



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL**

**Campus Santo Domingo de los Tsachilas**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS  
CARRERA DE INGENIERÍA DE EMPRESAS Y NEGOCIOS**

**Tesis previa la obtención del título de:  
INGENIERÍA DE EMPRESAS Y NEGOCIOS**

**“CREACIÓN DE LA AGENCIA DE SERVICIOS Y COLOCACIÓN DE  
EMPLEOS “ASERCEM” EN SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS”**

**Estudiante:  
YENY LOURDES JUMBO MANZANILLAS**

**Director de tesis  
Msc. MOISES LEMA.**

**Santo Domingo de los Tsachilas – Ecuador**

**Noviembre, 2010**

**“CREACION DE LA AGENCIA DE SERVICIOS Y COLOCACIÓN DE EMPLEOS “ASERCEM” EN SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS”**

Ms. Moisés Lema Padilla.

**DIRECTOR DE TESIS**

---

**APROBADO**

Eco. Raúl Luna Benavides.

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

---

Eco. Víctor Mosquera U.

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

---

Ing. Jorge Laertes Tapia.

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

---

Santo Domingo de los Tsachilas, \_\_ Noviembre del 2010

Autor: YENY LOURDES JUMBO MANZANILLAS

Institución: UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

Título de Tesis: “CREACIÓN DE LA AGENCIA DE SERVICIOS Y COLOCACIÓN DE EMPLEOS “ASERCEM” EN SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS”

Fecha de inicio y finalización: OCTUBRE/2009 – ABRIL/2010

**EL CONTENIDO DEL PRESENTE TRABAJO  
ES DE EXCLUSIVA RESPONSABILIDAD DE  
SU AUTOR.**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL**

**Campus Santo Domingo**

**INFORME DEL DIRECTOR DE TESIS**

Santo Domingo de los Tsachilas, 29 de Octubre del 2010

Eco. Raúl Luna Benavides

COORDINADOR DE LA ESCUELA DE INGENIERIA DE EMPRESAS

Presente.-

De mi consideración:

Mediante e presente tengo a bien informar que el presente trabajo el tema: **“CREACION DE LA AGENCIA DE SERVICIOS Y COLOCACION DE EMPLEOS “ASERCEM” EN SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS”**, propuesto por la Sra. Yeny Lourdes Jumbo Manzanillas, doy fe que ha sido elaborado bajo mi supervisión y control, luego de haber sido concluido el tratamiento de los contenidos se encuentra en condiciones de ser defendido.

Particular que comunico a usted para los fines pertinentes.

Atentamente

---

Ms. Moisés Lema Padilla

**DIRECTOR DE TESIS**

## *Dedicatoria*

*Dedico este trabajo a todas las personas que me apoyaron incondicionalmente, a mis padres en primer lugar que nunca desfallecieron y sus palabras siempre me animaban a seguir adelante y culminar todos los proyectos que ha tenido en la vida, a mis hijos que en muchas ocasiones sacrifiqué tiempo para ellos y dedique a mi tesis a su comprensión este trabajo también es de ellos siempre me apoyaron sin cuestionarme y demostrarles que todo en esta vida se logra si se lo proponen, a mi hermano, familiares, amigos que estuvieron pendientes en fin a todos los que hicieron posible todo esto.*

*Con cariño*

*Lourdes Jumbo M.*

## *Agradecimiento*

*Mi principal agradecimiento a mis padres que con su apoyo incondicional, amor, paciencia y confianza, brindada a través de todos los momentos de mi vida, porque siempre han estado ahí para mí.*

*A mi director de tesis, quien con sus sabios conocimientos y experiencia ha sabido guiarme en la elaboración de mi tesis, así como en la aplicación de los conocimientos adquiridos en mi etapa universitaria. A todos los maestros que con su saber me instruyeron a través de los años y en culminación de mi carrera.*

*A mis hijos que han sido el pilar fundamental en mi vida y la inspiración para culminar todos los proyectos que he emprendido, por sus palabras de apoyo y confianza, así como convertirme en su ejemplo.*

*Además de todos los familiares y amigos que con admiración y orgullo que quiero expresar mi agradecimiento por brindarme siempre su apoyo.*

*Con amor*

*Lourdes Jumbo M.*

## TABLA DE CONTENIDO O INDICE

	<b>Pág.</b>
Portada.....	i
Hoja de sustentación y aprobación de los integrantes del tribunal.....	ii
Hoja de responsabilidad del autor.....	iii
Informe de aprobación del director del plan de titulación.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Índice.....	vii
Índice de cuadros.....	xiii
Índice de gráficos.....	xvi
Índice de anexos.....	xvii
Resumen ejecutivo.....	xviii

## CAPITULO I

### EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

	<b>Pág.</b>
1.1 Planteamiento del Problema.....	1
1.2 Formulación del Problema.....	1
1.3. Tema.....	1
1.4. Objetivos.....	1

1.4.1. Objetivo General.....	1
1.4.2. Objetivos Específicos.....	2
1.5. Justificación.....	2

## **CAPITULO II**

### **ANTECEDENTES**

	<b>Pág.</b>
2.1. Antecedentes Históricos.....	3
2.2. Características del Sector.....	4
2.3. Características del Servicio.....	6

## **CAPITULO III**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

	<b>Pág.</b>
3.1. Objetivos del Estudio de Mercado.....	8
3.2. Metodología Para la Cuantificación de la Demanda.....	9
3.3. Recolección de la Información.....	14
3.4. Procesamiento de la Información.....	15
3.4.1. Resultados de la Investigación.....	15
3.4.2. Comentarios de Investigación de Mercado.....	26
3.5. Cuantificación de Demanda.....	27



3.6. Cuantificación de Oferta.....	28
3.7. Demanda Insatisfecha.....	30
3.8. Captación de Mercado.....	30
3.9. Oferta del Proyecto.....	31
3.10. Comercialización del Servicio.....	33
3.11. Marketing Mix.....	34
3.11.1. Producto.....	34
3.11.2. Precio.....	37
3.11.3. Plaza.....	38
3.11.4. Promoción o Publicidad.....	38

## **CAPITULO IV**

### **ESTUDIO TECNICO**

	<b>Pág.</b>
4.1. Objetivo del Estudio Técnico.....	41
4.2. Tamaño del Proyecto.....	42
4.2.1. Factores del Tamaño del Proyecto.....	42
4.3. Localización del Proyecto.....	43
4.3.1. Macro Localización.....	43
4.3.2. Micro Localización.....	44
4.3.2.1. Factores Para Determinar la Micro Localización del Proyecto.....	46

4.4. Ingeniería del Proyecto.....	49
4.4.1. Infraestructura.....	49
4.4.2. Selección de Equipos de Computación, Muebles y Útiles de Oficina.....	50
4.4.3. Personal de la Empresa.....	52
4.4.3.1. Estructura Organizacional.....	53
4.4.3.2. Organigrama Estructural.....	54
4.4.3.3. Determinación de Puestos.....	55
4.4.4. Distribución Física del Proyecto.....	59
4.4.5. Selección del Proceso de la Empresa.....	61
4.4.6. Flujograma del Proceso.....	61
4.4.6.1. Programas de Producción.....	66
4.5. Base Legal.....	67
4.5.1. Entidades Relacionadas.....	68
4.5.2. Leyes Conexas.....	68

## **CAPITULO V**

### **INVERSIONES DEL PROYECTO**

	<b>Pág.</b>
5.1. Activos Fijos Tangibles.....	70
5.2. Activos Fijos Diferidos.....	70
5.3. Capital de Trabajo.....	71

5.4. Financiamiento del Proyecto.....	72
5.4.1. Fuentes de Financiamiento del Proyecto.....	73
5.4.1.1. Fuentes Internas.....	73
5.5. Cuadro de Fuentes y Usos.....	74

## **CAPITULO VI**

### **COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO**

	<b>Pág.</b>
6.1. Costos de Producción.....	75
6.1.1. Gastos Administrativos.....	79
6.1.2. Gastos de Publicidad.....	81
6.2. Proyección de Costos.....	82
6.3. Ingresos del Proyecto.....	84
6.3.1. Presupuestos de Ingresos.....	84
6.3.2. Proyección del Presupuesto de Ingresos.....	84

## **CAPITULO VII**

### **EVALUACIÓN FINANCIERA**

	<b>Pág.</b>
7.1. Evaluación Económico Financiera del Proyecto.....	86

7.1.1. Instrumento de Evaluación.....	86
7.1.1.1. Estado de Situación Inicial.....	86
7.1.1.2. Estado de Resultados.....	88
7.1.1.3. Flujo de Caja.....	88
7.1.2. Indicadores de Evaluación.....	90
7.1.2.1. Costos de Oportunidad de Capital.....	90
7.1.2.2. Valor Actual Neto (VAN).....	91
7.1.2.3. Tasa Interna de Retorno (TIR).....	92
7.1.2.4. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI).....	93
7.1.3. Punto de Equilibrio.....	95
7.1.4. Índices Financieros.....	96

## **CAPITULO VII**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

	<b>Pág.</b>
8.1. Conclusiones.....	99
8.2. Recomendaciones.....	100
Bibliografía.....	101

## INDICE DE CUADROS

	<b>Pág.</b>
Cuadro N°1	Urbanizaciones de Santo Domingo.....11
Cuadro N°2	Resultados pregunta N° 1.....16
Cuadro N°3	Resultados pregunta N° 2.....17
Cuadro N°4	Resultados pregunta N°3.....18
Cuadro N°5	Resultados pregunta N°4.....19
Cuadro N°6	Resultados pregunta N°5.....20
Cuadro N°7	Resultados pregunta N°6.....21
Cuadro N°8	Resultados pregunta N°7.....22
Cuadro N°9	Resultados pregunta N°8.....23
Cuadro N°10	Resultados pregunta N°9.....24
Cuadro N°11	Resultados pregunta N°10.....25
Cuadro N°12	Proyección demanda por hogares del área urbana.....28
Cuadro N°13	Proyección oferta por hogares del área urbana.....29
Cuadro N°14	Proyección demanda insatisfecha por hogares del área urbana...30
Cuadro N°15	Captación del Mercado de “ASERCEM” S.A.....31
Cuadro N°16	Detalle de servicios a ofertar por parte de “ASERCEM” S.A....32
Cuadro N°17	Variables y características de población en Sto Dgo.....33
Cuadro N°18	Fijación de precios referencial.....37
Cuadro N°19	Método de Localización por Puntos.....45

Cuadro N°20	Detalle Gastos de Infraestructura.....	49
Cuadro N°21	Selección de Equipos de Computación.....	50
Cuadro N°22	Selección de Muebles y Enseres.....	51
Cuadro N°23	Selección Equipos de Oficina.....	51
Cuadro N° 24	Selección Útiles de Oficina.....	52
Cuadro N°25	Rol de Pagos al Personal.....	53
Cuadro N°26	Tiempos y Movimientos en la Pre-selección del Personal.....	65
Cuadro N°27	Tiempos y Movimientos en la Selección Final del Personal.....	66
Cuadro N°28	Programa de Producción Anual de “ASERCEM”.....	69
Cuadro N°29	Inversión del Proyecto.....	73
Cuadro N°30	Seguros.....	71
Cuadro N°31	Capital de Trabajo.....	72
Cuadro N° 32	Fuente Interna de Financiamiento.....	73
Cuadro N°33	Fuentes y Usos.....	74
Cuadro N°34	Costos Fijos y Variables.....	76
Cuadro N°35	Implementos de Limpieza.....	77
Cuadro N° 36	Servicios Básicos.....	77
Cuadro N° 37	Reparación y Mantenimiento.....	78
Cuadro N° 38	Seguros.....	78
Cuadro N° 39	Imprevistos.....	78
Cuadro N°40	Rol de Pagos Anuales más Beneficios.....	79

Cuadro N°41	Depreciaciones Anuales.....	80
Cuadro N°42	Resumen de Depreciaciones.....	81
Cuadro N°43	Proyecciones de Gastos de Publicidad.....	81
Cuadro N°44	Costo de Producción de Servicios.....	83
Cuadro N°45	Ingresos del Proyecto para “ASERCEM”.....	85
Cuadro N°46	Estado de Situación Inicial.....	87
Cuadro N°47	Estado de Resultados.....	88
Cuadro N°48	Flujo de Caja Generado por el Proyecto en Efectivo.....	89
Cuadro N°49	Costo de Oportunidad del Capital.....	91
Cuadro N°50	Tasa Interna de Retorno.....	93
Cuadro N° 51	Periodo Real de Recuperación.....	94
Cuadro N° 52	Punto de Equilibrio.....	95

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

	<b>Pág.</b>
Gráfico 1	Tipo de Servicios Requeridos en Diferentes Necesidades.....16
Gráfico 2	Como Contratan en la Actualidad.....17
Gráfico 3	Respecto al Nivel de Estudios.....18
Gráfico 4	Medios de Comunicación Preferidos para Contratar Personal.....19
Gráfico 5	Respecto al Personal Ocasional los Prefieren.....20
Gráfico 6	Forma de Pago al Personal.....21
Gráfico 7	Tipo de Visita del Personal Ocasional.....22
Gráfico 8	Disponibilidad a la afiliación al Seguro Social.....23
Gráfico 9	Horario de Trabajo o visita del Personal Ocasional.....24
Gráfico 10	Número de Hogares con Personal y sin Personal.....25
Gráfico 11	Mapa de Santo Domingo y sus Cercanías.....44
Gráfico 12	Croquis de la ubicación de la empresa.....48
Gráfico 13	Organigrama Estructural de la Empresa.....55
Gráfico 14	Distribución física de la empresa.....60
Gráfico 15	Flujograma del Proceso de Pre-selección del personal.....61
Gráfico 16	Flujograma de Selección Final del Personal.....63



## ÍNDICE DE ANEXOS

	<b>Pág.</b>
Anexo A	Modelo de Encuesta.....103
Anexo B	Razón Social de la Empresa.....105
Anexo C	Modelo de Hojas Volantes.....106
Anexo D	Modelo de Tarjetas de Presentación.....107
Anexo E	Proforma de Cuñas Radiales.....108
Anexo F	Proforma en Anuncios de Periódicos.....109
Anexo G	Proforma Anuncios en TV.....110
Anexo H	Proforma de Publicidad.....111
Anexo I	Proforma de Equipo de Computación.....112
Anexo J	Proforma de Muebles de Oficina.....113
Anexo K	Proforma Equipos de Oficina.....114
Anexo L	Pasos para el Registro en la Súper de Compañías.....115
Anexo M	Pasos para el Registro en el Servicio de Rentas Internas SRI.....117
Anexo N	Borrador del Acta de Constitución.....118
Anexo O	Contrato de Arrendamiento.....120

## **RESUMEN EJECUTIVO**

Como investigadora e inversionista, considero que el proyecto tiene la viabilidad necesaria ya que la presente investigación ha permitido determinar que en la ciudad de Santo Domingo de los Tsachilas, posee características comerciales y económicas, para invertir en negocios innovadores y rentables, permitiendo de esta manera la generación de nuevas fuentes de trabajo, además del desarrollo que se logra en las pequeñas, medianas y grandes empresas, así competir en el mercado con propuestas atractivas a clientes, el estudio de mercado realizado en el Proyecto de Creación de una Agencia de Servicios y Colocación de Empleos, existiendo demanda de parte de clientes potenciales, los mismos que tienen requerimientos bien acentuados en cuanto a los profesionales en cada rama que necesitan para laborar en sus hogares.

La empresa del presente proyecto se constituirá en forma legal como Sociedad Anónima, con tres accionistas, que sin tener la necesidad de incurrir en préstamos bancarios, al trabajar con capital propio se cubre los gastos de inversión y tener liquidez para desarrollar con normalidad sus actividades administrativas y operativas, cuya ubicación estratégica está dada por métodos que permite una optimización de recursos, Urbanización Granda Centeno, Sector del Pupusa.

En el desarrollo de cada uno de los capítulos se demostrará con bases sustentables, anexos, cuadros y más la accesibilidad del mercador y la rentabilidad del proyecto concluyendo la investigación con resultados.

## **CAPITULO I**

### **EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **1.1. Planteamiento del problema**

La baja calidad y poca capacitación encontrada al momento de requerir personal, enfocado al sector domiciliario de Santo Domingo de los Tsachilas, ya que se enfrenta a problemas de sueldos bajos, superación profesional y personal.

#### **1.2. Formulación del problema**

¿Cómo afecta la mano de obra calificada en el rendimiento laboral y personal de los trabajadores?

#### **1.3. Tema**

“Creación de la Agencia de servicios y Colocación de Empleos en Santo Domingo de los Tsachilas”.

#### **1.4. Objetivos**

##### **1.4.1. Objetivo General**

Plantear la creación de una Agencia de empleos para Santo Domingo de los Tsáchilas, aplicando un modelo administrativo viable a corto plazo, así poder orientar a las partes interesadas, brindando servicios de alta calidad a la sociedad santodomingueña.

### **1.4.2. Objetivos Específicos**

Proveer y desarrollar el personal adecuado para cada puesto de trabajo.

Determinar el tipo de agencias especializadas en brindar servicios de empleos que existen en la zona.

Establecer el método de evaluación para la mano de obra calificada que se ofrecerá.

Ejecutar un modelo organizacional que garantice el servicio de abastecimiento continuo y regulado de mano de obra calificada.

### **1.5. JUSTIFICACION**

En Santo Domingo de los Tsachilas no existe un control y regulación continua por parte de las autoridades competentes (ministerio de trabajo), para que las empresas cumplan con la ley, como es sueldos muy por abajo de lo reglamentario, horarios de trabajo extensos, generando aquello a un problema socio-económico grave.

Con la finalidad de que sea fácil la ubicación dentro del mercado laboral local nuestro personal deberá someterse a evaluación y capacitación constante.

De acuerdo a los problemas planteados que son sumamente reales y demostrables, nos permite investigar y proponer soluciones viables para desarrollar programas de evaluación y cambiar la estructura en la forma de contratación de personal actuando como un departamento de recursos humanos independiente a nivel local.

## CAPITULO II

### ANTECEDENTES

#### 2.1. Antecedentes históricos

Desde la época colonial, la región de Santo Domingo de Los Colorados figura como parte del extenso territorio montañoso de la cordillera occidental, conocida como "Provincia de Yumbos" donde habitaron Niguas, Yumbos y Tsáchilas.

A partir de 1932 alrededor de la altiplanicie ubicada entre el margen derecho del río Pove y el estero Pupusa fue surgiendo el nuevo centro poblado de la Parroquia. Para 1943 el Municipio de Mejía encargaba al Ingeniero Walter Seligman la realización de un plano urbanístico en el cual constaba la plaza y sus principales calles, tomando como ejes las vías a Quito, Chone y Quinindé. Para el 18 de noviembre de 1944, mediante decreto legislativo, la Parroquia de Santo Domingo de los Colorados, pasaba nuevamente a depender política, económica y administrativamente del Municipio de Quito.

Durante estos años, el poblado iba concentrando algunas actividades de gestión y demanda de servicios básicos; producción agrícola, pequeño comercio como tiendas, salones y pensiones. El transporte crecía con la llegada de los primeros camiones de carga y de pasajeros. La evidente presencia de nuevos inmigrantes y moradores, de nativos y nuevos colonos de distinto origen y porvenir que daban forma a un nuevo espacio o la formación de diferentes cooperativas.

La Parroquia Rural comenzó a crecer espontáneamente. Si en 1932 el centro poblado tenía docenas de casas, y 120 habitantes. En 1943, se incrementó a 70 viviendas y a más 500 habitantes. El primer Censo de Población de 1950, señala que Santo Domingo concentró 6.972 habitantes: 1.493 en el casco central y 5.480 en el área rural.

Si en 1950 la Parroquia había reunido 6.974 habitantes, para 1.962 ascendería a 31.345, para luego crecer explosivamente, ya como cantón, a 103.215 habitantes en 1.974. La población asentada en el área rural representaba más del 70% de la población total cantonal. En menos de 25 años, la población rural pasaba de 5.480 a 72.692 habitantes quedando según datos del último censo INEC 2007 en 322.080<sup>1</sup> habitantes.

El campo fue el foco de atracción migratoria durante los años sesenta, el poblado central de la antigua Parroquia de Santo Domingo también tuvo su Incremento, definiéndose desde entonces, entre las ciudades de mayor dinámica poblacional del Ecuador.

De tal forma, este crecimiento también marcaba el comienzo de la inusitada expansión del espacio urbano. Hasta 1960 el núcleo urbano tenía una extensión de 10.6 Has.; para 1962 se amplía a 58 Has. En 1969, superaba ya las 370 Has., mientras que para 1974 alcanzó 435 Has.

A partir de 1982, la población urbana rebasaba a la población rural, al concentrar 69.000 habitantes respecto a los 68.000 que reunía el campo. En 1990, ya el 60% de la población total del cantón se había concentrado en la ciudad. Entre 1974y 1990 la población urbana se incrementó 4 veces, al pasar de 30.000 a más de 114.000 habitantes, manteniendo una tasa promedio anual del 10%, constituyéndose, por tanto, entre las ciudades intermedias de mayor crecimiento a nivel nacional.

## **2.2. Características del Sector**

Por ser privilegiada con su ubicación la ciudad posee un clima envidiado y producción tanto ganadera como productiva única, variedad de cultivos cacao, plátano, malanga, entre otras especies. Su superficie es de 3.857 KM<sup>2</sup>, Santo Domingo tiene un posicionamiento vial y espacial; privilegiado como enlace regional sierra-costa, próxima a los ejes de desarrollo terrestre (2H30 a Quito y 4H30 a Guayaquil), con

---

<sup>1</sup> "[http://es.wikipedia.org/wiki/Santo\\_Domingo\\_\(Ecuador\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Santo_Domingo_(Ecuador))"

posibilidades de Intercambio con los cuatro puertos de exportación (Manta, Esmeraldas, Guayaquil y Pto. Bolívar).

**Localización:** La Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas está ubicada en la parte noroccidental de la cordillera de los Andes, en la región del trópico-húmedo.

**Capital:** Santo Domingo.

**Límites:** Norte: Provincias de Pichincha y Esmeraldas; Sur: Los Ríos y Cotopaxi; Este: los cantones Quito y Mejía; Oeste: Manabí.

**Altitud:** 656 msnm.

**Temperatura media:** 22,9°C.

**Clima:** Goza de un clima subtropical.

**Población:** Según proyecciones del INEC para el 2007 la población total se estima en, 322.080 habitantes, con una tasa anual de crecimiento de 3,7. Zona urbana: 70% de la población. Zona rural: 30% de la población.<sup>2</sup>

Actualmente, para la formulación de políticas, estrategias y objetivos institucionales y jurisdiccionales, así como la elaboración de planes y programas de desarrollo, el Municipio de Santo Domingo estima que la población total del cantón es de 450.000 habitantes, distribuidos así : 300.000 en el área urbana y 150.000 en el sector rural.<sup>3</sup>

Hombres	144.490
Mujeres	142.528
Total por área	450.000 habitantes
Tasa de Crecimiento Anual	<b>3.7%</b>

Fuente: INEC - Censo 2001

<sup>2</sup> [http://es-wikipedia.org/wiki/Santo-Domingo\\_\(Ecuador\)](http://es-wikipedia.org/wiki/Santo-Domingo_(Ecuador)).

<sup>3</sup> www. Municipio Santo Domingo de los Tsachilas, Estadísticas.

### 2.3. Características del servicio

Para determinar la naturaleza de nuestro servicio es necesario conocer al detalle las características del entorno de nuestra empresa, como saber el número de habitantes y a que se dedican para conocer las necesidades que serán cubiertas estimando que las principales actividades de las compañías que se encuentran registradas se refieren a sectores del Comercio, Agrícola, Agroindustrial, Inmobiliario, Construcción, Autopartes, Producción, Gremiales, Turismo, Metal-Mecánica, Laboratorios, Educación, ensamblaje y Transporte, Químicos, Seguridad y Vigilancia, Comunicación, Servicios, etc.

Motivo por el cual el crecimiento de la ciudad como una gran urbe económica, productiva y bancaria, nos otorgará los datos que brindará una mejor opción a que sector será destinado nuestros servicios, que mayormente estará enfocado en el servicio doméstico, enfermeros, niñeras, profesores, choferes, entre otros.

Por la poca información o informalidad de los contratos de trabajo no existe una cultura de afiliación en las personas no solo en Santo Domingo sino a nivel nacional siendo un número muy pequeño el que se encuentra afiliado al seguro social y gozar de los beneficios que tienen derecho.

Afiliados al Seguro General	2.000
Afiliados al Seguro Social Campesino	5.000

Fuente: Centro de Atención Ambulatoria del IESS - SD

Para el Año Lectivo 2005-2006 los estudiantes matriculados son los siguientes teniendo como potenciales clientes los padres de familia que por motivos de trabajo tienen que ausentarse mucho tiempo de sus casas:



<b>Instrucción</b>	<b>Alumnos</b>	<b>Profesores</b>	<b>Planteles</b>	<b>Aulas</b>
Pre-primaria	3.459	3.651	938	180
Primaria	50.747	1.795	426	1839
Secundaria	20.232	1.670	96	1047
<b>TOTAL</b>	<b>74.438</b>	<b>7.116</b>	<b>1.460</b>	<b>3.066</b>

**Fuente:** INEC. Censo de Población y Vivienda, 2001

**Elaboración:** Proforestal – Santo Domingo

Y por ultimo para tener una mejor visión de los datos a obtener en las diferentes cooperativas y urbanizaciones que se tiene registradas en la subdirección de cooperativas.

<b>Cooperativas de Vivienda</b>	<b>71</b>
Cooperativas de Transporte	40
Cooperativas de Producción	2
Cooperativas de Construcción	2

**Fuente:** Subdirección de Cooperativas – SD

Se toma en cuenta todos estos datos porque se quiere tener en cuenta cuales serán nuestros potenciales usuarios o clientes al momento de determinar la demanda de nuestros servicios profesionales.

