 26,00%	VAN MAYOR
0						- 84.309,90		- 84.309,90
1	149.358,80	173.450,37	194.166,44	20716,07	0,8000000000	16572,85	0,7936507937	16441,32
2	155.791,55	180.920,72	202.529,01	21608,29	0,6400000000	13829,30	0,6298815823	13610,66
3	162.516,99	188.730,98	213.762,26	25031,29	0,5120000000	12816,02	0,4999060177	12513,29
4	165.906,01	192.666,65	215.677,82	23011,16	0,4096000000	9425,37	0,3967508077	9129,70
5	173.257,39	201.203,81	228.497,61	27293,80	0,3276800000	8943,63	0,3148815934	8594,32
6	178.332,86	207.097,95	234.436,20	27338,25	0,2621440000	7166,56	0,2499060265	6831,99
7	186.368,43	216.429,66	242.278,96	25849,30	0,2097152000	5420,99	0,1983381163	5126,90
8	194.769,62	226.185,96	253.200,51	27014,55	0,1677721600	4532,29	0,1574112034	4252,39
9	203.553,07	236.386,18	267.340,93	30954,75	0,1342177280	4154,68	0,1249295265	3867,16
10	212.736,16	247.050,50	281.542,48	34491,97	0,1073741824	3703,55	0,0991504179	3419,89
						2255,34		-522,27

$$NTIR = Tm + Dt \left( \frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right) = 25,00 + 1,00 \left( \frac{2255,34}{2777,61} \right) = 25,81 \%$$

$$Diferencias\ TIR = 34,67 - 25,81 = 8,85 \%$$

$$Porcentaje\ de\ variación = 8,85 / 34,67 = 25,54\%$$

$$Sensibilidad = 25,54 / 25,81 = 0,99$$

**CUADRO No. 60**

**ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON DISMINUCIÓN DE INGRESOS.**

AÑO	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL 12,34%	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ. 25,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 26,00%	VAN MAYOR
0						- 84.309,90		- 84.309,90
1	149.358,80	194.166,44	170.206,30	20847,50	0,8000000000	16678,00	0,7936507937	16545,64
2	155.791,55	202.529,01	177.536,93	21745,38	0,6400000000	13917,05	0,6298815823	13697,02
3	162.516,99	213.762,26	187.384,00	24867,01	0,5120000000	12731,91	0,4999060177	12431,17
4	165.906,01	215.677,82	189.063,17	23157,16	0,4096000000	9485,17	0,3967508077	9187,62
5	173.257,39	228.497,61	200.301,00	27043,61	0,3276800000	8861,65	0,3148815934	8515,54
6	178.332,86	234.436,20	205.506,77	27173,91	0,2621440000	7123,48	0,2499060265	6790,92
7	186.368,43	242.278,96	212.381,74	26013,31	0,2097152000	5455,39	0,1983381163	5159,43
8	194.769,62	253.200,51	221.955,57	27185,94	0,1677721600	4561,04	0,1574112034	4279,37
9	203.553,07	267.340,93	234.351,06	30797,99	0,1342177280	4133,64	0,1249295265	3847,58
10	212.736,16	281.542,48	246.800,13	34063,97	0,1073741824	3657,59	0,0991504179	3377,46
						2295,02		-478,16

$$NTIR = T_m + D_t \left( \frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right) = 25,00 + 1,00 \left( \frac{2295,02}{2773,17} \right) = 25,83 \%$$

$$\text{Diferencias TIR} = 34,67 - 25,83 = 8,84 \%$$

$$\text{Porcentaje de variación} = 8,84 / 34,67 = 25,50\%$$

$$\text{Sensibilidad} = 25,50 / 25,83 = 0,99$$

**ANÁLISIS:**

El indicador financiero desarrollado anteriormente demuestra que el proyecto soporta una disminución de los ingresos del 12,34% con una sensibilidad máxima de 0,99, la misma que es menor a 1; lo que significa que el proyecto es aceptable.

**Regla general:**

Si el coeficiente de Sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible.

Si el coeficiente de Sensibilidad es igual que uno no se ve efecto alguno.

Si el coeficiente de Sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.

## **h. CONCLUSIONES.**

De acuerdo al estudio efectuado en esta investigación, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- El presente trabajo tiene como objetivo principal del presente trabajo fue: Elaborar un Proyecto de Factibilidad para realizar un Estudio de factibilidad para la creación de un Buffet de Servicios Jurídicos Prepagados para la Ciudad de Loja que corresponde a una idea o iniciativa empresarial que tiene ciertas fases de servicio, comercialización, proyección y evaluación para la puesta en marcha de dicha empresa.
- Para esto se han tomado en cuenta un conjunto de recursos, humanos, materiales, tecnológicos entre otros que permitieron establecer si el proyecto es viable o no.
- Con la utilización de los métodos deductivo, analítico, matemático y estadístico y mediante la aplicación de las técnicas de la observación y la encuesta, se logró realizar los diferentes estudios que contienen el presente proyecto como son Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Organizacional y Estudio Financiero.
- El Estudio de Mercado segmentado es la Población de la ciudad de Loja según el Censo del 2010 fue de 180.617 habitantes y proyectado al 2015 con una Tasa de Crecimiento del 2.65% dando un total de 186.908 habitantes, cuya PEA es el 53.2%, que equivale a 99.435 PEA del

Cantón Loja. Con un total de 382 encuestas, dando luego de cuantificar los resultados una demanda insatisfecha de 95.001 servicios en el año.

- El Estudio Técnico, determino que la empresa tendrá una capacidad instalada de producción de 12.480 servicios al año, en concordancia con los cálculos efectuados se estima que se podrá recibir a un 13,13% de la demanda insatisfecha de atención en el mercado empezando con capacidad utilizada del 92% para el primer año de vida del proyecto; para el efecto se detallan los materiales, equipos, maquinaria, insumos y recursos humanos requeridos para el servicio en la ciudad de Loja.
- Posteriormente se diseñó la Estructura legal de la empresa, en la que se definieron los niveles jerárquicos, fundamentales en la operación y la buena organización de la empresa, en la que se detalla como una Compañía de Responsabilidad limitada cuya razón social será LEX Cia. Ltda.
- El Estudio Económico Financiero identificó que los rubros de inversión necesaria para la puesta en marcha del proyecto son Activo fijo, Activo Diferido y Activos circulantes por lo que tiene una inversión total de \$84.309,90 Dólares.
- La Evaluación Financiera determinó la viabilidad del proyecto, mediante los indicadores financieros: Obteniendo un VAN positivo de 93.887,83; R (B/C) de 1,31 Dólares; PRC en 2 años, 9 meses y 29 días; con una TIR de 34,67% mayor al costo de oportunidad del capital de 12% y una SENSIBILIDAD de 0.99 con un incremento de costos de 16,13% y disminución de los ingresos de 12.34%.

## **i. RECOMENDACIONES.**

Luego de haber realizado la presente investigación se recomienda lo siguiente:

1. Se recomienda poner en marcha el proyecto ya que dará una importante rentabilidad para sus inversionistas y genera desarrollo productivo en la Ciudad de Loja.
2. La puesta en marcha del presente proyecto contribuirá a la generación de fuentes de trabajo en la ciudad, aportando al desarrollo socioeconómico de los abogados de la misma.
3. Puesto que se dará una gama amplia de servicios jurídicos en la localidad, se recomienda hacer investigaciones de mercado a fin de dar a conocer el servicio tal grado de satisfacer las necesidades de la ciudad y de todos sus clientes.
4. Se recomienda realizar campañas de publicidad a fin de ganar más clientes en beneficio de la empresa a nivel de la localidad de la ciudad de Loja.