## CAPITULO III

### ESTUDIO DE MERCADO

#### 3.1. Objetivos del Estudio de Mercado

*“Es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado”<sup>4</sup>.*

Objetivo será acaparar mayor número de clientela, un estudio de mercado bien dirigido y aplicado será provechoso para el crecimiento y desarrollo de la empresa.

**Se ha considerado como objetivos de mercado los siguientes:**

- ✓ Determinar la aceptación y proceder a la puesta en marcha de la agencia de empleos en la zona.
- ✓ Acogida a la empresa por parte de las familias en los diferentes estratos sociales.
- ✓ Conocer si los clientes se familiarizan con la idea de contratar personal a través de una agencia de empleos y no por recomendados.
- ✓ Identificar la disposición de pagos al personal y beneficios a recibir.
- ✓ Con la información obtenida se determinara el precio apropiado a grabar y saber a quién se lo recarga.

---

<sup>4</sup> www. Monografías. Com, Reporte Final. Pág. 1.

### 3.2. Metodología Para la Cuantificación de la Demanda

*“Toda investigación de mercados abarca la recolección, registro, procesamiento y análisis sistemático de información relativa al mercado, que al ser interpretada, servirá de base para descubrir nuevas oportunidades y reducir los riesgos al tomar decisiones”.*<sup>5</sup>

Como cada investigación es diferente para realizar la cuantificación de la demanda existen dos técnicas que son: técnicas cuantitativas y cualitativas. Las **técnicas cuantitativas** se basan en el examen de extensos colectivos, la estimación de cantidades y la realización de análisis estadísticos de información primaria además de ser costosa y requerir tiempo y conocimientos para obtenerla y al momento de realizar las encuestas los individuos consideran que están siendo interrogados y emiten información controlada y consiente y al contraste las **técnicas cualitativas** estudian a profundidad universos reducidos y realizan análisis psicológicos y sociólogos, así con esta información se opta por el método **cuantitativo**.

En la investigación cuantitativa se tiene dos enfoques:

**Descriptiva.-** Es decir que lo que pretende con el estudio es cuantificar las variables que se presenten en el mercado, sin modificar el consumo o hábitos del consumidor, y las principales técnicas de investigación se considera tres opciones que se utilizará la mejor se acople a nuestras necesidades y son:

- **La encuesta.-** Es la técnica más utilizada por ser sencilla de aplicar proporciona información en cualquier universo y tiempo corto para recabar información primaria.

---

<sup>5</sup> Lcdo. Francisco Jara P. FUNDAMENTOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS. Texto Guía. CAP. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS. Pág. 16.

- **El panel.-** Esta técnica requiere de tiempo más o menos largo ya que la información a obtener es de hogares o personas que se comprometen a facilitar información durante un periodo determinado.
- **La observación.-** La técnica de observación permite obtener información de una población de individuos sin que sean conscientes que nos brindan colaboración directa.

**Casual.-** se pretende determinar los efectos de una variable o medir los efectos de la publicidad en ventas, medir el impacto cuando se aumenta o disminuye el precio, etc.

El estudio de factibilidad de la agencia de empleo estará regido por la realización de encuestas, que se considera a las viviendas en las urbanizaciones donde se ubican la clase: media, media-alta y alta, población económicamente activa de la ciudad por ser quienes contratan los servicios, dando como resultado un universo estimado de 11.655 viviendas<sup>6</sup> consideradas como población objetivo.

**Formula Estadística.-** “Con la información proporcionada por la Ing. Betty Doicela, ejecutiva en dirección de avalúos y catastros del Ilustre Municipio de Santo Domingo de los Tsachilas, de las urbanizaciones existentes en la ciudad se procede a calcular el tamaño de la muestra y sus muestras; se utilizará en este caso el muestreo estratificado con afijación proporcional. se procederá con la selección de las unidades muestrales, en forma aleatoria se escogerán familias con un estrato medio medio-alto que puedan acceder a la agencia de servicios; para esto la guía será el listado proporcionado en el Municipio por la Dirección de Avalúos y Catastros<sup>7</sup>”.

---

<sup>6</sup> Municipio de Santo Domingo de los Tsachilas, Dirección de Avalúos y Catastros.

<sup>7</sup> Dirección de Avalúos y Catastros, Municipio de Santo Domingo de los Tsachilas, 2006, Cuadro N° 1.

**CUADRO N° 1**

GOBIERNO MUNICIPAL DE SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS

DIRECCION DE AVALUOS Y CATASTROS

URBANIZACIONES INGRESADAS AL SISTEMA 2006

N°	URBANIZACIONES	Nh	Nh
1	MUTUALISTA BENALCAZAR I - II ETAPA	355	5
2	LAS ISLAS	178	3
3	MIRAFLORES	50	1
4	DILPO	62	1
5	EL ELECTRICO	133	2
6	EL PRADO	109	2
7	MONTEBELLO	63	1
8	VIRGEN DEL CISNE	151	2
9	ABARCA	62	1
10	CIUDAD JARDIN	50	1
11	EL PORTON	1195	14
12	IERAC 69	87	1
13	LAS GUADUAS	188	3
14	ESCORPIO	51	1
15	LOS ROSALES I - II - III -IV ETAPA	<b>1426</b>	20
16	CAMINOS VECINALES	1008	15
17	PAZ Y MIÑO	81	1
18	IERAC	154	2
19	BANCO DE FOMENTO N°1	60	1
20	BAHIA COLORADA	271	4
21	BRISAS DE ZARACAY	260	4
22	PERALTA	124	2
23	COROMOTO	110	2
24	ECHANIQUE CUEVA – SUR	167	2
25	ECHANIQUE CUEVA – NORTE	167	2
26	EL CENTENARIO	865	12
27	EL CIRCULO	100	1
28	HERMANOS PONTON	87	1
29	MOREIRA	171	2
30	LOS JARDINES	210	3
31	LAS PALMERAS	181	3

32	LOS ALAMOS	111	2
33	GRANDA CENTENO	112	2
34	LOS LAURELES	188	3
35	LOS PAMBILES	223	3
36	MARIA DEL CARMEN	97	1
37	LUIS NAPOLEON RUIZ	36	0
38	PACHECO	189	3
39	SANTA ROSA	54	1
40	UCOM N° 2	743	11
41	VISTA HERMOSA	301	4
42	PORTAL DEL LAGO	365	5
43	CASTELO BENALCAZAR	93	1
44	BOMBOLI	868	13
45	BRISAS DEL COLORADO	37	1
46	FLORIDA	32	0
47	BALTRA	30	0
	<b>TOTALES</b>	<b>11655</b>	<b>168</b>

Fuente: dirección de Avalúos y Catastros del Ilustre Municipio de Santo Domingo de lo Tsachilas

Elaborado por: Jumbo Lourdes/2009

### Formula:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot S^2}{(N - 1) \cdot E^2 + Z \cdot S^2}$$

Donde:

n = es el tamaño de la muestra

N = es el tamaño de la población

Z = es la referencia estandarizada dada a un nivel de confianza, lo cual consideré aplicar de acuerdo a la recomendación del 95%.

$S^2$  = p.q Varianza proporcional, **p** es el éxito asociado, y representara el grupo de viviendas en la urbanización con mayor peso.

q = (1 - p) fracaso o representación de las viviendas entre otros.

$E^2$  = margen de error permitido, considerando la disposición económica, tiempo, fines de estudio y el tipo de preguntas aplicadas en la encuesta. Lo cual se obtiene:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot S^2}{(N - 1) \cdot E^2 + Z^2 \cdot S^2}$$

$$n = \frac{11655 (1,96)^2 (1426/11655) (1 - 0,103)}{(11655 - 1) (0,05)^2 + (1,96) (0,092)}$$

$$n = \frac{(11655) (3,8416) (0,1224) (0,897)}{(11654)(0,0025) + (1,96) (0,092)}$$

$$n = \frac{4915,85}{29,32} \quad \mathbf{n = 167 \text{ encuestas}}$$

Y para la submuestra o numero de encuestas a aplicar en cada una de las urbanizaciones que se tienen como guía de referencia se utilizará la siguiente fórmula de cálculo:

$$n_h = n * \left[ \frac{N_h}{N} \right]$$

**Donde:**

$n_h$  es el tamaño de la submuestra

$N_h$  es el tamaño de la subpoblación o población de la urbanización

$N$  es el tamaño de la población considerada o universo

$$n_h = \frac{167 * 355}{11655}$$

$n_h = 5$  encuestas en la urbanización Mutualista Benalcazar

El Msc. Moisés Lema Padilla, profesor de estadística fue quien proporcionó la fórmula de cálculo, guiándose en los criterios de Jozef Bielek Leslie Kish en sus obras de Técnicas de Muestreo.

De acuerdo a las unidades muestrales se procederá a seleccionar de forma aleatoria las viviendas a encuestar de las diferentes urbanizaciones, las preguntas aplicadas serán cerradas, probando la consistencia de la información estadística, y se aplica un sondeo parcial, además con la utilización de los porcentajes se ponderará el universo de investigación.

### 3.3. Recolección de la Información

*“Una vez que se ha diseñado el instrumento que permitirá recabar la información, el investigador debe establecer las instrucciones claras para que los encargados de levantar la información la realicen de forma precisa y homogénea, en el lugar y tiempo indicados a las personas que conforman la muestra”<sup>8</sup>*

Es así que en esta investigación se utilizará dos tipos de fuentes de investigación: fuentes primarias (encuestas, sondeo de mercado) y fuentes secundarias (datos del ilustre Municipio de Santo Domingo de los Tsachilas, datos del SRI, mapas de la ciudad, entre otros), encuestas aplicadas a los 167 hogares información que será recopilada en la zona urbana. Cada hogar estará representado por una encuesta. (**VER ANEXO A**).

Para conocer qué tipo de aceptación tienen las agencias de empleo en la zona por parte de las familias santodomingueñas, serán muy importantes los resultados de las

---

<sup>8</sup> JARA PADILLA, Francisco, FUNDAMENTOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, pag20.



encuestas aplicadas, y poder brindar servicios de calidad y desarrollar nuevas estrategias.

### **3.4. Procesamiento de la información**

Una vez obtenida la información de las encuestas del Proyecto de Factibilidad de la agencia y colocación de empleos, aplicadas en las urbanizaciones y barrios residenciales de Santo Domingo de los Tsachilas, se procederá a analizarlas, se ponderará el universo del cantón y utilizando porcentajes se graficará los resultados en el programa de computación Excel.

#### **3.4.1. Resultados de la investigación**

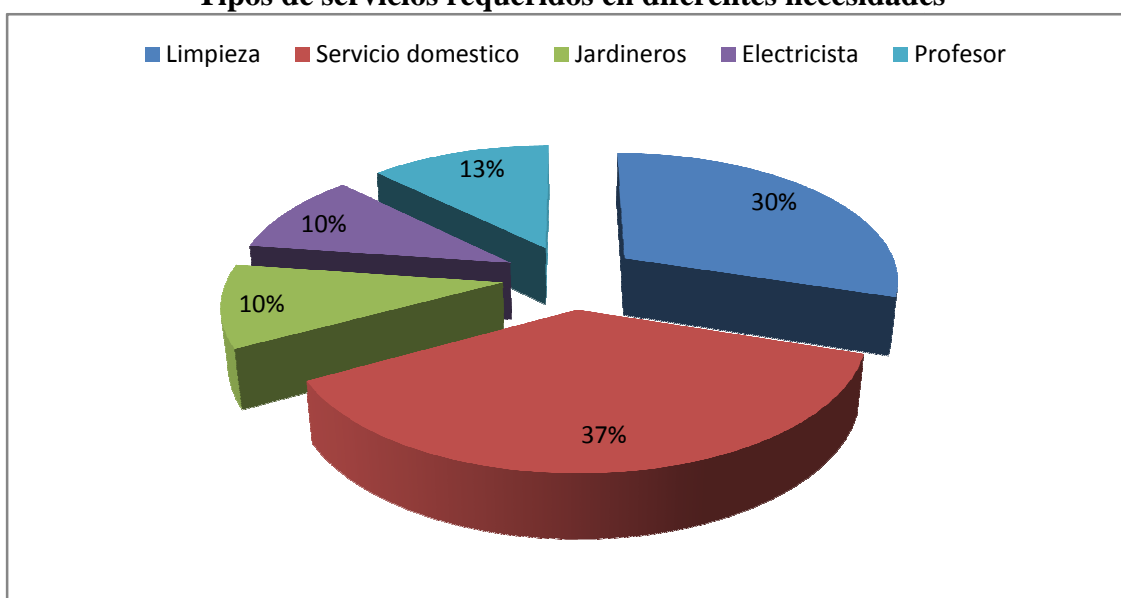
Para determinar el éxito del proyecto de factibilidad, los resultados de las encuestas serán analizados y se convertirán en la base de la toma de decisiones respecto a la creación de una agencia y colocación de empleos en Santo Domingo de los Tsáchilas, realizados en las principales urbanizaciones del Cantón.

**Primera pregunta: ¿Requiere usted contar con?:**

**Cuadro N° 2**  
**Diferentes requerimientos respecto al personal de planta deseado**

Necesidades de Personal	Frecuencia	Porcentaje
Limpieza	50	29,9
Servicio domestico	62	37,1
Jardineros	17	10,2
Electricista	17	10,2
Profesor	21	12,6
<b>TOTAL</b>	<b>167</b>	<b>100</b>

**Gráfico N° 1**  
**Tipos de servicios requeridos en diferentes necesidades**



Fuente: Resultados de la Investigación  
Elaborado por: Jumbo Lourdes/2009

### **Análisis.**

Luego de la investigación se determino que el 37,1% de familias encuestadas prefieren contratar para servicio domestico, así como el 29,9% prefiere contratar personal de limpieza, jardineros el 10,2%, electricista 10,2% y otros el 12,6%.

**Segunda Pregunta: ¿Cuándo contrató usted el personal de servicios, como lo obtuvo o hizo?**

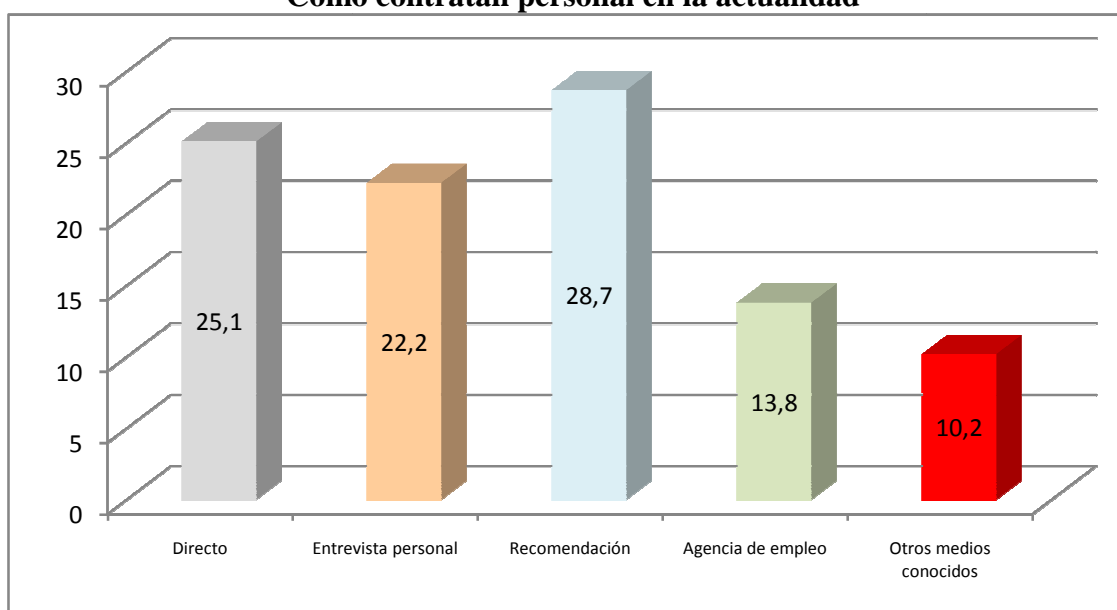
**Cuadro N° 3**

**Formas de contratar o conseguir el personal de servicios**

Maneras de conocer la necesidad	Frecuencia	Porcentaje
Directo	42	25,1
Entrevista personal	37	22,2
Recomendación	48	28,7
Agencia de empleo	23	13,8
Otros medios conocidos	17	10,2
<b>TOTAL</b>	<b>167</b>	<b>100</b>

**Grafico N° 2**

**Como contratan personal en la actualidad**



**Fuente:** Resultados de la investigación  
**Elaborado por:** Jumbo Lourdes/2009

**Análisis.**

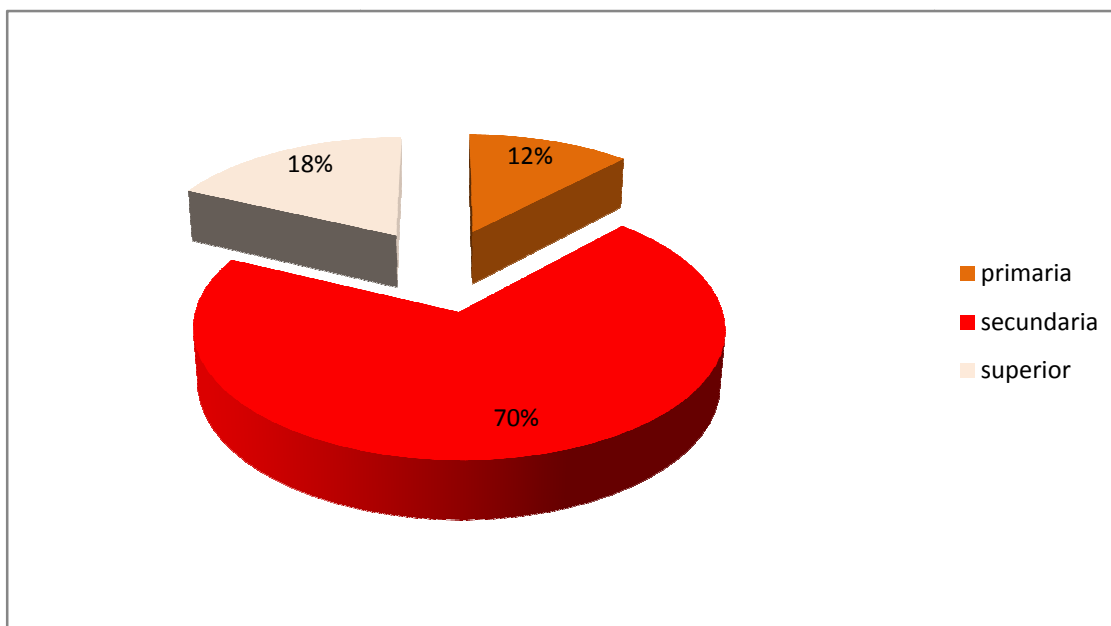
De manera tradicional el 28,7% de los encuestados prefieren contratar personal por recomendación, el 25,1% busca directamente al personal, el 22,2% lo hace mediante entrevistas, el 13,8% en agencias de empleo, y el 10,2% por otros medios conocidos.

**Tercera Pregunta: ¿Qué nivel de estudio le gustaría que tenga su asistente?**

**Cuadro N° 4**  
**Nivel de estudios**

Nivel de instrucción	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	20	12
Secundaria	117	70,1
Superior	30	18
<b>TOTAL</b>	<b>167</b>	<b>100</b>

**Grafico N° 3**  
**Respecto al nivel de estudios**



**Fuente:** Resultados de la investigación

**Elaborado por:** Lourdes Jumbo/2009

**Análisis.**

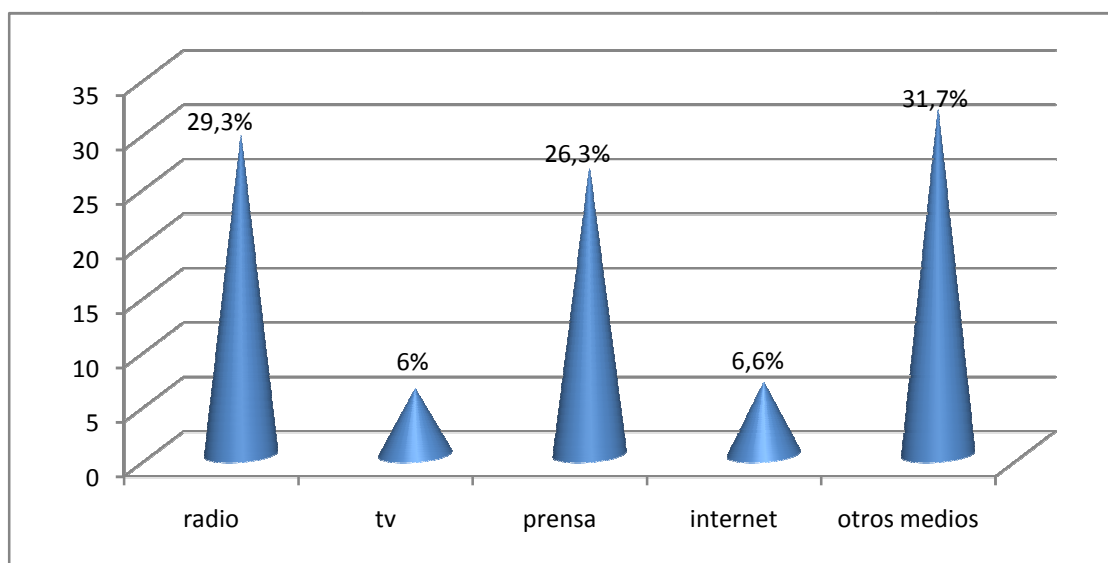
Según los resultados de las encuestas realizadas el 70,1% de las familias prefieren que las personas que trabajan para ellos tengan estudios secundarios, frente a un 18% a nivel superior, y 12% solo la primaria.

**Cuarta Pregunta: ¿Cuándo usted requiere personal para su hogar, que medio de comunicación utiliza?**

**Cuadro N° 5**  
**Medios de comunicación**

Medios de Comunicación	Frecuencia	Porcentaje
Radio	49	29,3
TV	10	6
Prensa	44	26,3
Internet	11	6,6
Otros medios	53	31,7
<b>TOTAL</b>	<b>167</b>	<b>100</b>

**Grafico N° 4**  
**Medios de comunicación preferidos para conseguir personal**



**Fuente:** Resultados de la investigación  
**Elaborado por:** Jumbo Lourdes/2009.

### **Análisis.**

El 29,3% prefiere contratar radio según los resultados de la investigación lo cual también nos dice que el 26,3% utiliza la prensa, el 6,6% internet, la tv con 6% y otros medios conocidos el 31,7%.

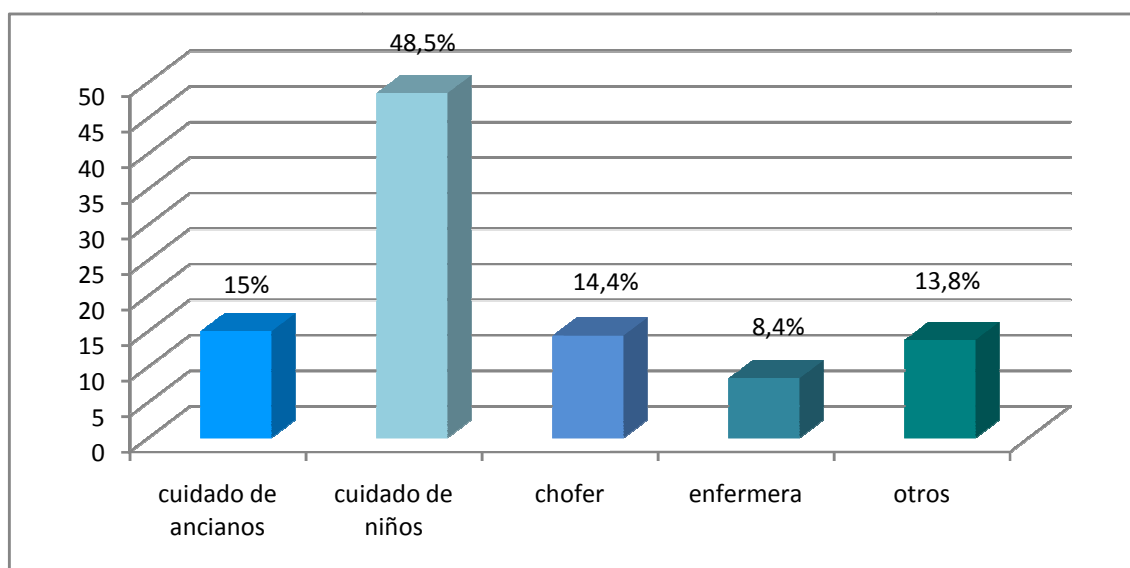
**Quinta Pregunta: ¿A más de contar, con una asistente le gustaría tener los servicios de una persona que le ayude a realizar trabajos ocasionales cómo?:**

**Cuadro N° 6**  
**Personal ocasional**

Personal adicional	Frecuencia	Porcentaje
Cuidado de ancianos	25	15
Cuidado de niños	81	48,5
Chofer	24	14,4
Gasfitero	14	8,4
Enfermera	23	13,8
<b>TOTAL</b>	<b>167</b>	<b>100</b>

**Grafico N° 5**

**Respecto al personal ocasional las preferencias son**



**Fuente:** Resultados de la investigación  
**Elaborado por:** Jumbo Lourdes/2009

### **Análisis.**

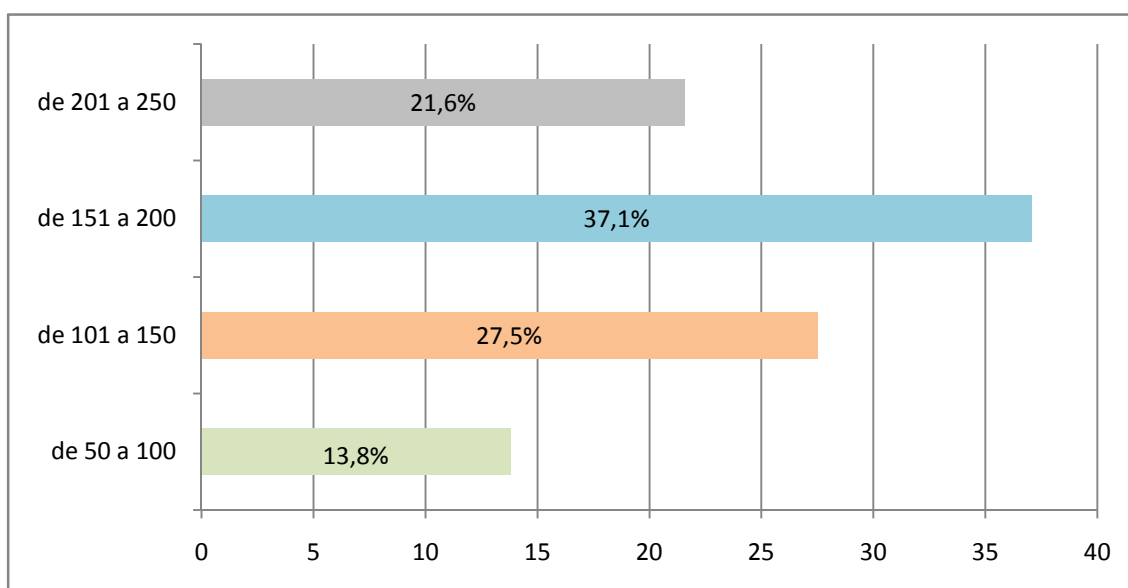
El 48,5% de los encuestados respondió que necesitan el servicio de niñeras, el 15% que necesitaban servicio de cuidado de ancianos. El 14,4% necesitan chofer, 8,4% gasfitero y 13,8% enfermera/o.

**Sexta Pregunta: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios de asistente de hogar?**

**Cuadro N° 7**  
**Pago al personal**

Forma de Pago Mensual	Frecuencia	Porcentaje
Entre 50 y 100	23	13,8
Entre 101 y 150	46	27,5
Entre 151 y 200	62	37,1
Entre 201 y 250	36	21,6
<b>TOTAL</b>	<b>167</b>	<b>100</b>

**Grafico N° 6**  
**Forma de pago al personal**



**Fuente:** Resultados de la investigación  
**Elaborado por:** Lourdes Jumbo/2009

**Análisis.**

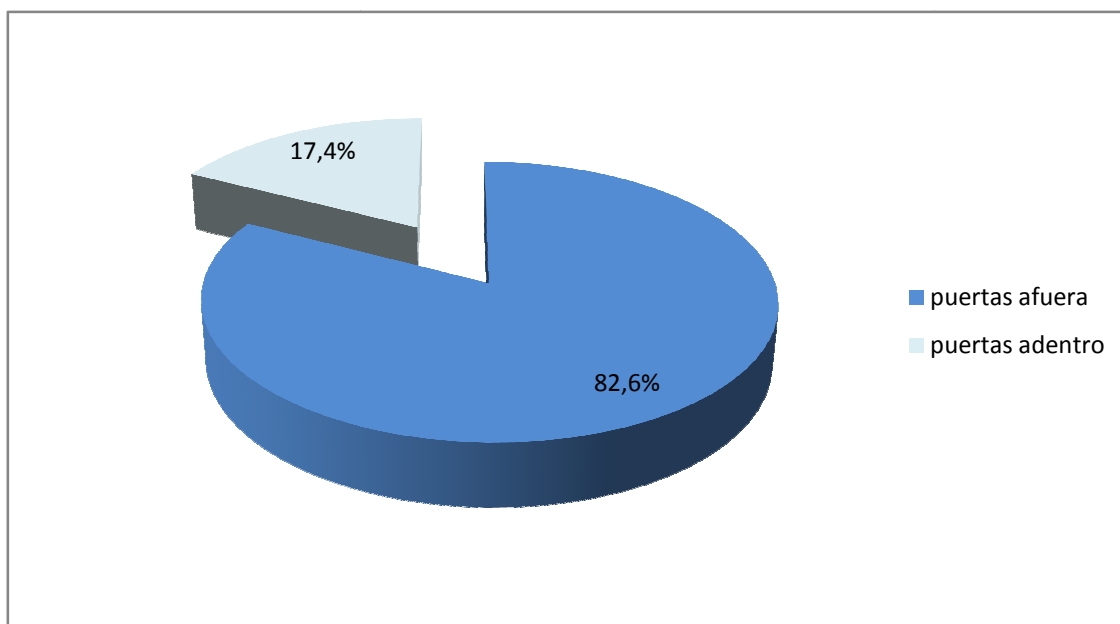
Según el resultado de la investigación el 37,1% de las familias encuestadas están dispuestas a pagar entre \$151,00 y \$200,00 dólares, mientras que el 27,5% pagarían entre \$101,00 y \$150,00 dólares, el 21,6% estarían pagando entre \$201,00 y \$250,00 dólares, y un 13,8% paga entre \$50,00 y \$100,00 dólares.

**Séptima pregunta: ¿Cómo le gustaría que fueran las visitas del servicio del personal ocasional?**

**Cuadro N° 8**  
**Frecuencia de visitas**

Tipo de visitas	Frecuencia	Porcentaje
Puertas afuera	138	82,6
Puertas adentro	29	17,4
<b>Total</b>	<b>167</b>	<b>100</b>

**Grafico N° 7**  
**Referente al tipo de visitas del personal ocasional**



Fuente: Resultados de la investigación  
Elaborado por: Jumbo Lourdes/2009

### **Análisis.**

El 82,6% de los encuestados ha mostrado su preferencia por que el personal a su cargo trabaje puertas afuera, mientras que el 17,4% ha manifestado que desean que trabajen puertas adentro.



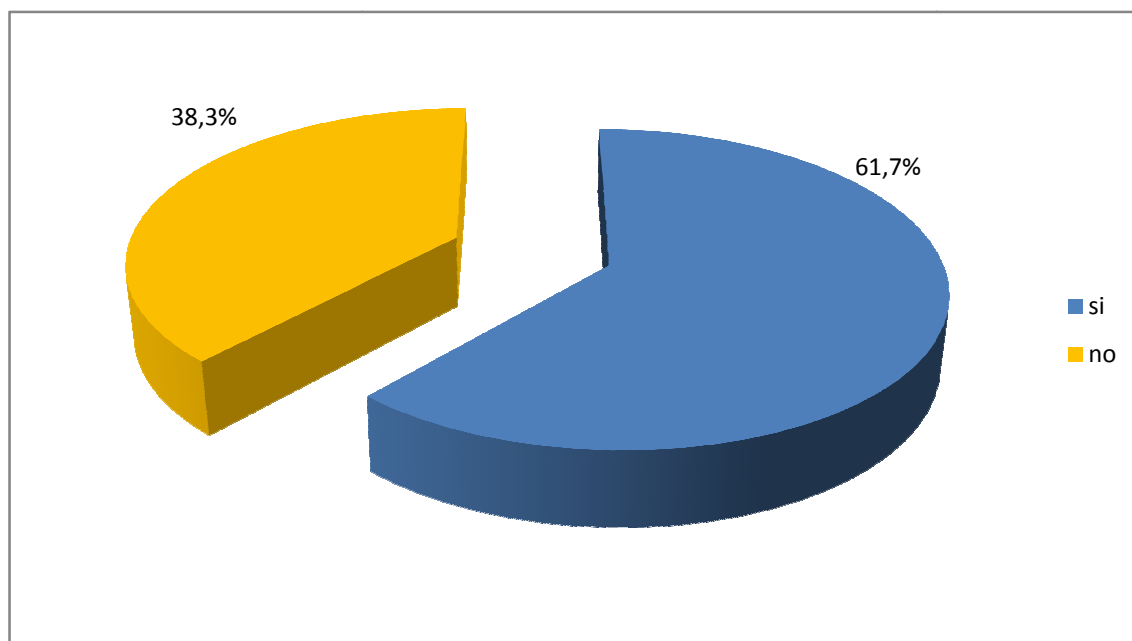
**Octava Pregunta: ¿Estaría dispuesto a afiliar al seguro social a sus colaboradores?**

**Cuadro N° 9**  
**Intención de afiliación**

Afiliación al seguro social	Frecuencia	Porcentaje
Si	103	61,7
No	64	38,3
<b>Total</b>	<b>167</b>	<b>100</b>

Fuente: Resultados de la investigación  
Elaborado por: Jumbo Lourdes/2009

**Grafico N° 8**  
**Disponibilidad de afiliación al seguro social**



Fuente: Resultados de la investigación  
Elaborado por: Jumbo Lourdes/2009

**Análisis.**

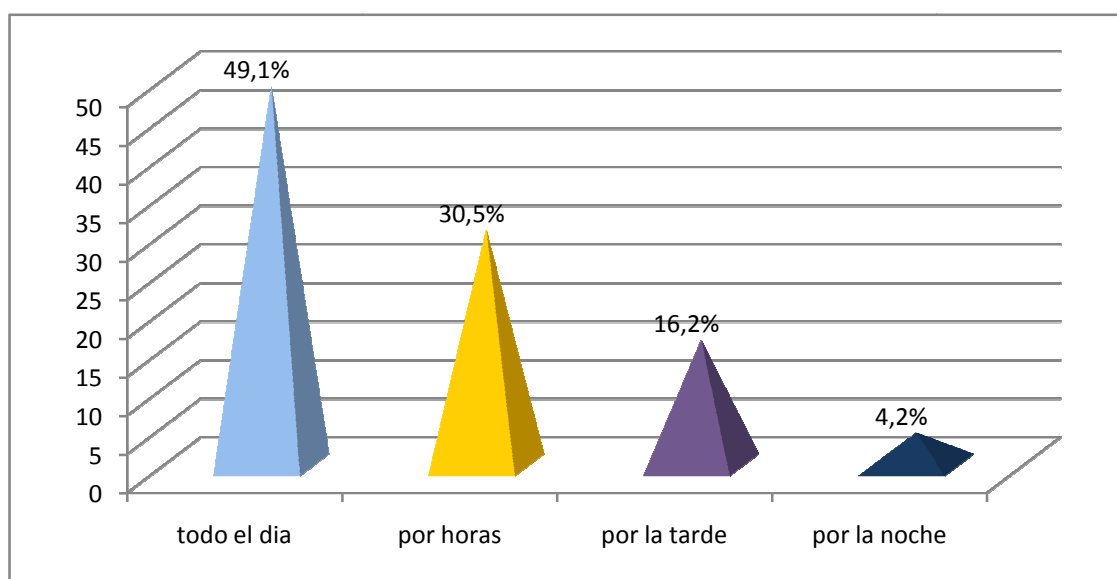
De acuerdo a las encuestas realizadas el 61,7% de las familias encuestadas están dispuestas a afiliar al personal de servicio, mientras que el 38,3% no desean hacerlo.

**Novena Pregunta: ¿Con respecto al personal ocasional como le gustaría que sea su horario?**

**Cuadro N° 10**  
**Horario de Trabajo**

Horario de visitas	Frecuencia	Porcentaje
Todo el día	82	49,10
Por horas	51	30,50
Por la tarde	27	16,20
Por la noche	7	4,20
<b>Total</b>	<b>167</b>	<b>100,00</b>

**Grafico N° 9**  
**Horario de trabajo o visitas del personal ocasional**



**Fuente:** Resultados de la encuesta  
**Elaborado por:** Jumbo Lourdes/2009

### **Análisis.**

El 49,1% de los encuestados respondieron que prefieren que su personal trabaje todo el día, mientras que el 30,5% que el trabajo sea por horas, el 16,2% cumplan por la tarde y 4,2% sea en la noche.

**Décima pregunta: ¿Cuenta con personal en este momento?**

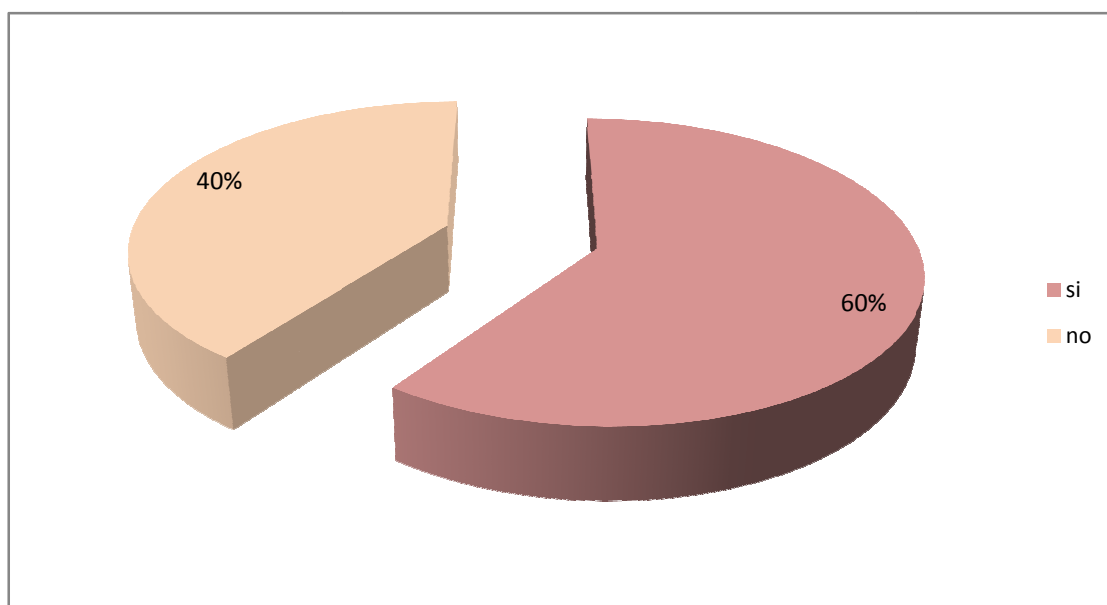
**Cuadro N° 11**

**Personal Ocupado y no Ocupado**

Personal Ocupado	Frecuencia	Porcentaje
Si	100	60
No	67	40
<b>Total</b>	<b>167</b>	<b>100</b>

**Gráfico N° 10**

**Número de hogares con personal y sin personal**



**Fuente:** Resultados de la investigación

**Elaborado por:** Jumbo Lourdes/2009

**Análisis.**

Estos resultados nos demuestran que en 60% que cuentan con personal en este momento y la diferencia 40% no cuenta con personal y nos servirán los datos al momento de calcular la oferta y demanda.

### 3.4.2. Comentarios de Investigación de Mercado

Una vez terminadas las encuestas, su tabulación, procesamiento y análisis, se concluye con lo siguiente:

- ✓ Que la aceptación de crear una agencia de servicios y empleos es muy alta por parte de las familias santodomingueñas ya que por el tipo de vida que se lleva en la actualidad donde los padres de familia tienen que ausentarse del hogar, el personal que trabaje para ellos debe ser personal calificado tanto en la profesional como en lo personal.
- ✓ Que muy pocos conocen que otras agencias prestan su servicio en el medio y hayan utilizados sus servicios, lo que es también un beneficio para la agencia.
- ✓ Que la mayoría de encuestados están dispuestos a afiliarse al seguro social a sus colaboradores, ya que es una forma de presión por parte de los empleadores hacia sus empleados, por pasar a formar parte de una nómina fija y no tienen que preocuparse por estar cambiando o buscando constantemente personal.
- ✓ En lo referente al sueldo también arrojo cifras alentadoras por ser accesibles a la economía de los contratantes, no son tan irrisorios como tal vez lo eran anteriormente, donde no se les pagaba siquiera lo básico.
- ✓ Se tiene una idea clara de que tipo de personal es el que se necesita mayormente en las familias (servicio doméstico, limpieza, cuidado de niños, entre otros que igual tuvieron, considerables porcentajes), lo cual el campo de acción estará enfocado a brindar un servicio óptimo a los clientes.

- ✓ El control de calidad al momento de hacer la selección de personal tiene que tener altos estándares, considerando que la mayoría de hogares encuestados quedan casi o todo el día abandonados porque ambos padres trabajan, y los hijos quedan sin ninguna supervisión y necesitan tener confianza de quien queda en su hogar.

### 3.5. Cuantificación de Demanda

*“la demanda de un producto concreto por parte de un consumidor consiste en una tabla de las cantidades que adquirirían los consumidores a diversos precios”.*<sup>9</sup>

En la proyección de demanda se tomará en cuenta varios factores que influyen a obtener resultados precisos:

Para proyectar la demanda de la agencia de empleos, se tomará las siguientes variables:

Población y Vivienda según censo 2007 del INEC	322.080
( - ) Índice de Pobreza 2009 (21.8%) <sup>10</sup>	70.213
<b>Total habitantes Clase Media, Media alta y Alta</b>	<b>251.867</b>
( / ) Promedio de personas por hogar	4,2
<b>Total de Hogares existentes en el área urbana demanda potencial</b>	<b>59.968</b>

El número de habitantes de Santo Domingo según datos del INEC es de 322080 personas de los cuales 70213 también por datos obtenidos en la página del INEC da

<sup>9</sup> BARRY P. Keating, Universidad de Notre Dame, ENCICLOPEDIA DEL MANAGEMENT, conceptos de economía, pág. 445.

<sup>10</sup> [http://www.inec.gov.ec/web/guest/publicaciones/anuarios/inv\\_soc/emp\\_des](http://www.inec.gov.ec/web/guest/publicaciones/anuarios/inv_soc/emp_des)

como índice de la pobreza el 21,8% en la ciudad al 2009, la diferencia 251867 son las personas en estimadas que viven en condiciones aceptables siendo considerados como clase media, media-alta, alta, y 4,2 son las personas en promedio que viven en los hogares para conocer cuál será la referencia del proyecto se divide el valor de la clase media y el número de promedio de hogares resultando 59.968 de hogares como referencia de hogares que ya cuentan con personal que es la demanda o punto de partida.

### Cuadro N° 12

#### Proyección de la demanda por número de hogares del área en urbanizaciones de Santo Domingo de los Tsachilas al 2009

Detalle	AÑO 0	AÑO 1 3,7%	AÑO 2 1%	AÑO 3 1,5%	AÑO 4 1%	AÑO 5 1,5%
PROYECCIÓN DEMANDA	59968	62187	62809	63751	64388	65354

Fuente: Resultados de la investigación

Elaborado por: Jumbo Lourdes/2009

Considerando el número de hogares existentes en el área urbana según los datos obtenidos de la ciudad, y esperando que todos los hogares deseen contratar personal de servicio se realiza una proyección de 5 años para ampliar nuestro campo de acción, y considerando la tasa de crecimiento establecida por el INEC de 3,7%<sup>11</sup>, y un crecimiento año a año entre 1% y 1,5% dejando un acumulado al cabo de 5 años del 8% aproximadamente, el criterio de crecimiento de la ciudad ya que se encuentra ubicada dentro de las ciudades con más alto nivel de crecimiento en Latinoamérica.

### 3.6. Cuantificación de Oferta

Con datos obtenidos de la Ciudad se proyectará la oferta del proyecto de la agencia de empleos.

<sup>11</sup> [http://fvivanco.blogspot.com/2009/05/santo-domingo-por-dentro\\_18.html](http://fvivanco.blogspot.com/2009/05/santo-domingo-por-dentro_18.html) Pág. 2-09/02/2010

<b>Total habitantes de clase media, media alta, alta</b>	<b>251.867</b>
(=) 60% del mercado que ya cuenta con personal de servicios	<u>151.120</u>
<b>Diferencia entre habitantes y mercado cubierto</b>	<b>100.747</b>
/Número de personas por hogar	<u>4.2</u>
<b>Total de hogares para nuestra oferta actual</b>	<b>23.987</b>

El número de hogares a los que se pretende llegar o captar se toma al número de habitantes de clase media, media-alta, alta, es de 251.867, de los cuales el 60% ya han sido cubiertos por diferentes medios dando como resultado la diferencia de 100.747 habitantes que se estima no cuentan con personal de servicios y para tener una idea clara se divide para el número de personas promedio por hogares que es 4,2, el resultado de 23.987 es la referencia a quienes se captará con la oferta del proyecto.

### Cuadro N° 13

#### Proyección de la oferta por hogares en las urbanizaciones de Santo Domingo de los Tsachilas 2009

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1 3,7%	AÑO 2 1%	AÑO 3 1,5%	AÑO 4 1%	AÑO 5 1,5%
PROYECCIÓN OFERTA	23987	24875	25123	25500	25755	26141

Fuente: resultados de la investigación

Elaborado por: Jumbo Lourdes/2009

Por no saber de la existencia empresas que ofertan similares servicios, se nos hace muy difícil el recabar información del medio para esto debemos de aplicar la lógica en este ejercicio, lo que permitirá empezar a tener una oferta inicial de **23987** hogares a los que se pretende llegar con el servicio, y considerando una tasa de crecimiento del 3,7% anual, y un incremento año a año de la ciudad en su población entre el 1% y 1,5% llegando a un total aproximado de 8% al cabo de 5 años o duración del proyecto estimado, así la simulación de la oferta muestra un proyecto ambicioso.

### 3.7. Demanda Insatisfecha

La diferencia entre demanda y oferta arrojará el valor de la demanda insatisfecha que no ha sido cubierta, mostrando como resultado las dimensiones de la empresa en su iniciación.

**Cuadro N° 14**

**Proyección de la demanda insatisfecha en hogares del área urbana de la ciudad**

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1 3,7%	AÑO 2 1%	AÑO 3 1,5%	AÑO 4 1%	AÑO 5 1,5%
PROYECCIÓN DEMANDA	59968	62187	62809	63751	64388	65354
(-) PROYECCIÓN OFERTA	23987	24875	25123	25500	25755	26141
<b>(=) TOTAL DEMANDA INSATISFECHA</b>	<b>35981</b>	<b>37312</b>	<b>37685</b>	<b>38251</b>	<b>38633</b>	<b>39213</b>

Fuente: Resultados de la Investigación

Elaborado por: Jumbo Lourdes

Tomando la diferencia existente entre oferta y demanda se llega a la conclusión que existe gran número de fuentes de trabajo sin ser explotados por falta de conocimientos o asesoría de empresas que muchas han dejado de operar o no son conocidas en el medio, es así que la proyección muestra incrementos considerables en los que se debe enfocar, y en todo calculo de este proyecto los valores que se toma como referencia son para demanda inicial 59968 y oferta 23987 y la diferencia de 35981, como demanda insatisfecha para los próximos años y servirá de punto de partida incrementando el 3,7% de crecimiento anual y se estima un crecimiento año a año entre 1% y 1,5%.

### 3.8 CAPTACIÓN MERCADO 15 –20% DEMANDA INSATISFECHA

Por lo general para proyectarse cuánto va a ser el campo de trabajo se toma en consideración entre el 15% hasta el 20% de la demanda insatisfecha global de un



proyecto, para la agencia de servicios y colocación de empleos, se tendrá en cuenta el 20% de captación del mercado de Santo Domingo de los Tsachilas a cubrir.

### Cuadro N° 15

#### Captación del mercado de la agencia de servicios y colocación de empleos

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1 3,7%	AÑO 2 1%	AÑO 3 1,5%	AÑO 4 1%	AÑO 5 1,5%
DEMANDA INSATISFECHA	35981	37312	37685	38251	38633	39213
<b>CAPTACIÓN DE MERCADO 20%</b>	<b>7196</b>	<b>7462</b>	<b>7537</b>	<b>7650</b>	<b>7727</b>	<b>7843</b>

Fuente: Resultados de la Investigación

Elaborado por: Jumbo Lourdes

Se ha estimado como demanda insatisfecha de 37312 hogares que carecen aún de servicios domésticos o varios de los cuales la agencia de servicios y colocación de empleos aspira captar el 20% del mercado que aun no ha sido cubierto da 7462 puestos trabajo proyectados para el primer año, y el crecimiento de 3,7% año a año entre el 1% y 1,5%, que asimila al incremento de la población estimada.

### 3.9. Oferta del Proyecto

Mediante el estudio de mercado realizado y una vez analizados todos los resultados arrojados para el Proyecto de Creación de una agencia y colocación de empleos, se ha determinado que la proyección de la demanda frente a la oferta tenemos una demanda insatisfecha de 37312 hogares para el primer año, y aplicando el porcentaje de captación de mercado del 20%, llegaría el servicio a 7462 familias que se espera cubrir el mayor número de puestos a ofrecer ya que las encuestas se realizó a hogares que previamente indicaron necesitar de alguna manera los servicios de profesionales en diferentes ramas, y que por diferentes circunstancias se ven obligados a pasar mayor tiempo fuera de su casa a ambos padres, siendo las labores cotidianas de mayor acogida al momento de

buscar personal, pero por la naturaleza de la situación ausencia parcial de ambos padres y no contar con ninguna tutoría para los hijos el trabajo de niñeras es lo que se apuntala y por tal razón tener estándares muy altos al momento de selección del personal encargado, por lo cual también prefieren que por lo menos tengan un nivel de educación media y puedan ayudar en las tareas del colegio, en fin hay otras labores que tienen altos porcentajes de aceptación como limpieza, seguida por cuidado de ancianos, chofer, enfermeras(os), profesores y otros.