## **j. BIBLIOGRAFIA.**

1. Córdoba Padilla, Marcial. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. México. Editorial Ecoe
2. FRED, David. 2007. **Conceptos de Administración estratégica**. 9na, rd. Prentice Hall.
3. García, Flor. (2011). *Guía para Elaborar Planes de Negocio*. Quito, Ecuador.
4. García Santillán, Arturo y Vasquez Cotera, Daniel. (2011). *Proyectos de Inversión. Evaluación Integral*. México
5. Gómez Ceja, Guillermo. (2000). *Planeación Y Organización De Empresas*. México. Editorial Mc Graw Hill.
6. Hernández Hernández, Abraham. (2005). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*. Madrid, España. Editorial Thomson.
7. Kotler, Philip y Lane Keller, Kevin. (2014). *Dirección de Marketing*. México. Editorial Pearson Educación.
8. OCÉANO CENTRUM PYME. 2003. **Enciclopedia Práctica**, Editorial Océano
9. Santos Santos, Tania (2013). *Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión*. Recuperado de [Humed.net/ce/2008b/tss.htm](http://Humed.net/ce/2008b/tss.htm).
10. SAPAG, Chain. Reinaldo, **Preparación y Evaluación de Proyectos**. Impreso por Panamericana Formas e Impresos S.A. Tercera edición. Colombia, 2011
11. UNL. 2014. **Documento Guía, Módulo 9**.

**Internet:**

1. <http://www.soyentrepreneur.com/pagina.hts>
2. <http://www.inec.gov.ec/>
3. [www.bce.fin.ec/](http://www.bce.fin.ec/)
4. <http://www.ccl.ec/>

## **k. ANEXOS.**

### **ANEXOS 1.**

#### **FICHA RESUMEN.**

##### **a. Tema**

*Estudio de factibilidad para la creación de un buffet de servicios jurídicos prepagados para la ciudad de Loja.*

##### **Problemática**

El desarrollo empresarial es uno de los aspectos de especial atención en los actuales momentos, en los que, desde el Gobierno Nacional se promueve el cambio de la matriz productiva; esta decisión genera cambios drásticos y acelerados en todos los ámbitos del quehacer cotidiano, como son el educativo, político, empresarial, productivo, entre otros.

En el ámbito educativo, desde el nivel de formación de Bachillerato hasta la Educación Superior, se incentiva el desarrollo del espíritu emprendedor que entre otras manifestaciones, su desarrollo se cristaliza en emprendimientos concretos como la creación de una pequeña, mediana y gran empresa.

Sin embargo, el desarrollo empresarial depende del desarrollo industrial de una ciudad, y en el caso concreto de la ciudad de Loja, la industria es incipiente; por lo tanto, los profesionales se inclinan a la búsqueda de fuentes de trabajo ya que la característica principal es la formación profesional en áreas sociales, educativas y técnicas.

La seguridad, por tanto, está proyectada al ámbito legal que es un punto crucial y muy importante para el desarrollo de la sociedad ya que a menudo se presentan múltiples relaciones, tanto comerciales como de servicios, se celebran una serie de contratos, se hacen inversiones y se tiene un

patrimonio el cual debe protegerse de una manera adecuada y con un asesoramiento oportuno y eficaz en el ámbito jurídico. Esta realidad está determinando que se debe instaurar una cultura de la prevención legal en el ámbito familiar y económico, que se preocupe sobre asuntos de Propiedad, Arrendamientos, Derecho de Familia, Protección del Consumidor, entre otros.

En esa línea, en Loja no existe hasta la actualidad un plan de servicios jurídicos prepagados, que se entiende como el acuerdo que realiza el cliente quien se afilia a un esquema mediante el cual paga en forma mensual o anual servicios legales que posiblemente vaya a requerir en el futuro, este servicio jurídico prepagado, es un servicio que internacionalmente ha venido tomando fuerza y que en muchos países como Chile, España, Colombia, México, USA, y otros, esta cultura ha permitido mejorar los niveles de convivencia y de protección individual, familiar y de las organizaciones empresariales.

Luego del análisis y valoración realizado para poder determinar las necesidades que tiene el cliente dentro de esta rama, se ha encontrado que la mayoría de los ciudadanos no cuenta con un soporte legal que respalde algún evento o problema de índole legal que se le llegara a presentar, por lo que se ha considerado necesario crear un servicio con costos accesibles que garantice al cliente una herramienta que lo proteja de dudas y de posibles problemas legales que suelen presentarse en la su diario vivir o dentro de su empresa.