**Cuadro N° 16**

**Detalle de Servicios a Ofertar por parte de “ASERCEM” S.A.**

<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1 3,7%</b>	<b>AÑO 2 1%</b>	<b>AÑO 3 1,5%</b>	<b>AÑO 4 1%</b>	<b>AÑO 5 1,5%</b>
Servicio doméstico	1385	1399	1420	1434	1456
Limpieza	1117	1128	1145	1156	1174
Jardinero	380	383	389	393	399
Electricista	380	383	389	393	399
Profesor	469	473	481	485	493
Cuidado de ancianos	559	565	573	579	587
Niñera	1810	1828	1855	1874	1902
Chofer	536	541	550	555	563
Gasfitero	313	316	321	324	329
Enfermero/a	514	519	527	533	541
<b>TOTAL</b>	<b>7462</b>	<b>7537</b>	<b>7650</b>	<b>7726</b>	<b>7842</b>

Fuente: Resultados de la Investigación  
Elaborado por: Jumbo Lourdes/2009

La oferta de los servicios que brindará la agencia de servicios y colocación de empleos están identificados por valores que denotan en la tabla de oferta del proyecto los cuales son altos y representan el porcentaje con que cada servicio participa en las encuestas realizadas de los cuales serán los que mayor demanda tendrá en el año 1 como son el servicio de cuidado infantil o niñeras con 1810 necesidades, así como servicio doméstico 1385 necesidades es un rubro muy solicitado entre las familias, y también el de limpieza 1117 necesidades y otros servicios de cuidado sea de adulto mayor 559 o enfermeras/os 514, choferes 536, profesores 469, jardineros 380, y otros de los cuales nuestra oferta está dada en todas las necesidades que identificamos en la tabla y otras que puedan aparecer en el camino y también se realiza el incremento de taza

poblacional del 3,7% para iniciar la propuesta y año a año el incremento será entre 1% y 1,5%.

### 3.10. Comercialización del Servicio

Para la comercialización del servicio de la agencia de empleos he considerado varios aspectos importantes, ya que para determinar el segmento a donde va dirigido el servicio, se toma en cuenta lo siguiente: preferencias, gustos, forma de vida, costumbres, hábitos de nuestros futuros y posibles consumidores.

**Cuadro N° 17**

**Variables y Características de Población en Santo Domingo de los Tsachilas**

<b>VARIABLES</b>	<b>CARACTERISTICAS</b>
<b>GEOGRAFICAS</b>	
Región	Santo Domingo, Provincia Santo Domingo de los Tsachilas
tamaño de la población	322.080, habitantes INEC 2007
N° de Viviendas	80.000 hogares o predios urbanos de la ciudad
<b>DEMOGRAFICAS</b>	
Tamaño de la familia	Según INEC 4,2 personas
Ingresos	entre \$400,00 a \$700,00 mensuales por familia
Ocupación	Profesionales, comerciantes, docentes, etc.
Educación	Secundaria, Superior
Edad	edad comprendida entre 23 y 75 años
Sexo	femenino, masculino
Estilo de Vida	Emprendedores
Clase social	Media, media-alta, alta

**Fuente:** Resultados de la Investigación  
**Elaborado por:** Jumbo Lourdes/2009

### 3.11. Marketing Mix

*“Marketing Mix incluye todas las medidas tácticas que pueda tomar una empresa para influir en la demanda de sus productos, este sin fin de posibilidades se puede agrupar en torno a las “cuatro p”: Producto, Precio, Plaza y Promoción”.*<sup>12</sup>

Conclusión para lograr satisfacer el mercado meta debemos puntualizar en las cuatro variables con mucho cuidado, ya que será la base para el éxito de la agencia, porque es como nos conocerán los contactos y como quiere que la conozca, quedando todo ligado para abarcar más espacios de mercado, a continuación en detalle de las variables.

#### 3.11.1 Producto

*“Es todo aquello que se puede ofrecer en sus mercados, para atraer la atención del público y lograr su adquisición o consumo, comprende objetos físicos, servicios, personalidades, lugares, organizaciones e ideas”.*<sup>13</sup>

Al crear la agencia y colocación de empleos el producto estará dado por brindar un servicio a la comunidad santodomingueña y sus alrededores, la finalidad principal estará enfocada en obtener ingresos que permitan cubrir gastos iniciales, y la recuperación de la inversión para posteriormente obtener las utilidades deseadas.

El servicio se caracterizará por brindar la confianza que el cliente necesita, la seguridad, el profesionalismo, la honestidad y la atención personalizada en el proceso de selección, contratación y desarrollo del trabajo, haciendo un seguimiento de control de calidad,

---

<sup>12</sup> Kotler, Philip, MARKETING, Décima edición.

<sup>13</sup> [www.monografias.com](http://www.monografias.com) Reporte Final. Pág. 10.

para obtener resultados satisfactorios y cubrir mas áreas, permitiendo un rápido crecimiento lo cual se detallará a continuación los servicios que se prestarán.

**Servicio Domestico.-** Persona que se encarga de realizar quehaceres en el hogar (arreglo, mantenimiento, cocina, cuidado de niños, etc.), la empresa se enfocará en tener disponible personal que tenga experiencia en el campo doméstico no es necesario tener instrucción académica de segundo nivel, por el tipo de trabajo que se realizará en los diferentes hogares.

**Jardinero.-** Persona encarga en el área de jardinería experta en poda y mantenimiento de plantas.

**Limpieza.-** Su contratación puede ser a tiempo completo o medio tiempo y se encarga de la limpieza estrictamente sin dedicarse a otros menesteres.

**Electricista.-** Para su contratación necesita tener experiencia y formación en el área eléctrica y su trabajo puede ser a medio tiempo salvo el caso que sea directamente a alguna empresa.

**Profesores.-** Persona experta en el área educativa con experiencia mínima de universidad o labor escolar.

**Cuidado de Ancianos.-** Persona encargada del aseo y cuidado de personas mayores con título universitario o experiencia en el área de enfermería.

**Niñeras.-** En lo posible personas con experiencia en el manejo de infantes y sus problemas, además de brindar apoyo de las tareas escolares cuando sea necesario.

**Chofer.-** Necesita poseer licencia profesional y cumplirá con el oficio de manejo de vehículos estrictamente.

**Gasfitero.-** Fontanero que será contratado a medio tiempo y su labor será en el área contratado.

**Enfermero.-** Persona dedicada a la asistencia de los enfermos indistintamente cual fuera la edad de la persona enferma.

Los anteriores serán una parte de los servicios que brindará la agencia por ser de mayor petición al momento de solicitar personal de los cuales no son las únicas ofertas que se hará ya que en el transcurso del tiempo surgirán nuevas opciones para ampliar el campo de acción.

**Razón Social de la Empresa.-** la empresa tiene que tener un nombre que lo asocien e identifique con el servicio que se va a prestar para que no existan confusiones posteriores, para lo cual se tiene slogan y logotipo de la empresa.

**Logotipo.-** “ASERCEM” Agencia de servicios y colocación de empleos.

**Slogan.-** Confianza, agilidad y profesionalismo.

**Marca Registrada.-** Por cuestiones de plagio y comercialización bajo protección legal nuestra marca será registrada en el IEPPI (Instituto Ecuatoriano de Plagio de Propiedad Intelectual) (**VER ANEXO B**).

### 3.11.2. Precio

*“La cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, o la suma de valores que los consumidores entregan a cambio de los beneficios de poseer o utilizar dicho producto o servicio”<sup>14</sup>.*

Como la empresa va a estar dedica a buscar y colocar personal en las diferentes áreas se necesita cubrir, el precio estará dado por comisión lo cual determinará quién incurrirá con el gasto si será el personal en ese caso quien ofrece el servicio o quien desea contratar o acceder al servicio.

**Cuadro N° 18**

**Fijación de Precios Referencial**

<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>VALORES</b>
SERVICIOS BÁSICOS	2475,00
ARRIENDO	4320,00
SUELDOS	23012,40
IMPREVISTOS	1490,37
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>31297,77</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>	
PUBLICIDAD	2057,76
MANTENIMIENTO	669,71
MATERIALES DE OFICINA	245,39
REPARACIÓN Y MANTENIMEINTO	62,50
SEGUROS	67,12
IMPREVISTOS	174,51
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	<b>3276,99</b>
<b>COSTOS TOTALES</b>	<b>34574,76</b>
<b>Captación de Mercado</b>	<b>7462</b>
<b>Dif .Cost. Tot/capt. Merc 20%</b>	<b>4,63</b>
<b>PRECIO SUGERIDO</b>	<b>20,00</b>

Fuente: Resultados de la Investigación  
Elaborado por: Jumbo Lourdes/2009

<sup>14</sup>MARKETING, Philip Kotler, Gary Armstrong, Dionicio Cámara Ibáñez, Ignacio Cruz Roche, Décima edición.

La diferencia entre la división de los costos totales del periodo \$34574,76 dólares y la captación de mercado que representa al 20% de la demanda no satisfecha con 7462 fuentes de trabajo da como resultado \$4,63 dólares que ayuda a cubrir los gastos anuales para lo cual se aspira obtener mayores utilidades y existe la inclinación por grabar un valor estándar de \$20,00 que se vuelve accesible a cualquier persona que requiera contratar el servicio.

### **3.11.3. Plaza**

*“Es un grupo de intermediarios relacionados entre sí que hacen llegar los productos a los consumidores”.*<sup>15</sup>

Tiene relación con todas las actividades encaminadas a poner a disposición del consumidor los servicios de la empresa, es el enlace directo entre ofertantes y demandantes que se encuentran libres de especulaciones y sobrepuestos.

- Oficinas adecuadas para brindar un mejor servicio.

### **3.11.4. Promoción o Publicidad**

*“El papel de la promoción es comunicarse con las personas, grupos u organizaciones para facilitar, en forma directa o indirecta, los intercambios al influir en uno o más de los consumidores para que acepten un producto de la organización”.*<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Ferrell, W.M. Pride/O.C., MARKETING, Pag. 274.

<sup>16</sup> Bruce, Andy, Langdon Ken; el pensamiento estratégico.



No basta con que la empresa de un excelente servicio, le asigne un precio conveniente y busque la forma de distribuirlo adecuadamente, es menester comunicar al público de su existencia y generar en él la utilización y lealtad hacia la marca o empresa.

Para todo esto existen actividades tendientes a lograr este objetivo y se agrupan en lo que se conoce como mix promocional: Publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, venta personal, tomado en cuenta para lograr el éxito de la empresa.

**Publicidad.-** definida como cualquier forma pagada de presentación no personal y promoción de servicios a través de un individuo u organización, en nuestro caso estará dada por publicidad en los medios de comunicación escrita y hablada de la ciudad, así como:

- Hojas volantes. (**VER ANEXO C**)
- Tarjetas de presentación. (**VER ANEXO D**)
- Cuñas radiales. (**VER ANEXO E**)
- Anuncios en diarios regionales. (**VER ANEXO F**)
- Pautas publicitarias en TV local y regional. (**VER ANEXO G**)
- Proformas de tarjetas y volantes. (**VER ANEXO H**)

**Promoción de ventas.-** actividades de marketing distintas a la publicidad, venta personal y relaciones públicas que estimulan las compras de los clientes, el uso y mejora de efectividad del distribuidor, determinada por promociones u obsequios por la utilización del servicio y fidelidad.

- Descuentos por fidelidad, cuando es cliente fijo o acude siempre a los servicios de la empresa se otorgará descuento del 20%.
- Descuentos por recomendaciones, cuando acuden a la empresa por recomendación de clientes también se descontará el 20%.

**Relaciones públicas.-** estimulación no personal de demanda para un servicio obteniendo noticias comerciales importantes acerca de este, en cualquier medio u obteniendo su presentación favorable y que no esté pagado por el patrocinador del servicio, se puede hacer de la siguiente manera:

- Invitación a los medios de comunicación de programas en televisión a la inauguración de la empresa para su difusión posterior, como pueden ser las noticias del canal Zaracay o Majestad TV., programas de misceláneos del hogar en las mañanas, Así te veo o de farándula.

**Venta personal.-** definido como la presentación personal de los servicios en una conversación con uno o más futuros compradores con el propósito de hacer ventas, se visitará personalmente a urbanizaciones o cooperativas que puedan requerir y dar a conocer los servicios que se brinda, para lo cual se implementará.

- Ejecutivos de Ventas, personas encargadas de realizar ventas puerta a puerta.

## CAPITULO IV

### ESTUDIO TECNICO

#### 4.1 Objetivo del Estudio Técnico

*“El estudio técnico analizará la posibilidad de fabricar un producto en condiciones de tamaño, localización de la unidad productiva, ingeniería, costos y gastos, todos ellos, en lo más óptimo posible”<sup>17</sup>.*

Obteniendo un resultado favorable luego del análisis de mercado para la creación de la empresa agencia de servicios y colocación de empleos, se vuelve necesario conocer aspectos importantes como tamaño y localización de la empresa, para un posterior desempeño óptimo al momento de satisfacer necesidades que se presenten en la población.

- Establecer el tamaño ideal del proyecto agencia de servicios y colocación de empleos.
- Determinar cuál es la localización óptima para la ubicación de la agencia de servicios y colocación de empleos “ASERCEM”.
- Determinar el tipo de empresa y realizar la constitución correspondiente a la agencia de servicios y colocación de empleos “ASERCEM”.
- Elaborar el Flujograma de tiempos, espacios y responsables de las actividades para la prestación de servicios.

---

<sup>17</sup> Luis Barreno, PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Pag. 57

## 4.2. Tamaño del proyecto

*“El tamaño del proyecto se traduce en un número que expresa cantidad de producto que se obtendrá en una unidad de tiempo”.*<sup>18</sup>

En vista que el proyecto pretende abastecer el mercado laboral de la ciudad, y una vez analizado los resultados de las encuestas y por tratarse de un lugar estratégico al ofrecer mayor facilidad de afluencia de personas y movimiento comercial, se decidió que el presente proyecto estará ubicado en la urbanización Granda Centeno, el tamaño del proyecto estará analizado de acuerdo a la real capacidad de brindar un buen servicio por parte de la empresa.

### 4.2.1. Factores del tamaño del proyecto

**La demanda.-** la demanda actual en servicios al abastecimiento de personal es de **62187** familias, convirtiéndose en un mercado favorable para ofrecer el servicio.

**La Oferta.-** La oferta proyectada en el medio laboral al año 1 es de **24.875** familias que en alguna manera han suplido sus necesidades como puede ser de manera informal o resultados por búsqueda propia.

**Crecimiento Poblacional.-** Considerando que Santo Domingo de los Tsachilas se encuentra ubicado como una de las ciudades a nivel latinoamericano con mayor índice de crecimiento poblacional del 3,7%.

---

<sup>18</sup> ILPES, Guía para la presentación de Proyectos, pág. 64

### 4.3. Localización del proyecto

*“Siendo la localización de un proyecto una decisión de largo plazo, es necesario que la misma tenga un profundo nivel de investigación para localizarlo con la mayor exactitud posible”,<sup>19</sup>*

Por considerarse un punto muy importante, el proyecto de empresa agencia y colocación de empleos “ASERCEM”, en Santo Domingo de los Tsáchilas, el estudio de la ubicación de la empresa debe ser tratado y analizado en forma estratégica.

#### 4.3.1. Macro localización

Presento varias alternativas a considerar la situación de la agencia y colocación de empleos, debido a varios factores que influyen a la mejor toma de decisión para así ajustar nuestras necesidades.

**País:** Ecuador

**Provincia:** Santo Domingo de los Tsachilas

**Cantón:** Santo Domingo

**Longitud:** -79.19

**Latitud:** -.25

**Altitud:** 655 msnm.<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup> BARRENO, Luis, MANUAL DE FORMULACIÓN Y EVALUACION DE PROYECTOS, pág. 65. Edición 2005.

<sup>20</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Santo\\_Domingo\\_\(Ecuador\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Santo_Domingo_(Ecuador))



## Cuadro N° 19

## Método de localización por puntos

Factores de Localización	Peso Asignado	Circulo de los Continentes		URB. GRANDA CENTENO		Y del Colorado	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Transporte	0,05	8	0,40	9	0,45	9	0,45
Seguridad	0,10	7	0,70	8	0,80	7	0,70
Servicios Básicos	0,05	8	0,40	9	0,45	8	0,40
Cercanía a los mercados	0,25	5	1,25	9	2,25	6	1,50
Mano de obra disponible	0,15	6	0,90	9	1,35	7	1,05
Espacio físico	0,10	7	0,70	7	0,70	6	0,60
Accesibilidad	0,30	8	2,40	8	2,40	7	2,10
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>		<b>6,75</b>		<b>8,40</b>		<b>6,80</b>

Fuente: Resultados de la Investigación

Elaborado por: Jumbo Lourdes/ 2009.

Se tomó en consideración tres sectores de la ciudad como son el Circulo de los Continentes, Urbanización Granda Centeno, Y del Colorado, donde dio como resultado con puntaje más alto por las diferentes variables a su favor la Urb. Granda Centeno.

**Ciudad:** Santo Domingo de los Tsachilas

**Lugar:** Urbanización Granda Centeno

**Dirección:** Calle Latacunga y Babahoyo Esquina, altos de Almacén Glorita

### Ubicación Geográfica

**NORTE:** Calle Guayaquil

**SUR:** Calle Machala

**OESTE:** Calle Ambato

**ESTE:** Calle Ibarra

#### 4.3.2.1. Factores para determinar micro localización del proyecto

Para obtener el lugar idóneo y establecer físicamente la empresa de servicios se recurre a realizar al método cualitativo de puntos que permite, conocer la mejor alternativa. En la ciudad existen sectores estratégicos reconocidos, de los cuales se tomaron los principales por su ubicación geográfica y zona céntrica comercial y concurrencia:

Según los resultados arrojados, el mayor puntaje lo obtiene URBANIZACIÓN GRANDA CENTENO, razones por la cual se escoge este lugar para la implementación de la empresa, tomando en cuenta los siguientes factores que influyeron en la toma de decisión:

- ✚ Medios y costos del transporte.
- ✚ Disponibilidad y costo de mano de obra.
- ✚ Factores ambientales.
- ✚ Cercanía del mercado.
- ✚ Estructura impositiva y legal.

**Transporte.-** Por encontrarse en la calle Guayaquil y a dos cuadras de la Av. 29 de Mayo, “ASERCEM”S.A. existe la facilidad de tener más reconocimiento ya que por el lugar transitan buses de tipo popular que es donde se concentra mayor número de mano de obra y pueden movilizarse a cualquier punto de la ciudad y en un referente de direcciones, además de las líneas de transporte rural.

**Seguridad.-** Por ser una céntrica y de gran movimiento comercial existen varios UPC (Unidad de Policía Comunitaria) cerca del sector y vigilancia constante por parte de la Policía Nacional y Guardianía Privada, así tanto cliente y personal se sentirán seguros de acudir a las oficinas de la empresa.



**Servicios Básicos.-** como ya se había comentado por encontrarse en el centro de la ciudad, las instalaciones cuentan con todos los servicios básicos que se pueda requerir, luz, agua potable, teléfono, internet, que garantizará el buen funcionamiento de la empresa.

**Cercanía a los Mercados.-** Mientras no suceda lo contrario por parte de las autoridades de la ciudad, la oficina cuenta con la ventaja competitiva de estar cerca a los mercados de la urbe como son; mercado Municipal, mercado de frutas, Bahía de Zapatos, Pupusa, Mercado Unión y Progreso incluso la Peatonal 3 de Julio, y grandes casas comerciales, entre otras pequeñas organizaciones.

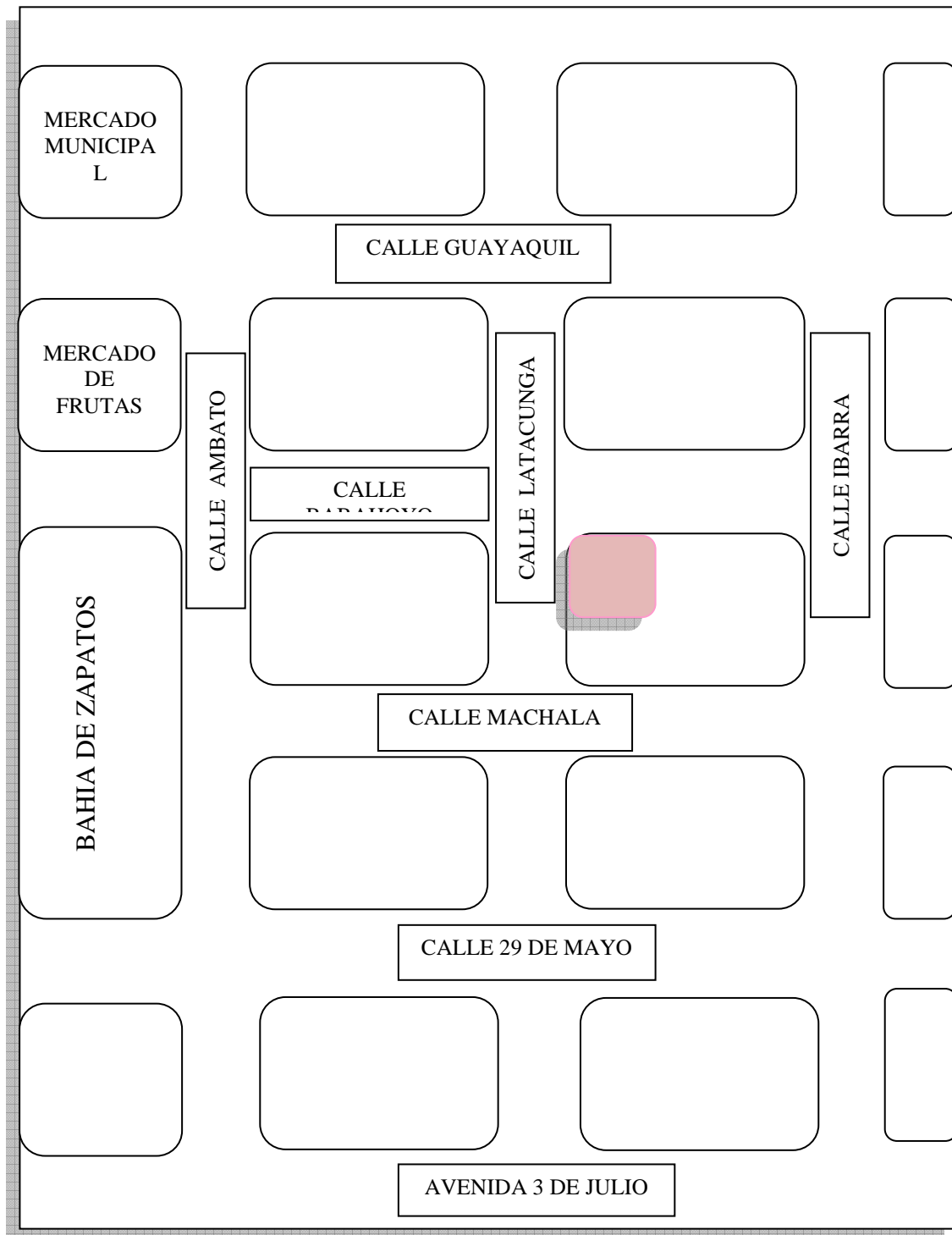
**Mano de obra disponible.-** Varios factores influyen para que exista un nivel elevado de desempleo en el país y de manera muy especial en nuestra ciudad, por tener un crecimiento rápido ha despertado el interés de universidades de gran prestigio que siempre cuenta con profesionales calificados para ocupar cargos en las diferentes empresas que existen en la zona, y por los no profesionales que no tienen la oportunidad de tener un trabajo digno y de buena paga.

**Espacio Físico.-** En el edificio que se encuentra ubicada la empresa “ASERCEM” cuenta con espacio de 90m<sup>2</sup> distribuido en una oficina principal, una oficina alterna y espacio para lobby y recepción, lo que nos garantiza una buena presentación de nuestra empresa.

**Accesibilidad.-** El lugar de ubicación garantiza fácil llegada, ya que desde cualquier punto dentro y fuera de la ciudad, así como la mayoría de líneas urbanas pasan por la cercanía del sector.

Gráfico N° 12

Croquis de ubicación de la empresa "ASERCEM"



#### 4.4. Ingeniería del Proyecto

*“la Ingeniería del Proyecto comprende los aspectos técnicos y de infraestructura que permite el proceso de fabricación del producto o la prestación del servicio”<sup>21</sup>.*

Los aspectos técnicos que presenta el proyecto se basa en el aspecto físico que permite el proceso de servicios de personal, lo cual se clasificara en las siguientes etapas: Infraestructura, equipos y suministros de oficina, y el personal que permitirá el funcionamiento de la empresa.

##### 4.4.1. Infraestructura

La infraestructura estará basada en la adecuación de las oficinas que determinará la presentación de la empresa, el área con la que se cuenta es de 90m<sup>2</sup>, que estará distribuida en tres espacios: la oficina principal que será ocupada por la gerencia y servirá para entrevistas con los clientes, la oficina alterna donde se utilizará como estudio para rendir pruebas de conocimiento (psicosomáticas), a su vez lugar de entrevistas con el personal a contratar y de interacción para conocer más los perfiles requeridos, y un tercer espacio que estará ubicada la recepción y un lugar de espera.

**Cuadro N° 20**

**Detalle de Gasto de Infraestructura “ASERCEM” S.A.**

<b>INFRAESTRUCTURA</b>	<b>Valor</b>
Instalaciones alarmas, redes, cableado	350,00
Obra civil, adecuaciones	200,00
<b>Total en Infraestructura</b>	<b>550,00</b>

Fuente: Resultados de la Investigación  
Elaborado por: Jumbo Lourdes/2009

<sup>21</sup> COSS, Raúl. Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión, Editorial Limusa. 2da edición.

#### 4.4.2. Selección de Equipos, Muebles y Materiales de Oficina

**Equipos de Computación.-** Por la naturaleza de la empresa que se dedicara a llevar un control sistemático de los servicios prestados y una base de datos con nombres, direcciones y teléfonos, se necesitará implementar Equipos de computación con tecnología de punta para también poder manejar el negocio vía internet, ya que es una herramienta indispensable hoy en día para mantenerse actualizado y acorde al ritmo de vida, lo primero a hacer es contactar a varios puntos de ventas especializados en computadoras con todos sus implementos, teléfonos y fax o multifuncionales, entre otros para con cotizaciones en mano tomar la mejor decisión ya que no solo el almacén se ocupara de la venta sino también de la instalación mantenimiento y capacitación permanente como actualizaciones de equipos y tecnología. **(VER ANEXO I).**

**Cuadro N° 21**  
**Selección de Equipos de Computación “ASERCEM” S.A.**

<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO Unit</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Computadoras	2	575,00	1150,00
impresora multifunciones	1	100,00	100,00
<b>TOTAL</b>			<b>1250,00</b>

**Fuente:** Resultados de la Investigación  
**Elaborado por:** Jumbo Lourdes/2009

**Muebles y Enseres de Oficina.-** para brindar la comodidad y seguridad que los clientes y usuarios necesitan tener, se implementara escritorios, archivadores, mesas de trabajo, muebles, sillas fijas, sillas ejecutivas, y para esto se hizo la cotización en almacén especializado en muebles de oficina. **(VER ANEXO J).**

Cuadro N° 22

## Selección de Muebles y Enseres "ASERCEM" S.A.

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO Unit</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Escritorio gerencial	1	296,80	296,80
Sillón giratorio gerencial	1	212,80	212,80
Estación de trabajo secretaria	1	280,00	280,00
Silla giratoria secretaria	1	84,56	84,56
Sillas de visita	10	36,40	364,00
Mesa de centro	1	143,36	143,36
Archivadores	2	175,00	350,00
Sala de espera	1	871,36	871,36
Anaquele de madera	1	173,60	173,60
Mesa de reuniones	1	274,40	274,40
<b>TOTAL</b>			<b>3050,88</b>

Fuente: Resultados de la Investigación

Elaborado por: Jumbo Lourdes/2009

**Equipos de Oficina.-** Los suministros de oficina son varios que tenemos que incluirlos dentro de un solo rubro, las cotizaciones se hará en las librerías de la ciudad, además tenemos que incluir a las bebidas como café, aguas en botellones y botellas individuales, dispensador, cafetera, vasos, etc. (VER ANEXO K)

Cuadro N° 23

## Selección de Equipos de Oficina "ASERCEM"

<b>EQUIPO DE OFICINA</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO Unit</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Telefax	1	119,00	119,00
Teléfonos celular	2	118,50	237,00
Teléfono inalámbrico	1	35,00	35,00
Línea telefónica	1	100,00	100,00
Extintor	1	25,00	25,00
Dispensador de agua	1	133,00	133,00
Cafetera	1	93,00	93,00
<b>TOTAL</b>			<b>742,00</b>

Fuente: Resultados de la Investigación

Elaborado por: Jumbo Lourdes/2009

**Materiales de oficina.-** los materiales que se utilizará en el papeleo de la empresa tiene su propia cuenta la cual se obtuvo una proforma de las diferentes distribuidoras de la ciudad. (**VER ANEXO L**)

**Cuadro 24**

**Materiales de Oficina**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO Unit</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
papel 75gr, A4 COPYLASER	10	3,00	30,00
Carpetas	1000	0,13	127,99
Perforadoras	2	1,80	3,60
Grapadoras	2	1,90	3,80
Otros	1	80,00	80,00
<b>TOTAL</b>			<b>245,39</b>

Fuente: Resultados de la Investigación

Elaborado por: Jumbo Lourdes/2009

#### **4.4.3. Personal de la Empresa**

Para que la empresa pueda tener un buen desenvolvimiento y funcionamiento se necesitará del siguiente personal, que estará liderado por la junta de accionistas.

- Gerente – Administrador
- Secretaria – Recepcionista
- Ejecutivos de Ventas (4)

En “ASERCEM” la mano de obra a utilizar será directa por tratarse de personal administrativo para cumplir y suplir las necesidades de la propia empresa, de lo cual se detallan los siguientes roles de pago:

**Cuadro N° 25**  
**Pago al personal de la empresa "ASERCEM" S.A.**

<b>ROL DE PAGOS ANUAL DE "ASERCEM"</b>								
<b>Cargo</b>	<b>Salario Anual</b>	<b>13er Sueldo</b>	<b>14to Sueldo</b>	<b>Comisión</b>	<b>Total Ingresos</b>	<b>Fondos de Reserva</b>	<b>IESS 9,35%</b>	<b>Total a Recibir</b>
Gerente	7200,00	600,00	240,00		8040,00	600,00	673,20	7366,80
Secretaria/contadora	2880,00	240,00	240,00		3360,00	240,00	269,28	3090,72
Ejecutivo de ventas 1	2880,00	240,00	240,00	48,00	3408,00	240,00	269,28	3138,72
Ejecutivo de ventas 2	2880,00	240,00	240,00	48,00	3408,00	240,00	269,28	3138,72
Ejecutivo de ventas 3	2880,00	240,00	240,00	48,00	3408,00	240,00	269,28	3138,72
Ejecutivo de ventas 4	2880,00	240,00	240,00	48,00	3408,00	240,00	269,28	3138,72
<b>TOTALES</b>	<b>21600,00</b>	<b>1800,00</b>	<b>1440,00</b>	<b>192,00</b>	<b>25032,00</b>	<b>1800,00</b>	<b>2019,60</b>	<b>23012,40</b>

Fuente: Resultados de la Investigación

Elaborado por: Jumbo Lourdes/2009

En el rol de pagos se detalla todos los beneficios que gozaran los colaboradores que serán pagados anualmente, el gerente con sueldo fijo igual que la secretaria/contadora más los beneficios de ley que tiene todo patrón pagar y los cuatro ejecutivos de venta que serán los encargados de realizar las ventas o buscar personal en las diferentes localidades, además de los beneficios de ley que también gozaran tendrán un incentivo adicional ganaran comisiones que representan el 20% de un sueldo básico por llegar a su cuota mensual y quienes no lleguen pues no se les pagará.

#### **4.4.3.1. Estructura Organizacional**

Las organizaciones son entes complejos que requieren un ordenamiento jerárquico que especifique la función que cada uno debe ejecutar en la empresa, por ello la funcionalidad de ésta, recae en la buena estructuración del organigrama, el cual indica la línea de autoridad y responsabilidad, así como también los canales de comunicación y supervisión que acoplan las diversas partes de un componente organizacional.

La empresa “ASERCEM” agencia de servicios y colocación de empleos, domiciliado en Santo Domingo de los Tsachilas, es una empresa especializada en buscar, calificar, seleccionar, personas profesionales y no profesionales desempleadas o inconformes del trabajo que están realizando, y cuenta con:

**Junta Directiva.-** la Junta General de Accionistas, es el nivel conformado por los accionistas de la Agencia a la cual las otras áreas en especial el área administrativa deberá de presentar periódicamente informes con resultados de la empresa y su funcionamiento.

**Administrativa.-** Representar a la empresa social del estado judicial y extrajudicialmente, dirigir el buen funcionamiento de la empresa teniendo en cuenta una adecuada planeación, programación, supervisión y control de las actividades con el fin de lograr una eficiente prestación de servicios en torno a los objetivos de la misma.

**Operacional.-** es la parte modular de la empresa los ejecutivos de ventas serán quienes se encarguen de buscar los perfiles más idóneos para las diferentes necesidades que requieran nuestros clientes en las diferentes cooperativas que cuenta en la ciudad.

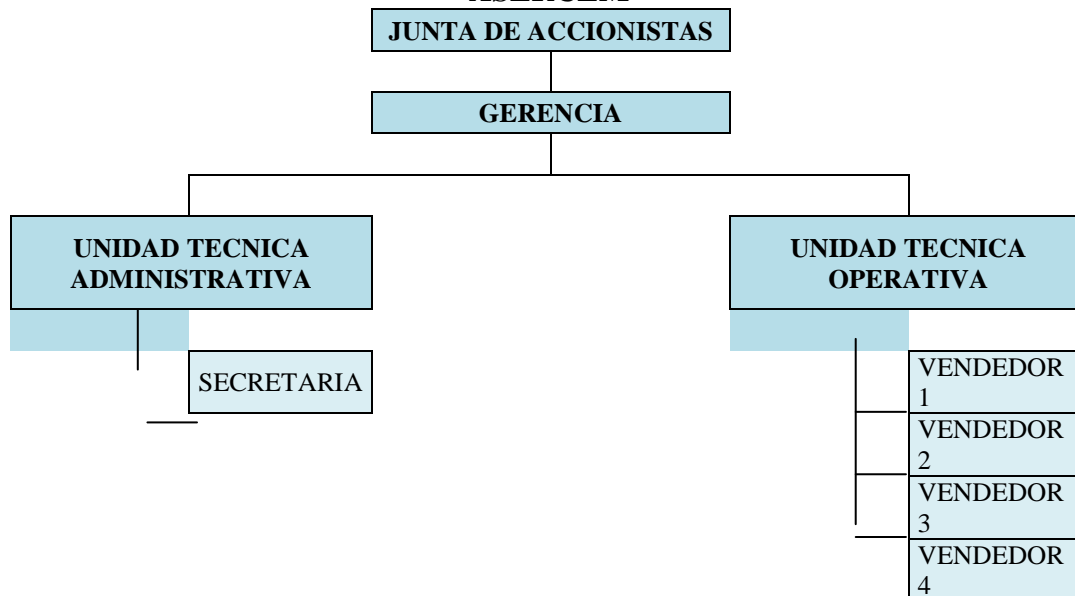
#### **4.4.3.2. Organigrama Estructural**

Para determinar líneas de jerarquía y responsabilidad en la agencia de servicios y colocación de empleos “ASERCEM” que especifique funciones a desempeñar se considera la siguiente estructura organizacional con el firme propósito de mejorar y llevar a buen término los procesos.



Grafico N° 13

### Organigrama Estructural de la Agencia de Servicios y Colocación de Empleos "ASERCEM"



Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Jumbo Lourdes/2009

#### 4.4.3.3. Determinación de Puestos

##### Junta General de Accionistas:

Está conformado por los accionistas de la empresa, a quienes se les presentará de forma mensual un informe de los movimiento de la empresa, y de forma anual o semestral los reportes de estados financieros.

##### Departamento de Gerencia:

**Cargo:** Gerente General

**Objetivo del Puesto:** Representación legal de la empresa y autoriza la emisión de documentos y presupuestos de la empresa, administrar y dirigir la empresa, ejecutar las actividades programadas en el plan estratégico de la empresa.

**Relaciones de Coordinación:** Se relaciona directamente con la Junta de Accionistas, con el departamento de atención al cliente y con el departamento de recursos humanos.

**Funciones Generales:** manejar el presupuesto de la empresa “ASERCEM”, cumplir con el proceso administrativo planeado de la empresa.

**Funciones Específicas:**

- Ejercer la atribuciones previstas para los administradores en la Ley de Compañías
- Evaluar el trabajo de los departamentos de la empresa
- Reportar los informes mensuales económicos a los accionistas de la empresa
- Apoyo en las actividades que se la asigne
- Organizar equipos de trabajo para mejorar los servicios brindados.

**Requisitos:**

Titulo en Ingeniería de Empresas, Marketing o Máster en Gerencia de Negocios con conocimientos en comercialización y ventas.

Edad: 25 – 35 años

Experiencia: Dos años experiencia mínimo

Sexo: Masculino o Femenino.

Lugar de residencia: Santo Domingo de los Tsachilas

Actitud: Proactivo, disciplina, trabajo bajo presión, criterio formado.

**Unidad Técnica Administrativa**

**Servicio al que corresponde:** Atención al Cliente.

**Puesto:** Secretaria – Contadora.

**Objetivo de Puesto:** Receptar las llamadas telefónicas de los clientes o futuros clientes y recepción de documentación, excelente relaciones humanas adicional mantener la información contable actualizada, automatizada e interactiva, para su utilización por áreas.

**Relaciones de Coordinación:** Gerente Administrativo, Departamento de Recursos Humanos.

**Funciones Generales:** Llevará una base de datos de los clientes y sus respectivas necesidades cubiertas por la empresa, de nuevos puestos disponibles y del material para las pruebas de aceptación. Recopilar, registrar y analizar la información contable para la elaboración de los Estados Financieros.

**Funciones Específicas:**

- Atender al cliente, en llamadas o en forma personal.
- Interactuar y comunicar a los respectivos departamentos los pedidos o reclamos por inconformidad de clientes.
- Coordinar reuniones.
- Editar, entregar y receptar oficios o documentos.
- Mantener la información contable actualizada.
- Proveer los ingresos y preparar registros contables.
- Preparar el pago de impuestos correspondientes.
- Realizar asientos en el libro diario.
- Archivar comprobantes de egresos, normas legales, tipos de cambio y bancos.
- Preparar los estados financieros.
- Presentación de los estados financieros en forma mensual y anual a la junta de accionistas.

- Realizar los trámites y pagos tributarios de la empresa.

**Requisitos:**

Secretariado Ejecutivo, título de Ingeniería de Empresas o carreras afines.

Edad: 23 – 28 años.

Experiencia: experiencia mínima 1 año.

Sexo: Femenino.

Residencia: Santo Domingo de los Tsachilas o sus alrededores.

Actitud: Proactiva, trabajo bajo presión, criterio definido, disciplina.

**Unidad Técnica Operativa Ventas**

**Servicio al que Corresponde:** Operativa.

**Puesto:** Agentes de Venta

**Objetivos del Puesto:** Organizar, dirigir, y coordinar el reclutamiento, la selección, contratación, adaptación del personal a su nuevo puesto de trabajo asignado.

**Relaciones de Coordinación:** gerente, secretaria.

**Funciones Generales:** Encargarse de la selección de personal para las diferentes áreas que soliciten, en las diferentes áreas.

**Funciones Específicas:**

- Organizar seminarios y cursos de especialización con sus respectivos avales.
- Velar por la buena comunicación y realizar seguimientos al personal contratado.

**Requisitos:**

- Mínimo dos años de estudios universitarios.
- Excelente Relaciones Humanas.
- Buena presencia.

Título de Ingeniería de Empresas o carreras afines.

Edad: 23 – 35 años.

Experiencia: experiencia mínima 1 año.

Sexo: Femenino o masculino.

Residencia: Santo Domingo de los Tsachilas o sus alrededores.

Actitud: Proactivo, trabajo bajo presión, criterio definido, disciplina.

**Horario de atención de la empresa “ASERCEM” S.A.**

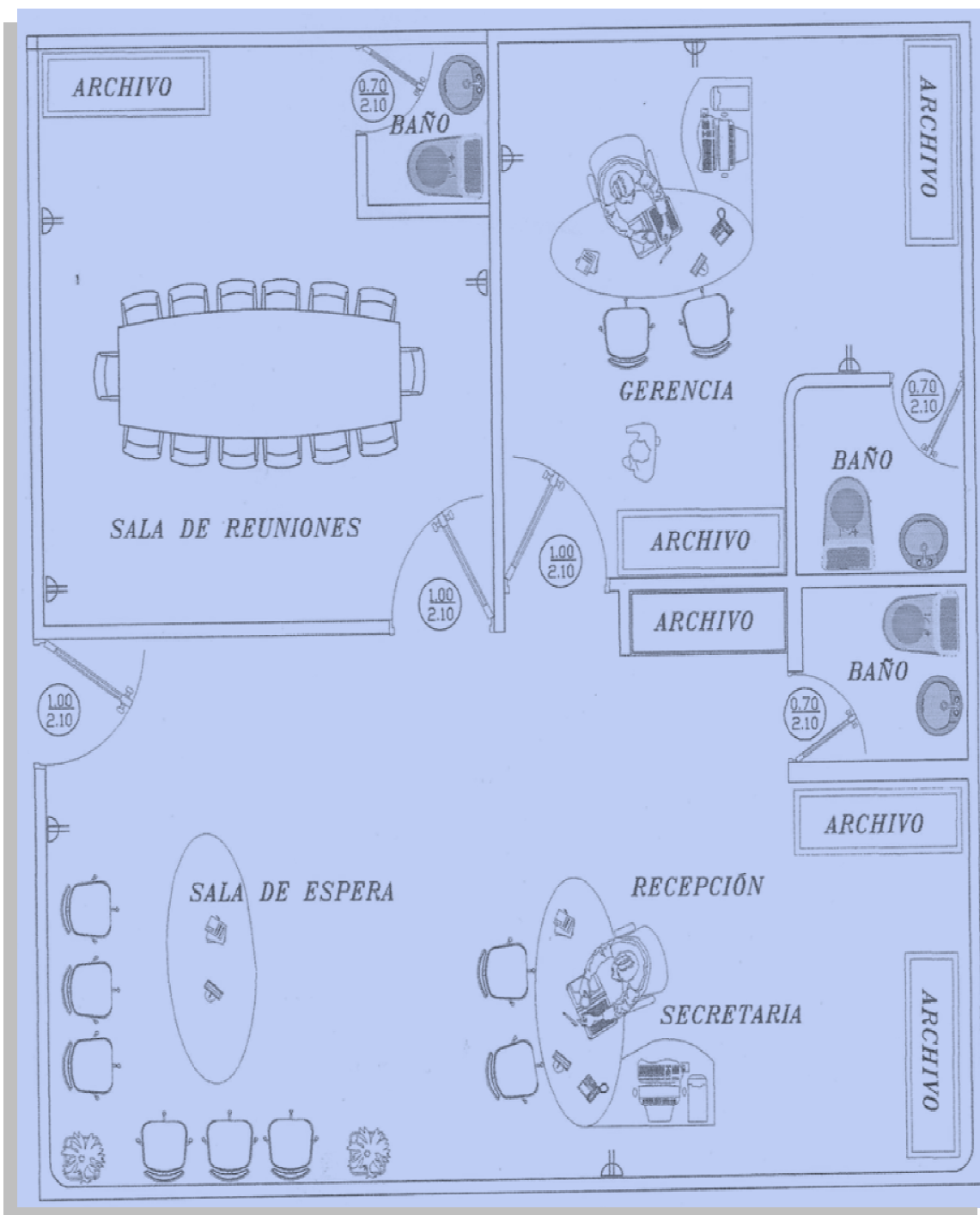
De lunes a domingo de 8:00 a 12:00 y 14:00 a 18:00.

**4.4.4. Distribución Física del Proyecto**

En el afán de brindar un mejor servicio y sobre todo de calidad, la distribución de los espacios tiene que denotar la seriedad con que se trata cada uno de los requerimientos de nuestros clientes y usuarios, a más de dar una excelente impresión debe manejarse de tal manera que se optimice las funciones y tiempos de cada uno de los departamentos, que funcionan en la empresa.

Gráfico N° 14

Distribución física de la empresa



#### **4.4.5. Selección del proceso de la empresa “ASERCEM”**

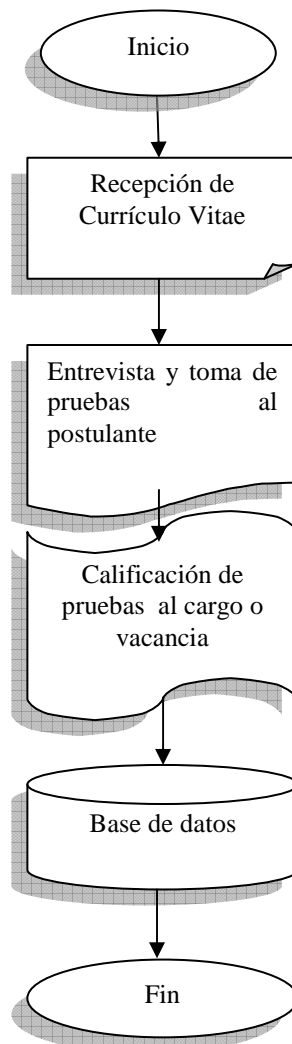
El proceso de la entrega del servicio de la agencia y colocación de empleos, estará dado de acuerdo a las secuencias de ofrecer los servicios, lo cual está diseñado de la siguiente manera: se reciben los currículos vitae de los diferentes profesionales en su campo, luego de lo cual, se seleccionará por categoría y requerimientos, se realizará una pre-entrevista, se ingresa a la base de datos, para su posterior contacto, eso en lo relacionado a la primera parte, por otro lado el cliente se contacta con nosotros, hace su requerimiento con el tiempo solicitado para poder escoger entre los que se encuentran en la base de datos y si no cumplen con sus expectativas se llama a nuevas presentaciones de documentos, lo siguiente, si cumplen con las expectativas del cliente se procede a solicitar toda la carpeta para revisión de documentos debidamente actualizados, se realiza la entrevista con recursos humanos, se procede a tomar pruebas de conocimiento general y específicos al cargo a ocupar, su calificación, de los cuales pueden quedar dos preseleccionados, para que el siguiente paso sea la entrevista con el futuro patrono, y su posterior contratación.

#### **4.4.6. Flujograma de Procesos**

La prestación del servicio de “ASERCEM” S.A. Agencia de servicios y colocación de empleos, se desarrolla a través de relaciones en forma secuencial entre las diferentes operaciones individuales de proceso y producción para llevar a cabo su buen desempeño y funcionamiento permitiendo detectar las ineficiencias y lo que es más importante las oportunidades de mejora.

Gráfico N° 15

## Flujograma del proceso de pre-selección de personal



**Fuente:** Resultados de la Investigación  
**Elaborado por:** Jumbo Lourdes/2009

La empresa se va a dedicar a cubrir necesidades de los clientes y para ello se realiza un proceso al momento de buscar personal idóneo para cualquier trabajo a realizar y se inicia con la recepción de hojas de vida de los postulantes, procediendo a tomarles pruebas de sicosomáticas así como otras acorde al cargo que están aplicando así como preguntas de índole general para saber qué tipo de perfil tiene el postulado, luego de lo cual se califica dichas pruebas para pasar a formar parte de nuestra base de datos que será nuestra fuente de información al momento de requerir uno u otro ayudante y así cumplir el proceso de pre-selección de personal.



## Cuadro N° 25

## Tiempos y Movimientos en la Pre-selección de Personal

## “ASERCEM”

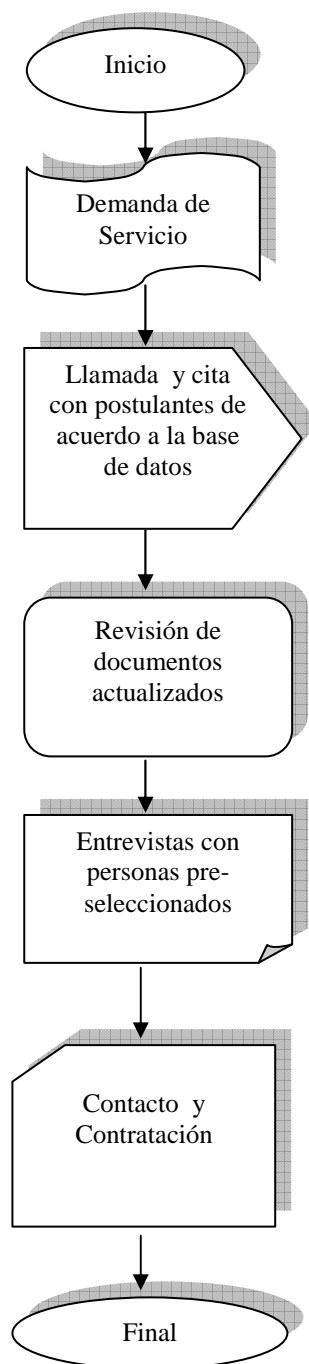
ACTIVIDADES	TIEMPO	LUGAR	RESPONSABLE
<b>Recepción de Currículo Vitae</b>			
- Contacto y revisión del documento	30 minutos	Recepción	Secretaria
- Verificación del documento	1 hora	Recepción	Secretaria
<b>entrevista y pruebas al postulante</b>			
- Pre-entrevista al postulante	1 hora	Oficina 1	Gerente
- Toma de pruebas básicas	1 hora	Oficina 2	Gerente
<b>calificación de pruebas</b>			
- Calificación y tabulación de pruebas	2 horas	Oficina 1	Gerente
- Aceptación al cargo o vacante	1 hora	Recepción	Secretaria
<b>Total Tiempo</b>	6 horas y 30 minutos		

Fuente: Resultados de la Investigación

Elaborado por: Jumbo Lourdes/2009

Todo proceso tiene su tiempo, lugar y responsable de cada actividad, por cual responder y asegurarse que se cumpla a cabalidad lo que dependerá el éxito o fracaso de la empresa, es más mientras más tiempo demora en cada actividad menos eficaces será porque no se está brindando un buen servicio y el objetivo no se cumplirá como tiene que ser, al contrario de hacer el proceso más rápido no dará la ventaja de poder realizar otras actividades relacionadas con el éxito de la organización.

**Gráfico N° 16**  
**Flujograma Selección Final de Personal**



**Fuente:** Resultados de la Investigación  
**Elaborado por:** Jumbo Lourdes/2009

El inicio de toda actividad está dada con una necesidad o cuando se genera esta, el contacto del cliente y se hace lo mismo con los postulantes que se tiene en la base de datos que maneja la empresa, a los cuales se los hace una cita con documentos actualizados para informarles más a fondo del tipo de trabajo y se procede a revisar y confirmar los datos otorgados por el postulante, luego de lo cual se entrevista a todos los postulantes que estén idóneos para la labor a realizar y proceder a la contratación por parte del cliente, así se cumple un ciclo operativo de cada puesto o necesidad cubierta.

**Cuadro N° 26**  
**Tiempos y movimientos Procesos de Selección Final de Personal en**  
**“ASERCEM”**

ACTIVIDADES	TIEMPO	LUGAR	RESPONSABLE
<b>Demanda de Servicios</b>			
- Cliente solicita nuestros servicios	30 minutos	recepción / teléfono	Secretaria o gerente
<b>Llamada y cita a postulantes</b>			
- Llamada a postulantes	15 minutos	Recepción	Secretaria
- Cita previa	15 minutos	Recepción	Secretaria
<b>Revisión de documentos actualizados</b>			
- Recepción de documentos actualizados	10 minutos	Recepción	Secretaria
- Verificación de documentos	1 hora	Recepción	Secretaria
<b>Entrevista con personas pre-seleccionadas</b>			
- previa cita se entrevista a postulantes	1 hora	oficina 1	Gerente
- información de la contratación	30 minutos	oficina 1	Gerente
<b>contacto y contratación</b>			
- Entra en contacto con cliente	30 minutos	Recepción	Secretaria
- contrato formal de las dos partes	1 hora	oficina 2	Gerente

Fuente: Resultados de la Investigación

Elaborado por: Jumbo Lourdes/2009

Cada individuo responsable de realizar las diferentes actividades en el proceso de selección de personal tiene que tener muy en cuenta que tiempo y espacio utiliza y la

demora en cada actividad ya que el éxito está en satisfacer más clientes en menor tiempo posible, así que cada tiempo está dado en función de las actividades a realizar y en la revisión de tiempos para mejorar y hacer las actividades en menor tiempo posible, las llamadas a realizar, contactos, citas, verificaciones, entrevistas y contratación, serán medidas muy cuidadosamente para un mejor trabajo y cumplimiento de objetivos (éxito o fracaso) de la organización.