Es por ello, que surge el problema de investigación del presente proyecto, el mismo que se redacta de la siguiente manera: ***¿Es necesario crear una empresa que oferte servicios jurídicos prepagados en la ciudad de Loja?***

Los problemas derivados que se indagarán son: *¿El servicio jurídico prepagado es una modalidad nueva en Loja?; ¿La demanda de servicios jurídicos en la modalidad prepagada, es suficiente para crear la empresa?*

### **Justificación**

La ejecución del presente trabajo de investigación se justifica plenamente en los siguientes ámbitos:

#### **ACADÉMICA:**

Desarrollar este trabajo de investigación permitirá consolidar la imagen institucional de la Universidad Nacional de Loja, centro de estudios superiores, pionero en la formación de profesionales capacitados para el desempeño de importantes funciones en todas las ramas del conocimiento humano. Organización de educación superior que ha incorporado un nuevo sistema de enseñanza aprendizaje basado en la aplicación práctica de las enseñanzas impartidas por los docentes, permitiendo aplicar los conocimientos relativos a la administración de empresas, vinculando de esta manera la teoría con la práctica para que el estudiante pueda desarrollar su creatividad y adquirir un criterio propio relacionado con la realidad social, económica y financiera en la cual se desarrollan las diferentes actividades cotidianas de las personas.

La justificación académica radica fundamentalmente en el cumplimiento de un requisito determinado en la Ley de Educación Superior y su Reglamento,

Reglamento de Régimen Académico emitido por el Consejo de Educación Superior y el Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja que determina que los aspirantes al grado y título de pregrado como Ingeniería Comercial, elaborarán y sustentarán un proyecto de tesis individual, de conformidad a lo establecido en el plan de estudios de cada Carrera.

**SOCIAL:**

La evolución y transformación de las sociedades ha marcado un cambio en los diferentes mercados de productos y servicios, existiendo en la actualidad la necesidad de servicios especializados en las diferentes ramas y materias, es así que a diario se presentan una serie de inconvenientes relacionados con los derechos del consumidor y muchas otras situaciones, derivadas de contratos, accidentes y otras que la propia dinámica social provoca. Esta realidad requiere de ayuda y respaldo jurídico para la búsqueda de solución del problema por lo que el presente trabajo brindará un aporte significativo a los diferentes grupos familiares y empresariales que podrán contar con un respaldo jurídico especializado en el momento que lo requieran, no solo de un abogado si no de un buffet de abogados que atenderán su requerimiento de acuerdo a las necesidades que se presenten.

Por otro lado, los resultados de la investigación, al ser socializados, permitirán que se reconozca la importancia de asumir la responsabilidad social que todo potencial inversionista que cuenta con los recursos necesarios, tiene frente a la solución de problemas de desempleo y sub empleo, de tal manera que, coadyuve al desarrollo social y económico del medio local.

### **ECONÓMICA:**

La justificación económica del presente trabajo se da en el sentido de que, a través de la creación de esta empresa de servicios jurídicos prepagados, se crearan diferentes fuentes de trabajo tanto en el ámbito jurídico como administrativo, financiero y comercial, además contribuirá al cumplimiento de las políticas gubernamentales, a través del pago de los diferentes tributos que se generan por el ejercicio económico.

### **Objetivos**

#### **Objetivo General:**

Elaborar un proyecto de factibilidad para creación de una empresa que oferte servicios jurídicos prepagados para la ciudad de Loja.

#### **Objetivos Específicos:**

- Realizar el Estudio de Mercado de los posibles clientes o nicho de mercado para este servicio; así como, analizar a los futuros demandantes, a la oferta, al precio, a los canales de distribución y a la publicidad requerida para posicionar el servicio.
- Efectuar un Estudio Técnico, que nos permita determinar la instalación y funcionamiento de un call center de atención al usuario y un balcón de servicios jurídicos especializados, indicando el proceso implementación, así como los equipos y herramientas tecnológicas necesarias.
- Realizar un Estudio Administrativo con el cual se pueda mostrar un estudio organizacional y funcional de la empresa de servicios jurídicos prepago, analizando conceptos y definiciones de cada uno de los puestos a crear.
- Definir el Estudio Financiero que nos permita determinar la inversión, flujos de caja, presupuestos y punto de equilibrio; valores que serán

proyectados durante el ciclo de vida del proyecto.