#### 4.4.6.1. Programas de Producción

Las empresas de servicio se dedican a comercializar servicios profesionales de cualquier tipo. Se caracterizan por llevar a cabo relaciones e interacciones sin importar los atributos físicos. Los servicios son relación, negociación, comunicación. Un servicio es una idea, es una información o una asesoría, que por lo general se caracterizan por ser intangibles, y para producir cualquiera de estos servicios se programa que función cumplen los encargados de la producción en este caso los colocadores de servicios.

**CUADRO N° 27**  
**PROGRAMA DE PRODUCCIÓN ANUAL DE “ASERCEM”**

SERVICIOS		UNIDAD DE PRODUCCIÓN	STANDAR DE PRODUCCIÓN (PROYECTADA)	COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO	COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN ANUAL
Área mantenimiento	servicio domestico	Colocaciones	1385	4,63344	6417,31
	limpieza	Colocaciones	1117	4,63344	5175,56
Área Asistencia	cuidado infantil	Colocaciones	1810	4,63344	8386,54
	cuidado adulto mayor	Colocaciones	559	4,63344	2590,09
Áreas varias	chofer	Colocaciones	536	4,63344	2483,53
	otros	Colocaciones	2055	4,63344	9521,73
<b>TOTAL</b>			<b>7462</b>		<b>34574,76</b>

Fuente: Resultados de la Investigación  
Elaborado por: Jumbo Lourdes/2009

Los programas de producción están en función del ciclo de producción de un año que están divididas en tres áreas, área de mantenimiento con 2502 puestos de trabajo que se proyecta realizar al año y son las una de las áreas que más demanda tienen, el área de asistencia que tiene que ver cuidado infantil y cuidado de adulto mayor con un objetivo de 2369 puestos de trabajo anual, con respecto al área de varios se encargará de 2591 colocaciones al año indistintamente del número ya que no influye el tiempo para cumplir el volumen de producción fijado nuestra ganancia está dada por el número de colocaciones que se realice, ya que todo el año de producción del servicio se genera en razón de captación de mercado con colocaciones al año.

#### **4.5. Base legal**

Por la naturaleza de la empresa que está destinada a iniciarse como Sociedad Anónima, se tienen que seguir algunos preceptos para su constitución, la misma que está sujeta a reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas de nuestro país y sin la intervención de ellas no es posible el inicio de nuestra empresa y una de las condiciones que tiene que cumplir es constituirse con un mínimo de capital de \$11012,13.

Para su funcionamiento como empresa tendrá que registrarse en algunas entidades como Registro Mercantil, Notaría Pública, y obtener su Registro Único de Contribuyentes (RUC), Municipio.

Quienes intervienen en la empresa como socios deben iniciarse con aportaciones en efectivo, cuyos valores deberán ser depósitos previa apertura de cuenta corriente en algún banco de la localidad que se establecerá conforme se realice la reunión previo a su constitución, salvo el caso que se determine lo contrario puede ser en inmobiliarios u otros.

#### 4.5.1. Entidades Relacionadas

Como sociedad se debe cumplir con requisitos legales en las instituciones pertinentes.

- ✓ Superintendencia de Compañías (**VER ANEXO M**)
- ✓ Registro Mercantil
- ✓ SRI (**VER ANEXO N**)
- ✓ Ministerio de Salud
- ✓ Gobierno Municipal de Santo Domingo de los Tsachilas
- ✓ Cámara de Comercio de Santo Domingo de los Tsachilas
- ✓ Notaria Publica

#### 4.5.2. Leyes Conexas

La Legislación del Ecuador tiene reglamentos establecidos para la constitución compañías o sociedades anónimas a las que tenemos que regirnos las cuales buscan un mejor desempeño en la vida productiva de la empresa.

- ✓ Ley de Compañías
- ✓ Ley de Régimen Municipal
- ✓ Ley de Régimen Tributario
- ✓ Código de Comercio
- ✓ Código de Trabajo

Los socios de la empresa “ASERCEM”. Han hecho elaborar un borrador del Acta de Constitución con un abogado de la localidad para establecer parámetros, derechos y obligaciones de cada uno, así como de sus colaboradores directos o que tengan relación con el proceso de producción. (**VER ANEXO O**)

## CAPITULO V

## INVERSIONES DEL PROYECTO

*“El objetivo de la inversión del proyecto es determinar los niveles de inversión, los ingresos y egresos, así como la liquidez y estructura financiera de la empresa y su actividad económica”<sup>22</sup>*

Cuadro N° 28

Agencia de Servicios y Colocación de Empleos “ASERCEM”

INVERSIONES DEL PROYECTO		
INVERSION	DOLARES	%
<b>I. Activo fijo</b>		
<b>A. Tangible</b>		
Equipos de computación	1250,00	23,64%
Equipos de oficina	742,00	14,03%
Materiales de oficina	245,39	4,64%
Muebles y enseres	3050,88	57,69%
<b>Subtotal</b>	<b>5288,27</b>	<b>26,90%</b>
<b>B. Intangible</b>		
Gastos constitución	1000,00	21,54%
Gastos de arriendos	360,00	7,76%
Infraestructura	550,00	11,85%
Egresos operativo por ciclo	2881,23	60,14%
<b>Subtotal</b>	<b>4791,23</b>	<b>24,19%</b>
<b>II. Capital de trabajo</b>		
Capital de trabajo	8643,69	88,87%
Activo corriente	1082,17	5,46%
<b>Subtotal</b>	<b>9725,86</b>	<b>49,11%</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>19805,36</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Resultados de la Investigación  
Elaborado por: Jumbo Lourdes/2009

<sup>22</sup> García M. Alberto, Evaluación de Proyecto, Programación Educativa S.A., Edición, México 2002. Colección MCGraw – Hill.

Los valores que se presentan para la inversión de la empresa están dados en función de proformas entregadas en las diferentes casas comerciales proveedoras de equipos y materiales de oficina para su funcionamiento en la ciudad.

### **5.1. Activos Fijos Tangibles**

*“Son aquellos que constituyen los bienes muebles e inmuebles de la empresa con los cuales se hace factible su funcionamiento”<sup>23</sup>.*

Son independientes del nivel de producción, tienen relación para su funcionamiento y se detallará los siguientes activos que formaran parte de la empresa:

- Muebles y enseres de oficina, abarca todo el mobiliario de la empresa cuadro 22
- Equipos de oficina, se refiere a teléfono-fax, copiadora, etc. Cuadro 23
- Equipos de computación, es todo el equipamiento de computadoras y sus complementos para funcionamiento de la empresa. Cuadro 21

### **5.2. Activos Fijos Diferidos**

Constituyen aquellos que muchos de ellos incurren una sola vez y no se pueden recuperar pero influyen en varios periodos contables y se realizará sobre los activos constituidos por los servicios adquiridos necesarios para el proyecto, ejemplo: Gastos de Constitución, seguros y otros en el caso de haberlos.

---

<sup>23</sup> GUDIÑO DÁVILA, Emma, Contabilidad 2000, Bogotá – Colombia, 1992, Editorial Mcgraw - Hill



**Gastos de Constitución.-** Razones de Patentes, que se obtiene en el Municipio de Santo Domingo de los Tsachilas, para el normal funcionamiento legal, además de los permisos en el Ministerio de Salud Pública, la inscripción en el registro Mercantil, Superintendencia de Compañías, etc. Muchas instituciones se encuentran en la ciudad de Quito a lo que se debe trasladarse hasta allá, para su constitución jurídica y poder operar de forma legal, de acuerdo a las Normas y Ordenanzas que rigen para todas las empresas establecidas en nuestro país.

**Seguros.-** los seguros estarán dados en función del 3% del valor total de los equipos de oficina, equipos de computación y mobiliario de la empresa, se contratará un seguro de multiriesgo (robo, daño, etc.), que abarcará los rubros antes descritos.

Cuadro N° 29

<b>SEGUROS</b>		
<b>RUBROS</b>	<b>COSTO</b>	<b>VALOR</b>
Equipos de computación	1250,00	37,50
equipo de oficina	742,00	22,26
muebles y enseres	245,39	7,36
<b>TOTAL</b>		<b>67,12</b>

Fuente: Resultados de la Investigación  
Elaborado por: Jumbo Lourdes/2009

### 5.3. Capital de Trabajo

La inversión en capital de trabajo o activos corrientes, constituye el conjunto de recursos necesarios para la normal operación del proyecto durante un ciclo productivo, entendiéndose como ciclo productivo al proceso que se inicia con el primer desembolso para cancelar los insumos de la producción y termina cuando se vende el servicio, se percibe el producto de la venta y queda disponible el capital de operación para cancelar nuevos insumos y otros gastos o a su vez empieza otro ciclo. Y se deben de cubrir rubros como insumos, mano de obra, reposición de activos fijos, etc.

## Cuadro N° 30

## Capital de Trabajo "ASERCEM"

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR MENSUAL	VALOR TRIMESTRAL
<b>GASTO DE VENTAS</b>			
Publicidad	unidades	171,48	514,44
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>			
Sueldos y salarios	1	1917,70	5753,10
Arriendos de oficina	1	360,00	1080,00
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>			
Materiales de oficina		20,45	61,35
Materiales indirectos	Unidades	55,81	167,43
Servicios básicos	Unidades	206,25	618,75
Reparación y mantenimiento		5,21	15,63
Seguros		5,59	16,77
Imprevistos		138,74	416,22
<b>TOTAL COSTO TRIMESTRAL DEL SERVICIO</b>			<b>8643,69</b>

Fuente: Resultados de la Investigación  
Elaborado por: Jumbo Lourdes/2009

El capital de trabajo de la empresa estará dado en razón de tres meses para lo cual arroja un presupuesto de \$ **8643,69.**, que cubre los gastos operativos como son sueldos de los colaboradores, publicidad, materiales indirectos, servicios básicos, reparación y mantenimiento y algún imprevisto que se presente.

#### 5.4. Financiamiento del Proyecto

Para el arranque de la empresa el financiamiento del proyecto "ASERCEM". Agencia de servicios y colocación de empleos, estará dado por financiamiento interno, aportación directa de capital de los socios que tendrá la empresa, y por la naturaleza de la empresa y la inversión que se realizará no será necesario utilizar ningún financiamiento externo.

### 5.4.1. Fuentes de Financiamiento del Proyecto

El proyecto se consolidará a través de una fuente de financiamiento que es la fuente interna de aportaciones de capital propio de cada socio y la forma como está distribuido el aporte se basará las riendas de la empresa

#### 5.4.1.1. Fuentes Internas

Es el uso de recursos propios como es el capital (aportación de los accionistas), de los cuales está determinado que se realice en proporcionalidad de cómo estará dado el mando de la empresa y su funcionamiento.

**Cuadro N° 31**  
**Fuente Interna de Financiamiento “ASERCEM” S.A.**

<b>FUENTES DE FINANCIAMIENTO INTERNA</b>		
<b>ACCIONISTAS</b>	<b>%</b>	<b>MONTO</b>
Lourdes Jumbo Manzanillas	33%	6601,78
Vicente Jumbo Viteri	33%	6601,79
Miriam Manzanillas Enríquez	33%	6601,79
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>19805,36</b>

**Fuente:** Resultados de la Investigación  
**Elaborado por:** Jumbo Lourdes/2009

La participación de cada uno de los socios está dado en porcentajes iguales con una inversión total de \$19805,36 dólares americanos, entre cada uno con 33% de aportaciones equivalente a \$6601,79 dólares americanos los cuales deberán ser depositados en un cuenta bancaria creada en algún banco de la localidad para manejo de la empresa y poder iniciar las operaciones y de necesitar un incremento de capital se procederá a decidir qué tipo de ampliación en el capital se llevará a cabo, con esto se denota la participación en las decisiones de cada uno de los accionistas de empresa en las decisiones y obligaciones.

### 5.5. Cuadro de Fuentes y Usos

Por contar con financiamiento propio o interno dado por inversionistas sin necesidad de buscar financiamiento externo, no es tanto las necesidades a cubrir y será explicado en el cuadro de fuentes (formas que se tiene para financiar un proyecto) y usos (aplicación de dichas fuentes en el recurso), estará dado por los siguientes valores.

**Cuadro N° 32**

**Fuentes y Usos “ASERCEM”**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>	<b>RECURSOS PROPIOS</b>
Equipos de computación	1250,00	6,31%
Equipos de oficina	742,00	3,75%
Materiales de oficina	245,39	1,24%
Muebles y enseres	3050,88	15,40%
Capital de trabajo	8643,69	43,64%
Activos intangibles	4791,23	24,19%
Activo corriente	1082,17	5,46%
<b>TOTAL</b>	<b>19805,36</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Resultados de la Investigación

Elaborado por: Jumbo Lourdes/2009

El cuadro de fuentes y usos da la inversión inicial que será de \$19805,36 dólares distribuidos entre los siguientes rubros: equipos de computación 6,31% y \$1250,00 en dólares, equipos de oficina 3,75% y \$742,00 en dólares, materiales de oficina 1,24% y \$245,39 dólares, además de los muebles y enseres con 15,40% y \$3050,88 en dólares, capital de trabajo 43,64% y \$ 8643,69 dólares., en activos intangibles representan el 24,19% y \$4791,23 dólares, el activo corriente 5,46% y \$1082,17 dólares., así quedaría distribuido el cuadro de fuentes y usos para lo referente al aporte de los socios que se constituirá la empresa y sus aportaciones.

## CAPITULO VI

### COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO

#### 6.1. Costos de Producción

*“Costo es el conjunto de valores que se aplican en la elaboración de un producto o servicio”<sup>24</sup>.*

Costo es el desembolso que realiza la empresa con la finalidad de adquirir elementos que intervienen en el proceso productivo para entregar un servicio final, estos valores son recuperables.

Gasto es el desembolso que realiza la empresa con la finalidad de poder distribuir un servicio estos valores no son recuperables, afecta a los resultados de la empresa agrupados en los gastos de administración, gastos de venta y gastos financieros.

Se tiene que identificar los costos que intervienen en el proceso de la entrega del servicio a domicilio según su clasificación: costos fijo directo y costo variable indirecto. Por cuanto su relación permite determinar el punto de equilibrio que alcanza la empresa.

**Costo fijo.-** Son aquellos que no varían con respecto al volumen de producción, es decir que son costos que incurre la empresa haya o no producción o en este caso colocaciones y al mantenerse constante se tornan una carga fija para la empresa, en el caso de arriendos se elabora un contrato arrendamiento por cinco años con valores fijos. (**VER ANEXO M**).

**Costo Variable.-** mientras que los costos variables son los que varían o fluctúan de conformidad con la mayor o menor utilización de la capacidad instalada.

---

<sup>24</sup> MOLINA CALVACHE, Antonio, Contabilidad de Costos, Pág. 10

**Cuadro N° 33**  
**Costos Fijos y Variables de “ASERCEM”**

<b>COSTO PRODUCCIÓN DE SERVICIOS</b>		
<b>DETALLE</b>	<b>anual</b>	<b>mensual</b>
<b>COSTO FIJO</b>		
Servicios básicos	2475,00	206,25
Sueldos y salarios	23012,40	1917,7
Arriendos	4320,00	360,00
Imprevistos	1490,37	124,20
<b>Subtotal</b>	<b>31297,77</b>	<b>2608,15</b>
<b>COSTO VARIABLE</b>		
materiales de oficina	245,39	20,45
Materiales de Aseo	669,71	55,81
Gastos de Publicidad	2057,76	171,48
reparación y mantenimiento	62,50	5,21
Seguros	67,12	5,59
Imprevistos	174,51	14,54
<b>Subtotal</b>	<b>3276,99</b>	<b>273,08</b>
<b>TOTALES</b>	<b>34574,76</b>	<b>2881,23</b>

Fuente: Resultados de la Investigación  
 Elaborado por: Jumbo Lourdes/2009

Los detalles de la inversión del proyecto está dado anual y detallado mensualmente para tener una idea más clara de lo que costará producir el servicio con inversión de \$34574,76, los costos fijos y los costos variables se desglosa de la siguiente manera: en servicios básicos se necesita un promedio anual de \$2475,00 y \$206,25 mensuales, sueldos y salarios anualmente será de \$23012,40 y mensual \$1917,70, arriendos anuales \$4320,00 y \$360,00 mensual que entre otras cosas estará contrato previamente notariado por cinco años, imprevistos de costos fijos \$1490,37 y \$124,20 mensual para dar el total de \$31297,77 anual en costos fijos y \$2608,15 mensuales., y los costos variables los valores estarán dados de la siguiente manera: materiales de oficina en \$245,39 anuales y \$20,45 mensuales que no es mucha inversión la que se realiza, en materiales de aseo que será proyectado anualmente gastar \$769,71 y mensual \$55,81 y los gastos de publicidad se convierten en variables por que habrán paquetes que se contraten por semestre, trimestres de acuerdo a la aceptación y se acoplará los valores como vayan surgiendo las necesidades y la inversión se tiene previsto anual de \$2057,76 y \$171,48 mensuales, reparación y mantenimiento \$62,50 anual y \$5,21

mensual, seguros \$67,12 anual y \$5,59 mensual, imprevistos de costos variables 174,51 y 14,54 mensual, dando un total de costos variables de \$3276,99 anuales y mensuales de \$273,08, dados estos valores tentativos se dará la dimensión del proyecto y cuales tácticas se usarán para lograr los objetivos y lograr cubrir todos estos valores.

**Materiales de Aseo.-** Son gastos que están dados por la frecuencia de compra de materiales eso quiere decir son variables, por lo que se tiene valores tentativos.

**Cuadro N° 34**

**Implementos de Limpieza “ASERCEM”**

<b>Materiales Indirectos - Implementos de Mantenimiento</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor/Unit.</b>	<b>Valor/total</b>
Tachos para basura	3	3,50	10,50
Recogedor de basura	2	2,50	5,00
Escobas	2	1,75	3,50
Ambiental (galón)	4	4,50	18,00
Desinfectante (galón)	3	4,25	12,75
Detergente (5kilos)	2	9,98	19,96
Otros	1	600,00	600,00
<b>TOTAL</b>			<b>669,71</b>

Fuente: Resultados de la Investigación  
Elaborado por: Jumbo Lourdes/2009

**Servicios básicos.-** son costos que se tiene mensualmente y servirán para calcular los estados de la empresa.

**Cuadro 35**

**Servicios Básicos**

<b>SUMINSTROS</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>	<b>COSTO ANUAL</b>
Consumo telefónico	Minutos	3000	150,00	1800,00
Energía	kw.h	235	19,25	231,00
Agua consumo humano	m	468	22,00	264,00
Otros			15,00	180,00
<b>TOTAL</b>				<b>2475,00</b>

Fuente: Resultados de la Investigación  
Elaborado por: Jumbo Lourdes/2009

**Reparación y mantenimiento.-** el rubro de reparación y mantenimiento se fijará el 5% del valor de los equipos de computación comprados por la empresa

**Cuadro 36**

**Reparación y mantenimiento**

DETALLE	COSTO	VALOR
Equipos de computación	1250,00	62,50
<b>TOTAL</b>		<b>62,50</b>

Fuente: Resultados de la Investigación  
Elaborado por: Jumbo Lourdes/2009

**Seguros.-** se calcula el 3% por concepto de seguros sobre los activos de la empresa por cualquier eventualidad.

**Cuadro 37**

**Seguros**

DETALLE	COSTO	VALOR
Equipos de computación 3%	1250,00	37,50
Equipo de oficina	742,00	22,26
Muebles y enseres	245,39	7,36
<b>TOTAL</b>		<b>67,12</b>

Fuente: Resultados de la Investigación  
Elaborado por: Jumbo Lourdes/2009

**Imprevistos.-** los imprevistos que surjan en el periodo estarán cubiertos por el 5% sobre los valores de servicios básicos, reparaciones, materiales indirectos entre otros.

**Cuadro 38**

**Imprevistos**

DETALLE	VALOR	PORCENTAJE
Servicios básicos	2475,00	70,91
Reparación y mantenimiento	62,50	1,79
Otros materiales indirectos	669,71	19,19
Materiales de oficina	245,39	7,03
Seguros	37,50	1,07
<b>TOTAL</b>	<b>3490,10</b>	<b>100</b>
<b>TOTAL 5%</b>	<b>174,51</b>	

Fuente: Resultados de la Investigación  
Elaborado por: Jumbo Lourdes/2009



### 6.1.1. Gastos Administrativos

*“Para que todos los elementos de producción se optimicen es necesaria una coordinación y gestión adecuada. A este conjunto de acciones que realiza la organización, se los denomina gastos de administración, de naturaleza fija”<sup>25</sup>.*

No depende del número de servicios que ofrezca la empresa, son valores fijos, que se originan de la acción de administrar la empresa.

- **Personal Administrativo.-** el rol principal de estas personas es la encargarse de la dirección de la empresa y rendirle informes a la Junta General de Accionistas.

**Cuadro N° 39**

**Rol de Pagos Anuales Más Beneficios “ASERCEM”**

ROL DE PAGOS "ASERCEM"								
Cargo	Salario Anual	13er Sueldo	14to Sueldo	Comisión	Total Ingresos	Fondos de Reserva	IESS 9,35%	Total a Recibir
Gerente	7200,00	600,00	240,00		8040,00	600,00	673,20	7366,80
Secretaria/contadora	2880,00	240,00	240,00		3360,00	240,00	269,28	3090,72
Ejecutivo de ventas 1	2880,00	240,00	240,00	48,00	3408,00	240,00	269,28	3138,72
Ejecutivo de ventas 2	2880,00	240,00	240,00	48,00	3408,00	240,00	269,28	3138,72
Ejecutivo de ventas 3	2880,00	240,00	240,00	48,00	3408,00	240,00	269,28	3138,72
Ejecutivo de ventas 4	2880,00	240,00	240,00	48,00	3408,00	240,00	269,28	3138,72
<b>TOTALES</b>	<b>21600,00</b>	<b>1800,00</b>	<b>1440,00</b>	<b>192,00</b>	<b>25032,00</b>	<b>1800,00</b>	<b>2019,60</b>	<b>23012,40</b>

Fuente: Resultados de la Investigación

Elaborado por: Jumbo Lourdes/2009

Los sueldos y salarios de todos los colaboradores de la empresa están fijados más los beneficios de ley como son decimo tercer sueldo que es el total ganado al año dividido para doce, en el caso de haber trabajado todo el año equivaldrá a un sueldo mensual, y el décimo cuarto sueldo es un salario básico pagado en el mes de marzo o llamado bono estudiantil porque es antes de iniciar clases de los colegios, y las comisiones que solo

<sup>25</sup> Barreno Luis, Manual de formulación de proyectos, Primera Edición, 2005, Pág. 100

tendrán derecho los colocadores por tratarse de incentivos por metas cumplidas y es el 20% de un salario básico, fondos de reserva se pagará anualmente un sueldo pagado en dividendos divididos para doce, y el descuento para el IESS que equivale al 9,35% del ingreso y depositado en la institución y así gozar de los beneficios que ofrecen a todos los afiliados y su familia, por el tiempo que laboren en la empresa.

- **Depreciaciones.-** *“Es la pérdida de valor de un activo físico (edificios, maquinaria, etc.), como consecuencia del uso”<sup>26</sup>.*

**Cuadro N° 40**

**Depreciaciones Anuales “ASERCCEM”**

<b>Cuentas</b>	<b>Costos</b>	<b>Vida Útil Años</b>	<b>Depreciación</b>	<b>Total Anual</b>
Equipo de Computación	1250,00	3	33%	412,50
Equipos de Oficina	742,00	10	10%	74,20
Muebles y Enseres	3050,88	10	10%	305,09
<b>TOTAL</b>	<b>5042,88</b>			<b>791,79</b>

**Fuente:** Resultados de la Investigación  
**Elaborado por:** Jumbo Lourdes/2009

Todos los quipos y maquinarias que intervienen en la puesta en marcha tienen diferentes porcentajes de depreciación por ejemplo los equipos de computación con 33% y la vida útil está dada en 3 años por las variaciones en modelos y programas que hay día a día en el mercado, los equipos de oficina y muebles y enseres con el 10% y 10 años de vida útil cada uno por el uso que se les da, y de mejor manera se encuentran detallados en el cuadro anterior.

<sup>26</sup> AYRES Frank Jr., Matemática Financiera, pag,7

Cuadro N° 41

## Resumen de Depreciaciones "ASERCEM"

<b>RESUMEN DE PRECIACIONES PROYECTADAS</b>					
<b>Depreciación</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>ACTIVOS FIJOS ADMINISTRATIVOS</b>					
Equipos de Oficina	74,20	74,20	74,20	74,20	74,20
Muebles y Enseres	305,09	305,09	305,09	305,09	305,09
Equipos de Computación	412,50	412,50	412,50		
<b>TOTAL</b>	<b>791,79</b>	<b>791,79</b>	<b>791,79</b>	<b>379,29</b>	<b>379,29</b>

Fuente: Resultados de la Investigación  
Elaborado por: Jumbo Lourdes/2009

## 6.1.2. Gastos de Publicidad

Para lograr uno de los objetivos trazados en la empresa que es ser conocida y posesionarse en el ámbito local y regional, la inversión de publicidad por lo menos en el primer año tiene que ser agresiva para que los clientes distingan rápidamente con escuchar el nombre de la empresa y por ello se tiene varias tácticas y por información otorgada en diferentes medios, para ubicar los gastos necesarios.

Cuadro N° 42

## Proyección de Gastos de Publicidad "ASERCEM"

<b>GASTOS DE PUBLICIDAD</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO ANUAL</b>
Cuñas radiales	200	5,60	1120,00
Anuncios en periódicos	60	4,26	255,60
Volantes	10000	0,02	160,00
TV regional	24	16,34	392,16
Tarjetas de Presentación	10000	0,01	130,00
<b>TOTAL</b>			<b>2057,76</b>

Fuente: Resultados de la Investigación  
Elaborado por: Jumbo Lourdes/2009

Los gastos de publicidad se detallan en cuáles serán en los que invertirán en el proceso determinará cuál de estas intervenciones las que mejor aceptación tengan en el público y mayor difusión se haga para lograr consolidar la empresa el gasto se lo realizará tomando en cuenta las proformas entregadas por las diferentes empresas dedicadas a la publicidad y afines como son cuñas radiales \$1120,00 al año en radio que tenga gran cobertura a nivel regional que añadirá mas distancias de cobertura y se ha pensado en otras inversiones como anuncios en el periódico de mayor tiraje en la región en 60 anuncios se invertirá \$255,60, hojas volantes en 10000 unidades se invierte \$160,00, en televisión local por 24 cuñas se pagaría \$392,16 y en lo que si se invertirá a lo seguro será de tarjetas de presentación para posibles contactos que será de 10000 tarjetas y la inversión será de \$130,00, todos estos valores están incluidos el IVA, para una inversión anual de \$2057,76.

## **6.2. Proyección de Costos**

Estos costos se graban durante el periodo de operación del proyecto. Se incurre en ellos Para hacer funcionar las instalaciones y demás activos adquiridos mediante las inversiones, con el propósito de producir y comercializar los bienes y servicios.

**Cuadro N° 43**  
**Costos Producción de Servicios “ASERCEM”**

<b>PROYECCIÓN COSTOS PRODUCCIÓN DE SERVICIOS</b>					
<b>Detalle</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>costo fijo</b>					
<b>servicios básicos</b>	<b>2475,00</b>	<b>2583,90</b>	<b>2697,59</b>	<b>2816,29</b>	<b>2940,20</b>
Consumo telefónico	1800,00	1879,20	1961,88	2048,21	2138,33
Energía	231,00	241,16	251,78	262,85	274,42
Agua consumo humano	264,00	275,62	287,74	300,40	313,62
Otros	180,00	187,92	196,19	204,82	213,83
<b>Sueldos y salarios</b>	<b>23012,40</b>	<b>24024,95</b>	<b>25082,04</b>	<b>26185,65</b>	<b>27337,82</b>
Gerente	7366,80	7690,94	8029,34	8382,63	8751,47
Secretaria	3090,72	3226,71	3368,69	3516,91	3671,65
Ejecutivo de ventas 1	3138,72	3276,82	3421,00	3571,53	3728,68
Ejecutivo de ventas 1	3138,72	3276,82	3421,00	3571,53	3728,68
Ejecutivo de ventas 1	3138,72	3276,82	3421,00	3571,53	3728,68
Ejecutivo de ventas 1	3138,72	3276,82	3421,00	3571,53	3728,68
<b>Pago de Arriendos</b>	<b>4320,00</b>	<b>4320,00</b>	<b>4320,00</b>	<b>4320,00</b>	<b>4320,00</b>
<b>Imprevistos</b>	<b>1490,37</b>	<b>1555,95</b>	<b>1624,41</b>	<b>1695,88</b>	<b>1770,50</b>
<b>TOTAL COSTO FIJOS</b>	<b>31297,77</b>	<b>32484,79</b>	<b>33724,04</b>	<b>35017,82</b>	<b>36368,52</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>					
<b>Materiales de oficina</b>	<b>245,39</b>	<b>256,19</b>	<b>267,46</b>	<b>279,23</b>	<b>291,51</b>
Papel 75gr, A4 COPYLASER	30,00	31,32	32,70	34,14	35,64
Carpetas	127,99	133,62	139,50	145,64	152,05
Perforadoras	3,60	3,76	3,92	4,10	4,28
Grapadoras	3,80	3,97	4,14	4,32	4,51
Otros	80,00	83,52	87,19	91,03	95,04
<b>Materiales de Aseo</b>	<b>669,71</b>	<b>699,18</b>	<b>729,94</b>	<b>762,06</b>	<b>795,59</b>
Tachos para basura	10,50	10,96	11,44	11,95	12,47
Recogedor de basura	5,00	5,22	5,45	5,69	5,94
Escobas	3,50	3,65	3,81	3,98	4,16
Ambiental (galón)	18,00	18,79	19,62	20,48	21,38
Desinfectante (galón)	12,75	13,31	13,90	14,51	15,15
Detergente (5kilos)	19,96	20,84	21,76	22,71	23,71
Otros	600,00	626,40	653,96	682,74	712,78
<b>Gastos de Publicidad</b>	<b>2057,76</b>	<b>2148,30</b>	<b>2242,83</b>	<b>2341,51</b>	<b>2444,54</b>
Cuñas radiales	1120,00	1169,28	1220,73	1274,44	1330,52
Anuncios en periódicos	255,60	266,85	278,59	290,85	303,64
Volantes	160,00	167,04	174,39	182,06	190,07
TV regional	392,16	409,42	427,43	446,24	465,87
Tarjetas de Presentación	130,00	135,72	141,69	147,93	154,43
<b>Reparación y mantenimiento</b>	<b>62,50</b>	<b>65,25</b>	<b>68,12</b>	<b>71,12</b>	<b>74,25</b>
<b>Seguros</b>	<b>67,12</b>	<b>70,07</b>	<b>73,16</b>	<b>76,38</b>	<b>79,74</b>
<b>Imprevistos</b>	<b>174,51</b>	<b>182,19</b>	<b>190,20</b>	<b>198,57</b>	<b>207,31</b>
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	<b>3276,99</b>	<b>3421,18</b>	<b>3571,71</b>	<b>3728,86</b>	<b>3892,93</b>
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>34574,76</b>	<b>35905,97</b>	<b>37295,75</b>	<b>38746,69</b>	<b>40261,46</b>

Fuente: Resultados de la Investigación  
Elaborado por: Jumbo Lourdes/2009

Una vez acumulados todos los costos que inciden en la producción anual se consideró el incremento anual del 4.4%<sup>27</sup> por la inflación, el mismo que sirve para la proyección de cinco años posteriores para un mejor visualización y prevención de lo que pueda ocurrir, y lo que obliga a un crecimiento obligado en los presupuestos para la consolidación de la empresa en costos y utilidades proyectadas.

### **6.3. Ingresos del Proyecto**

Para el cálculo de los ingresos se debe tomar en cuenta tanto los estudios técnicos como de mercados, a partir de los programas de producción, las ventas proyectadas y los precios o tarifas estimadas, se calcula el valor de los ingresos que se espera obtener en cada año del periodo de evaluación, o durante el periodo de vida útil del proyecto.

#### **6.3.1. Presupuestos de Ingresos**

Son las entradas de efectivo que ingresa a la empresa por motivos de venta de los servicios prestados en el periodo o ciclo productivo de operación en la empresa “ASERCEM”S.A. ya que la empresa determinando el costo o precio a cobrar al cliente de \$20,00 y resultados de las encuestas de los servicios que ofreceremos.

#### **6.3.2. Proyección del Presupuesto de Ingresos**

La proyección de ingresos está dado en razón de 5 años en lo posterior y tomando en cuenta que el promedio de inflación se encuentra en 4.4% y para tener una mejor visión de cualquier imprevisto y teniendo las mejores estrategias de mercado en captación del interés en nuestros usuarios el incremento en nuestra demanda será de 4.4% año a año aplicado a la información que nos arrojó las encuestas realizadas y la captación de mercado que tenemos previsto del 20% del total de la oferta que es de 7458 colocaciones al año.

---

<sup>27</sup> CEDATOS GALLUP: Últimas Encuestas; <http://www.cedatos.com.ec/sección.asp?id=18>

## Cuadro N° 44

## Ingresos del Proyecto para "ASERCEM"

RUBRO	Colocación por área	precio del servicio	Año 1 4,4%	Año 2 4,4%	Año 3 4,4%	Año 4 4,4%	Año 5 4,4%
Área de Mantenimiento	2502	20,00	52241,76	54540,40	56940,17	59445,54	62061,15
Área de Asistencia	2369	20,00	49464,72	51641,17	53913,38	56285,57	58762,13
Áreas Varias	2591	20,00	54100,08	56480,48	58965,62	61560,11	64268,76
<b>VALOR TOTAL</b>	<b>7462</b>		<b>155806,56</b>	<b>162662,05</b>	<b>169819,18</b>	<b>177291,22</b>	<b>185092,04</b>

Fuente: Resultados de la Investigación

Elaborado por: Jumbo Lourdes/2009

Como los servicios están destinados a ofrecerse en varias áreas y de todas estas los ingresos a obtener por colocación se cobrará \$20,00 y no interfiere si se realiza más colocaciones de las proyectadas además de tener el incremento del 4,4% anual desde el año 0 por inflación proyectada y como se tiene tres áreas que servirá de guía como son: en el área de mantenimiento para la proyección de 2502 colocaciones al año con \$20,00 son \$50040,00 más el incremento del 4,4% da un total de \$52241,76 en esa área por ingresos, en el área de asistencia con 2369 colocaciones a \$20,00 cada uno resulta \$47380,00 más incremento del 4,4% dará \$49464,72 al primer año y por áreas de varios 2591 colocaciones a \$20,00 resulta \$51820,00 más incremento de 4,4% da como resultado de \$54100,08 dando un gran total de \$155806,56 al primer año de iniciar la empresa se convierte en un valor muy tentativo y ambicioso, que por no tener mucha inversión en infraestructura si es muy ventajoso y se debe enfocar mucho en el buen funcionamiento y brindar un buen y ágil servicio para satisfacción no solo del cliente también para los inversionistas que ponen todas sus esperanzas en los números que se presentan.

## CAPITULO VII

### EVALUACIÓN FINANCIERA

#### 7.1 Evaluación Económico Financiero del Proyecto

En la evaluación del proyecto los inversionistas de “ASERCEM” S.A. tienen la oportunidad de pronosticar y tomar decisiones frente a que si el proyecto tiene la rentabilidad que esperan o qué actitud tomarán según los resultados obtenidos en las distintas etapas del proyecto, y serán evaluados mediante indicadores económicos y financieros.

##### 7.1.1 Instrumentos de Evaluación

En la evaluación del proyecto se considera varios instrumentos para una mejor objetividad al momento de toma de decisiones como son los Estados Financieros que deben ser presentados de manera clara, comprensible e imparcial, entre ellos:

- Estado de Situación Inicial.
- Estados de Resultados.
- flujo de Caja.

##### 7.1.1.1 Estado de Situación Inicial

*“Es el documento contable que refleja la situación patrimonial de una empresa en un momento del tiempo. Consta de dos partes, Activo y Pasivo. El Activo muestra los elementos patrimoniales de la empresa, mientras que el Pasivo detalla su origen financiero. La legislación exige que este documento sea imagen fiel del Estado Patrimonial de la Empresa”<sup>28</sup>*

---

<sup>28</sup> Páez N: Evaluación y Diseño de Proyectos, Primera Edición, CODEU, 2000, Quito Ecuador.



Los datos que se presente en la empresa serán importantes para la toma de decisiones de los inversionistas en cada periodo.

### Cuadro N° 45

#### ESTADO DE SITUACION INICIAL

##### EMPRESA "ASERCEM"

<b>ACTIVOS</b>		
<b>CORRIENTE</b>		9725,86
Caja Bancos	1082,17	
Capital de trabajo	8643,69	
<b>FIJOS</b>		5288,27
Material de oficina	245,39	
Muebles y enseres	3050,88	
Equipo de computación	1250,00	
Equipo de oficina	742,00	
<b>DIFERIDOS</b>		4791,23
Gastos de constitución	1000,00	
Gastos pre-operativos	2881,23	
Infraestructura	550,00	
Arriendos	360,00	
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<u>19805,36</u>
<b>PASIVOS</b>		
Préstamo bancario	0	
<b>TOTAL PASIVOS</b>		0
<b>CAPITAL SOCIAL</b>		
Capital Social	19805,36	
<b>TOTAL CAPITAL</b>		19805,36
<b>TOTAL PASIVO + CAPITAL</b>		<u>19805,36</u>

### 7.1.1.2 Estados de Resultados

*“Es el que determina la utilidad o pérdida de un ejercicio económico como resultado de los ingresos y gastos; en base a este estado se puede medir el rendimiento económico que ha generado la actividad de la empresa”<sup>29</sup>.*

En base a los datos obtenidos en los ingresos de ventas, se ha elaborado el estado de pérdidas y ganancias de la empresa “ASERCER”. Constando las ventas, costos y gastos que se originan al momento de ofertar el servicio, y dar con el resultado de la utilidad neta del ejercicio del periodo.

**Cuadro N° 46**

#### **ESTADO DE RESULTADOS**

<b>INGRESOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Ventas netas	155806,56	162662,05	169819,18	177291,22	185092,04
Costo de ventas	32212,87	33630,24	35109,97	36654,81	38267,62
<b>U. Bruta Ventas</b>	<b>123593,69</b>	<b>129031,81</b>	<b>134709,21</b>	<b>140636,41</b>	<b>146824,42</b>
<b>GASTOS</b>					
Gastos de Publicidad	2057,76	2148,30	2242,83	2341,51	2444,54
Gastos varios (rep. y mant, seg., impr.)	304,13	317,51	331,48	346,07	361,29
<b>UTILIDAD antes Participación</b>	<b>121231,80</b>	<b>126566,00</b>	<b>132134,90</b>	<b>137948,84</b>	<b>144018,59</b>
15% Participación utilidades	18184,77	18984,90	19820,24	20692,33	21602,79
<b>Utilidad antes de impuesto</b>	<b>103047,03</b>	<b>107581,10</b>	<b>112314,67</b>	<b>117256,51</b>	<b>122415,80</b>
Impuesto a la renta 25%	25761,76	26895,28	28078,67	29314,13	30603,95
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>77285,27</b>	<b>80685,83</b>	<b>84236,00</b>	<b>87942,38</b>	<b>91811,85</b>

Fuente: Resultados de la Investigación

Elaborado por: Jumbo Lourdes

### 7.1.1.3 Flujo de Caja

*“El flujo de caja es la diferencia entre los dólares adicionales recibidos y los dólares adicionales desembolsados”<sup>30</sup>*

<sup>29</sup> SARMIENTO Rubén, Contabilidad General, Sexta Edición, 2001. Pág. 285.

**Cuadro N° 47**  
**FLUJO DE CAJA GENERADO POR EL PROYECTO EN EFECTIVO**

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS NO OPERACIONALES</b>						
<b>APORTE DE CAPITAL</b>	<b>19805,36</b>					
<b>(-) EGRESOS OPERACIONALES</b>						
<b>(-) ACTIVOS FIJOS</b>						
Equipos de computación	1250,00					
Equipos de oficina	491,00					
Útiles de oficina	245,39					
Muebles y enseres	3.301,88					
<b>SUBTOTAL INVERSIONES FIJAS</b>	<b>5288,27</b>					
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>						
Gastos de constitución	1000,00					
Gastos pre-operativos	2881,23					
Infraestructura	550,00					
Arriendos	360,00					
<b>Subtotal diferidos</b>	<b>4.791,23</b>					
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>						
<b>Caja-bancos</b>	<b>1.082,17</b>					
<b>Capital de trabajo</b>	<b>8.643,69</b>					
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>		155806,56	162662,05	169819,18	177291,22	185092,04
Ventas		155806,56	162662,05	169819,18	177291,22	185092,04
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>		<b>155806,56</b>	<b>162662,05</b>	<b>169819,18</b>	<b>177291,22</b>	<b>185092,04</b>
<b>EGRESOS</b>						
<b>COSTOS DE PRODUCCION</b>						
Servicios básicos		2475,00	2583,90	2697,59	2816,29	2940,20
Sueldos y salarios		23012,40	24024,95	25082,04	26185,65	27337,82
Arriendos		4320,00	4320,00	4320,00	4320,00	4320,00
Imprevistos		1664,88	1738,13	1814,61	1894,46	1977,81
Materiales de oficina		245,39	256,19	267,46	279,23	291,51
Materiales de Aseo		669,71	699,18	729,94	762,06	795,59
Seguros		67,12	70,07	73,16	76,38	79,74
Reparación y mantenimiento		62,50	65,25	68,12	71,12	74,25
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCION</b>	<b>0,00</b>	<b>32517,00</b>	<b>33757,67</b>	<b>35052,93</b>	<b>36405,17</b>	<b>37816,92</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>						
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	<b>0,00</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>GASTOS DE VENTA</b>						
Gastos de Publicidad		2057,76	2148,30	2242,83	2341,51	2444,54
<b>TOTAL GASTO DE VENTA</b>	<b>0,00</b>	<b>2057,76</b>	<b>2148,30</b>	<b>2242,83</b>	<b>2341,51</b>	<b>2444,54</b>
<b>TOTAL DE EGRESOS</b>	<b>0,00</b>	<b>34574,76</b>	<b>35905,97</b>	<b>37295,75</b>	<b>38746,69</b>	<b>40261,46</b>
<b>FLUJO DE FONDOS EFECTIVO SIN IMP.</b>	<b>-19.805,36</b>	<b>121.231,80</b>	<b>126.756,08</b>	<b>132.523,43</b>	<b>138.544,53</b>	<b>144.830,58</b>
IMPUESTOS (-)		25761,76	26895,28	28078,67	29314,13	30603,95
PARTICIPACIÓN UTILIDADES (-)		18184,77	18984,9	19820,24	20692,33	21602,79
<b>FLUJO DE FONDOS ANTES AMORTIZACION PREST.</b>	<b>-19.805,36</b>	<b>77.285,27</b>	<b>99.860,80</b>	<b>104.444,76</b>	<b>109.230,40</b>	<b>114.226,63</b>
Pago de préstamo (-)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>FLUJO DE FONDOS DESPUES DE AMORTIZACION</b>	<b>-19.805,36</b>	<b>77.285,27</b>	<b>99.860,80</b>	<b>104.444,76</b>	<b>109.230,40</b>	<b>114.226,63</b>
Préstamo (+)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>FLUJO DE FONDOS NETO</b>	<b>-19.805,36</b>	<b>77.285,27</b>	<b>99.860,80</b>	<b>104.444,76</b>	<b>109.230,40</b>	<b>114.226,63</b>

Fuente: Resultados de la Investigación

Elaborado por: Jumbo Lourdes/2009

Todas las proyecciones son para cinco años, el flujo de caja y en el estado financiero se registrará los ingresos o ventas anuales con incrementos considerables y egresos operacionales de la empresa en efectivo para periodos determinados.

### **7.1.2 Indicadores de Evaluación**

Igual que los Estados Financieros los Índices de Evaluación sirven para medir la rentabilidad de la empresa o proyecto y entre sus principales índices se tiene varios que van a ser analizados individualmente.

- Costos de oportunidad de capital.
- Valor actual neto (VAN).
- Tasa interna de retorno (TIR).
- Periodo de recuperación de la inversión.

#### **7.1.2.1 Costos de Oportunidad de Capital**

*“El costo de oportunidad se utiliza para calcular el valor presente de los flujos de efectivo que se va a tener a futuro; es decir los rendimientos que se esperan después de haber realizado la inversión”<sup>31</sup>.*

El costo de oportunidad de capital también conocido como TMAR o tasa mínima aceptable de rendimiento se lo calcula para poder calcular otros indicadores como el VAN (valor actual neto) y está formada por dos componentes.

$$\text{TMAR} = \text{Inflación} + \text{Riesgo País}$$

---

<sup>31</sup> [www.gestiopolis.com](http://www.gestiopolis.com)

## Cuadro N° 48

## COSTO DE OPORTUNIDAD DE CAPITAL

CAPITAL	VALOR		TASA PASIVA	TASA INFLACIÓN	PREMIO AL RIESGO	TASA ACTIVA	COSTO OPORTUNIDAD
	USD	%	%	%	%	%	%
Capital Social	19805,36	100	5.05%	4.4%	5.04%		14,49%
Financiamiento	0,00	0					0
<b>TOTAL</b>	19805,36	<b>100</b>					<b>14,49%</b>

Fuente: Resultados de la Investigación  
Elaborado por: Jumbo Lourdes/2009

## 7.1.2.2 Valor Actual Neto (VAN)

*“El VAN de una inversión es la diferencia entre los ingresos futuros, descontados según una tasa específica, y el montaje de la inversión original. Si se conoce la tasa de rentabilidad deseada, puede hallarse el valor actual del flujo futuro”<sup>32</sup>.*

En el caso que el valor del VAN sea mayor a cero, el proyecto es rentable, aunque se debe de considerar el valor mínimo de rendimiento para la inversión, y en el caso que sea negativo se rechaza el proyecto ya que el cálculo se realiza del flujo de caja neto de cada periodo y del flujo de inversión, con tasa de descuento, para que quede determinada la valoración de la inversión a largo plazo y su método de cálculo con la siguiente fórmula:

$$\text{VAN} = -I_0 (1+i)^0 + \text{FEN 1} (1+i)^{-1} + \text{FEN 2} (1+i)^{-2} \dots \dots \dots + \text{FEN 5} (1+i)^{-5}$$

<sup>32</sup> ENCICLOPEDIA DEL MANAGEMENT. Presupuesto de Inversiones. Pág. 908

**En donde:**

$I_0$  = Inversión Inicial

$i$  = Tasa de descuento

**FEN** = Flujo de Efectivo Neto

**1-5** = Años de Vida Útil del Proyecto

$$\text{VAN} = -19805,36 + 77285,27(1+14,49)^{-1} + 99806,04(1+14,49)^{-2} + 104197,51(1+14,49)^{-3} + 108782,20(1+14,49)^{-4} + 113568,62(1+14,49)^{-5}$$

$$\text{VAN} = \$ 275236,25$$

El VAN del proyecto de la empresa “ASERCEM” arroja resultados positivos de \$275236,25. Por lo tanto se puede tomar la decisión de implementar el proyecto.

### 7.1.2.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

*“Es el tipo de descuento que hace que el VAN (Valor Actual Neto) sea igual a cero, es decir, el tipo de descuento que iguala el valor actual de los flujos de entrada(positivos) con el flujo de salida inicial y otros flujos negativos actualizados de un proyecto de inversión”<sup>33</sup>.*

---

<sup>33</sup> MENESES ALVAREZ, Edilberto, “Preparación y Evaluación de Proyectos”, Edición por Quality Print. Tercera Edición. Ecuador. 2001

$$\text{TIR} = - I_0 (1+i)^0 + \text{FEN 1} (1+i)^{-1} + \text{FEN 2} (1+i)^{-2} \dots\dots\dots + \text{FEN 5} (1+i)^{-5}$$

Cuadro N° 49

## Tasa Interna de Retorno

AÑOS	Flujo de Caja Neta
0	<b>-19.805,36</b>
1	77285,27
2	99806,04
3	104197,51
4	108782,20
5	113568,62
<b>*TIR</b>	<b>413%</b>

\*TIR: Tasa Interna de Retorno

Fuente: Resultados de la Investigación

Elaborado por: Jumbo Lourdes/2009

El proyecto presenta un flujo de inversión del 413% sobre la tasa de oportunidad de capital del 14,49% lo que demuestra la alta rentabilidad que existe, y se lo calcula directamente en el programa de Excel.

#### 7.1.2.4. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

Consiste en los años que se requiere para recuperar la inversión inicial, se calcula el flujo neto de efectivo, para saber exactamente cuánto tiempo tardará su recuperación.

## Cuadro N° 50

## Periodo real de recuperación de la inversión

INVERSION = 19805,36		
PERIODOS	FLUJOS ACTUALIZADOS	PERIODO DE RECUPERACIÓN
1	77285,27	78961,68
2	99860,80	178822,48
3	104444,76	283267,24
4	109230,40	392497,64
5	114226,63	506724,27
<b>INVERSION INICIAL</b>		
I. INICIAL	19805,36	
MENOS	77285,27	
TOTAL	-57479,91	
/ULTIMO AÑO DEL PROYECTO	114226,63	
<b>PRRI</b>		<b>-0,50</b>

Fuente: Resultados de la Investigación

Elaborado: Jumbo Lourdes/2009

$$\text{PRRI} = -0,50 = -0 \text{ años}$$

$$0,50 \times 12 = 6 = 6 \text{ meses}$$

Los resultados que arrojados son muy sorprendentes por considerar que en el lapso de menos del año de empezar sus funciones la empresa va a poder recuperar la inversión realizada y con más precisión en 6 meses y por tratarse de un servicio que no necesita de mucha inversión para que dificulte el proyecto.



### 7.1.3. Punto de Equilibrio

Para obtener el punto de equilibrio se necesita clasificar los costos fijos y variables, y aplicando la fórmula de ecuación obtenemos el punto donde la empresa “ASERCEM” no obtiene ganancias ni pérdidas, solo se cubren los costos de operación en la prestación de los servicios que se ofrece.

Fórmula de ecuación de línea recta

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{1 - \frac{\text{COSTOS VARIABLES}}{\text{VENTAS}}}$$

**Cuadro N° 51**

**Punto de Equilibrio**

<b>COSTOS</b>	<b>FIJOS</b>	<b>VARIABLES</b>
Sueldos y salario	23012,40	-
Servicios básicos	2475,00	
Arriendos	4320,00	
Imprevistos	1490,37	
Publicidad		2057,76
Imprevistos		174,51
Material de oficina		245,39
Materiales de aseo		669,71
Reparación y mantenimiento		62,50
Seguros		67,12
<b>TOTAL</b>	<b>31297,77</b>	<b>3276,99</b>

Fuente: Resultados de la Investigación  
Elaborado por: Jumbo Lourdes/2009

$$\text{PE Ventas} = \frac{31297,77}{1 - \frac{3276,99}{155806,56}}$$

$$\text{PE Ventas} = 31970,18 \text{ dólares}$$

Con un promedio de 7462 servicios prestados y una vez calculados los costos tanto fijos como variables nuestro punto de equilibrio en ventas corresponderá a **\$31970,18 dólares**.