- Determinar la Evaluación Financiera del proyecto, calculando los indicadores financieros como el Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Período de Recuperación de Capital, Relación Beneficio Costo y Análisis de Sensibilidad, que revelarán la factibilidad del proyecto.

#### **b. Metodología**

Entendida la metodología como un conjunto de procedimientos que se siguen para descubrir y conocer los principios o causas relacionadas con un problema que requiere tratamiento y posible solución, se describen los pasos a seguirse en la presente investigación.

##### **Métodos de investigación**

En la realización del presente trabajo se utilizarán los siguientes métodos de investigación:

**Método Científico.** - Que permitirá identificar el problema respecto a la necesidad de plantear alternativas innovadoras para implementar empresas que representen fuentes de trabajo ante la ausencia de empleo en la ciudad de Loja. Luego para señalar la base teórica-conceptual que permita la comprensión del problema y su fundamentación desde enfoques teóricos de diferentes autores.

Dentro de este método, la investigación se apoyará en los siguientes:

**Método Inductivo.** - Utilizado en primera instancia para redactar el marco teórico, y luego para determinar la factibilidad o no, de implementar una empresa que oferte servicios jurídicos en la modalidad prepago en la ciudad de Loja.

**Método Hipotético.** - Ayudará al planteamiento de la hipótesis que será sometida a su aceptación o rechazo mediante hechos concretos que se desprenden de la investigación o estudio de campo.

**Método Analítico.** - Este método será utilizado en el análisis de los contenidos teórico-prácticos; así como también en la interpretación de los datos que se deriven del estudio de campo (aplicación de instrumentos de investigación); así como de los análisis de Mercado, Ingeniería del Proyecto, Organizacional y Financiero.

### ➤ **TÉCNICAS**

Las técnicas proporcionan las normas necesarias para ordenar las etapas de la investigación científica, por lo tanto, en la presente investigación se utilizarán las técnicas de la encuesta (mediante la elaboración de un cuestionario) y la observación (mediante el diseño de una guía de observación, cuya información se complementará con la entrevista).

**La Observación.** - Como técnica, la observación tiene por objeto la captación de los datos que presentan los hechos mediante la intervención de los órganos sensoriales y de la concentración de la atención.

Por lo tanto, en la investigación que se llevará a cabo, se observarán los estudios jurídicos que congreguen a varios profesionales del derecho; así como la operatividad de otras empresas que ofrezcan servicios prepagados en cualquier ámbito; dicha información se registrará en una ficha prediseñada para el efecto; los datos a recoger están relacionados con el diseño de instalaciones físicas, dimensiones, servicios asociados, operaciones, horarios de atención, características socioeconómicas de los clientes, monto aproximado de la inversión, rentabilidad, etc.; información

que se complementará con preguntas directas a los juristas y/o empleados de los locales que se observará.

**La Encuesta.** - Será aplicada mediante un cuestionario, a un grupo representativo de personas que pueden optar por este servicio nuevo que se pretende implementar en la ciudad de Loja, así mismo, se aprovechará la oportunidad para conocer su opinión respecto a la aceptación que tendría esta empresa en la ciudad y su proyección empresarial, lo cual constituirá una medida del grado de satisfacción de los clientes respecto de estos servicios.

➤ **POBLACIÓN Y MUESTRA**

La población está constituida por las familias del cantón Loja.

- Población de la ciudad de Loja, según el Censo del 2010, y proyectado al 2015 es de 186.908 habitantes distribuidos en familias cuyo número promedio de integrantes es de 4; dando un total de 46.727 familias.

**POBLACIÓN ECONOMICAMENTE ACTIVA  
CANTON LOJA (en familias)**

<b>POBLACIÓN ECONOMICAMENTE ACTIVA, CANTON LOJA</b>	<b>No. MIEMBROS POR FAMILIA</b>	<b>TOTAL FAMILIAS</b>
186.908 hab.	4	46.727
<b>TOTAL</b>		<b>46.727</b>

**Elaborado por:** La autora

**Fuente:** Proyección 2015, Censo Población y Vivienda INEC-2010  
www.inec.gob.ec

- Empresas de la ciudad de Loja, según el Censo del 2012 del INEC, es de 4.532 empresas.

## EMPRESAS DE LOJA

EMPRESAS	TOTAL EMPRESAS
4.532	4.532

**Elaborado por:** La autora

**Fuente:** Censo Empresas y Establecimientos INEC-2012  
www.inec.gob.ec

### Muestra

Al considerarse una población extensa, es necesario aplicar una fórmula matemática que permita determinar una muestra representativa para realizar el estudio de mercado.

Para el presente proyecto se toma la fórmula de muestreo proporcional para poblaciones infinitas cuando no se conoce la probabilidad de ocurrencia, puesto que la población es superior a las 30.000 unidades. La fórmula para su cálculo<sup>29</sup> es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{0.05^2}$$

$$n = 384.16$$

### Donde:

- Z** = Nivel de confianza 95% =1.96
- P** = Probabilidad de ocurrencia (0.5)
- e** = Error tolerable 5% (0.05)

---

<sup>29</sup>

El total de encuestas a aplicarse es de **382**, de las cuales, se estratifican para los dos segmentos de mercado, de la siguiente manera:

### **RESUMEN DE POBLACIÓN Y MUESTRA**

<b>SEGMENTO DE MERCADO</b>	<b>POBLACIÓN N</b>	<b>MUESTRA n</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>TOTAL</b>
Familias (Población económicamente activa)	46.727	382	85%	325
Empresas	4.532		15%	57
<b>TOTAL</b>	<b>51.259</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>	<b>382</b>

**ANEXO 2.**



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA  
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

1. Cuáles son sus ingresos mensuales?  
351 a 500 ( )  
501 a 1000 ( )  
Mayor a 1000 ( )
2. Usted a requerido servicios jurídicos alguna vez  
Si ( ) No ( )
3. Que tipos de servicios a utilizado?  
CIVIL ( )  
PENAL ( )  
TRIBUTARIO ( )  
LABORAL ( )  
SOCIETARIO ( )  
TRÁNSITO ( )
4. Cuantas veces al año ha realizado trámites jurídicos?  
Ninguno ( )  
1 a 2 ( )  
3 a 4 ( )  
5 a Más ( )
5. Usted realiza trámites jurídicos a través de:  
Abogado particular ( )  
Consultorio jurídico ( )  
Consultorio jurídico gratuito ( )
- 6.Cuál es su gasto anual en trámites jurídicos?  
\$ \_\_\_\_\_
7. Usted utilizaría un servicio prepago para realizar trámites jurídicos?  
Si ( ) No ( )
8. Estaría dispuesto a invertir en un servicio prepago para atender sus requerimientos jurídicos durante el año?  
Si ( ) No ( )
9. Cuanto estaría dispuesto a pagar?  
\$ \_\_\_\_\_

10. Como le gustaría que se realizase la promoción del Buffet de Servicios Jurídicos

Prepagados ( )

Televisión ( )

Radio ( )

Prensa escrita ( )

Página web ( )

Vallas publicitarias ( )

Pantallas led ( )

11. Su empresa dispone de asesor jurídico?

Si ( ) No ( )

12. Cuales es su gasto anual en trámites jurídicos?

\$ \_\_\_\_\_

13. Usted utilizaría un servicio prepagado para realizar trámites jurídicos?

Si ( ) No ( )

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

**INDICE DE CONTENIDOS**  
**CONTENIDOS**

**PAGINA**

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORÍA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
a. TÍTULO.....	1
b. RESUMEN.....	2
ABSTRACT.....	4
c. INTRODUCCION.....	6
d. REVISIÓN DE LITERATURA.....	9
e. MATERIALES Y MÉTODOS.....	42
f. RESULTADOS.....	48
g. DISCUSIÓN.....	66
h. CONCLUSIONES.....	153
i. RECOMENDACIONES.....	155
j. BIBLIOGRAFIA.....	156
k. ANEXOS.....	158