#### 7.1.4. Índices Financieros

También conocidos como ratios o razones financieras y su análisis permite observar los puntos fuertes y débiles de una empresa, mostrando probabilidades y tendencias que determinará que cuentas de los estados financieros requieren de mayor atención para su análisis.

**Razón de Endeudamiento.-** Mide la participación de los acreedores en la financiación de los activos totales de la empresa, ésta razón ayuda a determinar la capacidad que tiene la empresa para cubrir sus obligaciones a corto y largo plazo en caso de tenerlas.

$$\text{RE} = \frac{\text{DEUDA TOTAL}}{\text{ACTIVO TOTAL}}$$

$$\text{RE} = \frac{0,00}{19805,36}$$

$$\text{RE} = 0,00\%$$

De acuerdo al índice de endeudamiento este establece que el 0.0% de los activos de la empresa se encuentran financiados por terceros y que el 100.00 % es capital propio.

**Rentabilidad sobre las Ventas.-** Nuestra utilidad sobre las ventas obtenidas por la empresa en un periodo determinado

$$\mathbf{RV = \frac{UTILIDAD\ NETA}{VENTAS\ NETAS}}$$

$$\mathbf{RV = \frac{77285,27}{155806,56}}$$

$$\mathbf{RV = 49,60\%}$$

El porcentaje de utilidad de la empresa sobre las ventas en sus operaciones normales ha generado 49,60%.

**Rentabilidad Sobre los Activos.-** Mide el rendimiento logrado por los activos.

$$\mathbf{RSA = \frac{UTILIDAD\ NETA}{TOTAL\ ACTIVOS}}$$

$$\text{RSA} = \frac{77285,27}{19805,36}$$

$$\text{RSA} = 390,22\%$$

El porcentaje de utilidad líquida que se logrará con la inversión total de la empresa es de 390,22% lo que demuestra que se aprovechará al máximo los recursos de la empresa y por ser un servicio que no requiere de mayor inversión en activos.

**Relación Costo beneficio.-** Mediante la aplicación de este índice se puede determinar en promedio, el número de unidades monetarias recuperadas por cada unidad de inversión, constituyéndose en una medida de rentabilidad global.

Este método utiliza los flujos descontados en la tasa interna de retorno y el valor actual neto.

$$\text{RB/C} = \frac{\text{SUMATORIA FLUJOS NETOS EFECTIVOS}}{\text{INVERSIÓN TOTAL}}$$

$$\text{RB/C} = \frac{485.242,50}{19805,36}$$

$$\text{RB/C} = 25,00\%$$

De esta manera se determina que el proyecto es aceptable, puesto que su resultado es superior a la unidad, es decir que por cada unidad de dólar invertido se está obteniendo una ganancia de \$25,00 dólares, esto es en términos de valor actual neto.

## CAPITULO VIII

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 8.1. Conclusiones

- A la conclusión que se ha llegado gracias al estudio de mercado realizado de la aceptación por parte de los usuarios en busca de personal de servicios es alta gracias al estudio realizado mediante encuestas ya que muy pocos conocían de la existencia de otras agencias o formas seguras de conseguir colaboradores a pesar de no acceder a datos muy fácilmente.
- Es tal la aceptación por parte del mercado de Santo Domingo que la recuperación de la inversión se estima al cabo de 6 meses con alta rentabilidad sobre los ingresos generados en el periodo y que no necesita de gran inversión la utilidad neta proyectada en el primer año de funcionamiento es \$77285,27 y el crecimiento anual de la empresa en su campo de acción como en sus ingresos estará dado en promedio de 1% a 1,5%.
- La inversión se realizará con recursos propios de los 3 socios que conforman la empresa, no siendo necesario buscar financiamiento externo.
- Mediante estudio técnico y método de localización se estableció que el lugar estratégico para la ubicación de la empresa será en la urbanización Granda Centeno, en la calle Latacunga y Babahoyo esquina, por la cercanía de lugares estratégicos y de gran afluencia de posibles postulantes y clientes.
- Con la aplicación de excelentes estrategias como son publicidad constante en los diferentes medios de comunicación, ofreciendo siempre un buen servicio, ágil y seguro, los agentes vendedores, se logrará que la empresa se poseione en el mercado con un considerable crecimiento año a año entre el 1,5% y el 1% llegando al cabo de los cinco años de proyección al 7%.

## 8.2. Recomendaciones

- Con el propósito de mantenerse en el mercado, es necesario actualizar siempre el banco de datos de posibles postulantes y de clientes haciendo el seguimiento en cada colocación que sea necesario para lograr captar más clientes satisfechos y mantenernos en la mente de las dos partes.
- Por el segmento del mercado al que va encaminado la empresa se tiene que aprovechar las ventajas competitivas como es la baja inversión que se va a realizar, el congelamiento del arriendo por el lapso de cinco años, tener buenos contactos y mantenerse con precios accesibles al cliente entre otras ventajas.
- No descuidar los estándares de calidad al proceso de pre-selección de personal, ya que esto ayudará a que se mantenga un buen precedente en los beneficiarios y tener buena publicidad y recomendar a sus conocidos, esto a su vez lograr los objetivos de la empresa.
- Mediante los estudios económicos financieros realizados como el VAN, TIR, PRRI, RV, entre otros, se estima que el tipo de empresa que se implementa puede expandir su campo de acción muy pronto ya que el desempeño y desenvolvimiento de la misma así lo requiere.
- El servicio que se brindará estará caracterizado por brindar confianza, profesionalismo y seguridad, gracias a la selección del personal para laborar en los diferentes puestos de servicios que se ofrecerá, dependerá del desempeño de todos ellos.

## BIBLIOGRAFÍA

- “[http://es.wikipedia.org/wiki/Santo\\_Domingo\\_\(Ecuador\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Santo_Domingo_(Ecuador))).
- [www.MunicipioSantoDomingodelosTsachilas,Estadisticas](http://www.MunicipioSantoDomingodelosTsachilas,Estadisticas).
- [www.Monografías.com](http://www.Monografías.com).ReporteFinal.
- Enciclopedia del management. Marketing, investigación de mercados pag.712  
THOMAS M.BERTSCH, universidad james madison.
- Municipio de Santo Domingo de los Tsachilas, Dirección de Avalúos y Catastros.
- MC Carthy, E. Jerome, PERREAULT, William D. Marketing teoría y práctica.
- BARRY P. Keating, Universidad de Notre Dame, ENCICLOPEDIA DEL MANAGEMENT, conceptos de economía.
- Kotler, Philip, MARKETING, Décima edición.
- MARKETING, Philip Kotler, Gary Armstrong, Dionicio Cámara Ibáñez, Ignacio Cruz Roche, Décima edición.
- Ferrell, W.M. Pride/O.C., MARKETING.
- Bruce, Andy, Langdon Ken; el pensamiento estratégico.
- Luis Barreno, PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS.
- ILPES, Guía para la presentación de Proyectos.
- BARRENO, Luis, MANUAL DE FORMULACIÓN Y EVALUACION DE PROYECTOS. Edición 2005.
- COSS, Raúl. Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión, Editorial Limusa. 2da edición.
- García M. Alberto, Evaluación de Proyecto, Programación Educativa S.A., Edición, México 2002. Colección MCGraw – Hill.
- GUDIÑO DÁVILA, Emma, Contabilidad 2000, Bogotá – Colombia, 1992, Editorial Mcgraw - Hill
- MOLINA CALVACHE, Antonio, Contabilidad de Costos.
- AYRES Frank Jr., Matemática Financiera.

- Páez N: Evaluación y Diseño de Proyectos, Primera Edición, CODEU, 2000, Quito Ecuador.
- SARMIENTO Rubén, Contabilidad General, Sexta Edición, 2001.
- POLINEMI Ralph, Contabilidad de Costos.
- [www.gestiopolis.com](http://www.gestiopolis.com)
- ENCICLOPEDIA DEL MANAGEMENT. Presupuesto de Inversiones.
- MENESES ALVAREZ, Edilberto, “Preparación y Evaluación de Proyectos”, Edición por Quality Print. Tercera Edición. Ecuador. 2001
- <http://www.inec.gov.ec/web/guest/publicaciones/anuarios/invsoc/empdes>.
- <http://fvivanco.blogspot.com/2009/05/santo-domingo-por-dentro18.html>
- CEDATOS GALLUP: <http://www.cedatos.com.ec/sección.asp?id=18>



## APENDICES

### ANEXO A

#### Modelo de Encuestas



UTE CAMPUS SANTO DOMINGO  
ESCUELA DE EMPRESAS Y NEGOCIOS  
ENCUESTA 2009

DIRECCION.....

PROPORCIONAR LA SIGUIENTE INFORMACION LA MISMA QUE TIENE COMO FINALIDAD CONOCER LAS NECESIDADES DE PERSONAL DE SERVICIOS.

1.- REQUIERE USTED CONTAR CON:

- Personal de limpieza ( )  
 Servicio domestico ( )  
 Jardinero ( )  
 Eléctrico ( )  
 Otros. Especificar ( ) .....

2.- ¿CUANDO CONTRATÓ USTED AL PERSONAL DE SERVICIOS, COMO LO OBTUVO?

- Directamente ( )  
 Entrevista personal ( )  
 Recomendación ( )  
 Agencia de empleo ( )  
 Otros medios conocidos ( )

3.- ¿QUE NIVEL DE INSTRUCCIÓN LE GUSTARIA QUE TENGA SU ASISTENTE?

- Primaria ( )  
 Secundaria ( )  
 Superior ( )

4.- ¿CUANDO USTED REQUIERE DE PERSONAL PARA SU HOGAR, QUE MEDIO DE COMUNICACIÓN UTILIZA?

- Radio ( )  
 Televisión ( )  
 Prensa ( )  
 Internet ( )  
 Otros ( )

5.-A MÁS DE CONTAR CON UNA ASISTENTE, LE GUSTARIA TENER LOS SERVICIOS DE UNA PERSONA PARA QUE LA AYUDE A REALIZAR TRABAJOS OCACIONALES COMO:

- Cuidador de ancianos ( )  
Niñera ( )  
Jardinero ( )  
Gasfitero ( )  
Otros. Especificar ( ) .....

6.- ¿CUANTO ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR LOS SERVICIOS DE LA ASISTENTE DEL HOGAR?

\_\_\_\_\_

7.- ¿COMO LA GUSTARIA QUE FUERA EL SERVICIO?

- Puertas afuera ( )  
Puertas adentro ( )

8.- ¿ESTARIA DISPUESTO A AFILIAR AL SEGURO SOCIAL?

- SI ( )  
NO ( )

9.- ¿CON RESPECTO AL PERSONAL OCACIONAL COMO LE GUSTARIA QUE SEA?

- Todo el día ( )  
Por horas ( )  
Por la tarde ( )  
Parte de la noche ( )

10.- ¿CUENTA EN ESTE MOMENTO CON PERSONAL A SU SERVICIO?

- SI ( )  
NO ( )

**ANEXO B**  
**RAZON SOCIAL DE LA EMPRESA**  
**LOGOTIPO**



ANEXO C  
MODELO DE HOJAS VOLANTES



***Si necesitas trabajo...  
Tenemos la Solución***



Agencia Colocación de Empleos

Calle Babahoyo y Latacunga Esq. Altos Almacén Glorita 3er. Piso  
Telf.: 2746107 Cel: 093971852 Santo Domingo - Ecuador

**ANEXO D**  
**MODELOS DE TARJETAS DE PRESENTACIÓN**



## ANEXO E PROFORMA DE CUÑAS RADIALES



**Voz y sentimiento de JJ**

Santo Domingo a 10 de noviembre de 2009

Señora:

Sra. Lourdes Jumbo

Ciudad: \_\_\_\_\_

De mis consideraciones:

Me es grato saludarlo y a la vez augurarle éxitos en sus delicadas funciones que diariamente desempeña

Aprovecho la oportunidad para poner a sus órdenes los servicios publicitarios de nuestra empresa MACARENA FM 92.1 "LA RADIO BONITA", que por su programación se ha ganado el corazón de miles de radio oyentes

A continuación nuestras tarifas en:

### PROGRAMACIÓN REGULAR

TIEMPO	C/U
20"	\$5,00
30"	\$7,00
40"	\$9,00

### NOTICARIOS

TIEMPO	C/U
20"	\$8,00
30"	\$10,00
40"	\$12,00

• PRECIOS NO INCLUYEN IVA

• **Nuestras tarifas son negociables**

### COBERTURA:

**SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS:** Macarena FM 92.1 cubre el 100% de la provincia

**PICHINCHA:** Tandapi, Puerto Quito, Pedro Vicente Maldonado, San Miguel de los Bancos

**MANABI:** El Carmen, Pademonte, Flavio Alfaro

**LOS RIOS:** Patricia Pilar, Fumiza, Buena Fe

**ESMERALDAS:** Concordia, La Independencia, Quinde, San Lorenzo, Muisne y sectores aledaños

Lo invitamos a sumarse a la lista de empresas satisfechas con los resultados obtenidos después de anunciarse en *Macarena*.

Segura de que esta propuesta cumple sus expectativas publicitarias y reiterándole el alto nivel de impacto publicitario de *Radio Macarena*, me despido.



  
 Corresponsable  
 92.1 F.M.  
 Macarena  
 La radio bonita  
 Melida Jara Macarena

Coop. 30 de Julio sector 1, Calle Tiputini # 111 y Av. Clemencia de Mora  
 Telf.: 2745-011 - Telefax: 2742-266 - e-mail: info@radiomacarena.com  
 Apartado Postal: 17-24-343 - Santo Domingo de los Tsáchilas - Ecuador

[www.radiomacarena.com](http://www.radiomacarena.com)



**ANEXO F**  
**PROFORMAS DE ANUNCIOS DE PERIODICO**

	ORDEN DE PUBLICIDAD				
EDICENTRAL S.A. Pallatanga s/n ente Av. Quito y Guayaquil Ruc: 1791166582001 Telf.: 2761-876-2761-005					
NOMBRE: <u>Sra. Lucides Jamba</u>			RUC: .....		
DIRECCION: <u>Calle Guayaquil 802 y Latoriega</u>			TELF: .....		
PRODUCTO: <u>Clasificados</u>					
TITULO DEL ANUNCIO: <u>Requerimiento Personal</u>					
FORMA DE PAGO: <u>Contado</u>					
FECHA DE PUBLICACION	PAGINA	TAMAÑO	N° ANUNCIOS	TARIFA	VALOR
	<u>Clasif</u>	1x4	10+1	4,26	42,60
		2x4	5+1	12,10	60,50
		2x8	5+1	26,88	134,40
<u>Lucila Lopez</u>			_____ CLIENTE		
ASESORA COMERCIAL					



## ANEXO G

## PROFORMA DE ANUNCIO EN TV LOCAL Y REGIONAL



**Majestad TV**  
Televisión real...

Santo Domingo Noviembre del 2009

## PROFORMA "2009"

### PAQUETE PUBLICITARIA PA' COMENZAR EL DÍA Y TV SHOW

Reciba un cordial saludo de quienes hacemos **MAJESTAD TV**, el canal de la Provincia Santo Domingo de los Tsáchilas. Es placentero para nosotros, informarle que gracias a la tecnología de punta utilizada por nuestro canal, llegamos con señal nítida a Santo Domingo, El Carmen, Quinindé, La Concordia, Pedernales, Atacames, Cojimíes, Muisne, La Unión, Puerto Quito, San Miguel de los Bancos, Buena Fe, Alluriquín, Patricia Pilar, Pedro Vicente Maldonado, Las Golondrinas, Puerto Limón, San Jacinto del Búa, La Sexta, La Bramahadora, Las Villegas y demás sitios cercanos a nuestra Provincia con lo cual nos posicionamos como canal líder en información e imagen. Nuestro slogan... "TELEVISIÓN REAL".

Con estos antecedentes ponemos a consideración nuestra oferta publicitaria a ser difundida a través de Majestad TV canal 39:

#### PAQUETE PA' COMENZAR EL DÍA

2 CUÑAS DE 30 SEGUNDOS + UNA MENCIÓN DIARIAS.....no incluye iva..... \$ 900.00

DE LUNES A VIERNES 22 DÍAS AL MES 44 spots

NO INCLUYE PRODUCCIÓN DE SPOT EL COSTO ES DE 200 DÓLARES

#### PAQUETE PUBLICITARIO TV SHOW

3 CUÑAS DE 20 A 30 SEGUNDOS + UNA MENCIÓN Y DOS CLAQUETAS EN CADA PROGRAMA..... \$ 350.00

16 cuñas + 16 claquetas + 8 menciones **NO INCLUYE IVA**

Programación en horario estelar viernes 20:00 después del noticiero y sábados 21:00

**NOTA: "TV SHOW" POR EL CONTRATO MÍNIMO 3 MESES INCLUYE REALIZACIÓN DE SPOT + 1 MES DE GRACIA PROMOCIÓN VALIDA POR EL MES DE OCTUBRE**

PAQUETE PUBLICITARIO TV SHOW Y PA'COMENZAR EL DÍA .....\$ 1.100

Seguros de contar con su valiosa presencia como auspiciante de **MAJESTAD TV**, anticipamos nuestro agradecimiento.

Steward Garrido  
Majestad Tv.

097468869 - 2756508

Canal 39

Santo Domingo - Ecuador  
Calle Guayaquil entre Río Mulaute y Pallatanga Telfs.: (593-2) 2766 583 - 2762802  
E-mail: ventas@majestad.tv





## ANEXO I

## PROFORMA DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN

**SISTEMAS COMPUTARIZADOS****PROFORMA**

LATACUNGA 509 Y MACHALA TEL: 2746327 - 084140681

E-MAIL. jimhmosquera@yahoo.es

FECHA: 01/02/2010

NOMBRES: ASERCEM S.A.

CI-RUC:

DIRECCIÓN:

TELEFONO

2746107

CANTIDAD	DETALLE DE PRODUCTOS	PRECIO U.	TOTAL
2	<b>COMPUTADORA</b> INTEL DUAL CORE 2,8GHZ MB G31 INTEL ORIGINAL DISCO DURO DE 320GB MEMORIA RAM 1GB DD2667 DVD RAM QUEMADOR DE DVD Y CD TECLADO - MOUSE -PRLANTES UPS 500 CDP MONITOR SAMSUNG LCD 18,5 LG  FAX-MODEM, PARA ENVIAR Y RECIBIR FAX DESDE EL PC	\$ 513,39	\$ 1.026,79
1	<b>IMPRESORA HP1600 COLOR SERIE</b>	\$ 49,11	\$ 49,11

OBSERVACIONES: GARANTIA DE PRODUCTOS DOCE MESES  
MANTENIMIENTO SIN COSTO 2 VECES AL AÑO

SUB. TOTAL	\$ 1.075,89
DESC.	
IVA	\$ 129,11
TOTAL	\$ 1.205,00

ORDEN DE PEDIDO

SISTEMAS COMPUTARIZADOS  
F. AUTORIZADA





**ANEXO**  
**ÚTILES DE OFICINA**

IMPORTADORA JURADO S.A. STO. DOMINICO 1 RUC: 1792003199001 Av. Tsachila 272 y Machala Quito, 59322				<b>Sales Order</b>	
				Date	S.O. No.
				2/1/2010	42
Name / Address			Ship To		
JUMBO LOURDES					
				P.O. No.	Project
Item	Description	Ordered	U/M	Rate	Amount
0901050090001	IMPRESORA LEXMARK X3550	1	ea	89.28571	89.29T
40614003	FOLDER NACIONAL SIN VINCHA AMARILLO	1,000	ea	0.09821	98.21T
VINCHA	VINCHA DE METAL CAJA DE 50	1,000	ea	0.01607	16.07T
PAP75	PAPEL 75 GRAMOS, A4 COPYLASER	10	ea	3.00	30.00
4088	ARCHIVADOR UNICO OFICIO NEGRO	50	ea	1.64	82.00T
1101068	ESFERO BIC FINO AZUL	48	ea	0.20461	9.82T
1100408	Lapiz Bic Evolution	24	ea	0.1651	3.96T
PERFO MED	PERFORADORA MEDIANA	2	ea	1.69643	3.39T
GRAP MET PEQ	GRAPADORA METAL PEQUEÑA 960	2	ea	1.60714	3.21T
	12% IVA			12.00%	36.71
	<i>Sacapunta electrico</i>	<i>1</i>			<i>35.00 incluido iva</i>
				<b>Total</b>	<b>\$372.66</b>

**IMPORTADORA  
JURADO S.A.**

## ANEXO L

### PASOS PARA LA CONSTITUCIÓN, SEGÚN LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS

1. Aprobación del nombre o razón social de la empresa, en la Superintendencias de Compañías.
2. Apertura de la cuenta de integración de Capital, en cualquier banco de la ciudad, si la constitución es es numerario.
3. Elevar a escritura pública la constitución de la Empresa, en cualquier notaría.
4. Presentación de 3 escrituras de constitución con oficio firmado por un abogado en la Superintendencia de compañías o en las ventanillas únicas.
5. La Superintendencia de compañías en el transcurso de 48 horas como máximo puede responder así:

#### OFICIO:

Cuando hay algún error en la escritura.

Cuando por su objeto debe tener afiliaciones previas, tales como : cámara de minería, agricultura, pequeña industria, turismo, etc.

Cuando por su objeto debe tener permisos previos, tales como: consejo nacional de tránsito, ministerio de gobierno, etc.

Se deben de realizar todas las observaciones hechas mediante oficio para continuar con el proceso de constitución y así obtener la resolución.

#### RESOLUCIÓN:

Para continuar con el proceso de constitución.

6. debe publicar en el periodico de amplia circulación en el domicilio de la empresa por un solo día. (Se recomienda comprar tres ejemplares de extracto: 1 para registro mercantil, otro para la Superintendencia de compañías y otro para la empresa).
7. Debe sentar razón de la resolución de constitución en la escritura, en la misma notaría donde obtuvo las escrituras.
8. Debe obtener la patente municipal (este requisito no es obligatorio en la constitución de la empresa, pero si lo es para el giro social, es decir, cuando empieza a funcionar).

9. Afilarse a la cámara de la producción que corresponda, de acuerdo al objeto de la compañía: cámara de comercio, de industriales, agricultura, etc.

10. Debe inscribir la escrituras en el registro mercantil, para ello debe presentar: 3 escrituras con la respectiva resolución de la Superintendencia de compañías ya sentadas razón por la notaría; publicación original del extracto y certificado original de la cámara de la producción correspondiente.

11. Debe inscribir los nombramientos del representante legal y administrador de la empresa, para ello debe presentar: acta de la junta general en donde se nombran al representante legal y administrador y nombamientos originales de cada uno.

12. Debe presentar en la Superintendencia de Copañías:

- Escritura con la respectiva resolución de la Superintendencia de compañías inscrita en el registro mercantil.
- Periódico en el cuál se publicó el extracto (1 ejemplar)
- Copias simples de los nombramientos incritos en el registro mercantil de representante legal y administrador.
- Copias simples de cédula de ciudadanía o pasaporte del representante leal y administrador.
- Copia simple del certificado de afiliación a la respectiva cámaa de producción.
- Formulario del RUC lleno y firmado por el representante legal.
- Copia simple de pago de agua, luz o teléfono.

13. La Superintendencia después de verificar que todo esté correcto le entrega al usuario.

- Formulario de RUC
- Cumplimietno de obligación y existencia legal
- Datos generales.
- Nómina de accionistas.
- Oficio al banco (para retirar los fondos de la cuenta de integración de capital).

14. obtencioón del RUC en el servicio de rentas internas.

15. Registro de la empresa en historia laboral del IESS



## ANEXO N

### BORRADOR DEL ACTA DE CONSTITUCIÓN

#### **De la empresa “ASERCEM” S.A. Agencia de Servicios y Colocación de Empleos.**

En la ciudad de Santo Domingo de los Tsachilas, provincia de Santo Domingo de los Tsachilas, a los 15 días del mes de Diciembre de 2009, se procede a constituirse la empresa de razón social, de carácter privado “ASERCEM” S.A. Agencia de Servicios y Colocación de Empleos., la misma que de acuerdo a la Ley de Compañías en su Art. 143 lo faculta y el capital dirigido corresponde a una Sociedad Anónima.

Esta razón social tiene su domicilio en la ciudad de Santo Domingo de los Tsachilas, en la urbanización Granda Centeno, sector del Pupusá, con el objeto de brindar el servicio de buscar personal idoneo y colocar al personal en diferentes áreas y otros servicios relacionados. La compañía tendrá un plazo de duración de 20 años, la misma que podrá disolverse antes del vencimiento del plazo indicado, o podrá prorrogarlo, sujetandose en cualquier caso, a las disposiciones legales pertinentes.

Estará conformada por los siguientes socios, los mismos que son designados en si así lo decidieran en diferentes cargos administrativos, previa autorización de la Junta de Accionistas de acuerdo a su aportación y estudios académicos, y la duración de sus cargos será de 5 años.

Lourdes Jumbo Manzanillas CI. 171544078-8, nacionalidad ecuatoriana con domicilio en Santo Domingo de los Tsachilas, de estado civil casada, quien se desempeñará en lo posterior GERENTE – ADMINISTRADORA.

Vicente Jumbo Viteri CI. 170469564-0, nacionalidad ecuatoriana con domicilio en Santo Domingo de los Tsachilas, de estado civil casado, se desempeñará en el cargo de PRESIDENTE de la compañía.

Miriam Manzanillas Enriquez CI. 110227429-5. Nacionalidad ecuatoriana con domicilio en Santo Domingo de los Tsachilas, quien en lo posterior se denominará ACCIONISTA.



<b>NOMBRE ACCIONISTAS</b>	<b>CAPITAL SUSCRITO</b>	<b>CAPITAL PAGADO</b>	<b>PARTICIPACIONES</b>	<b>ACCIONES</b>
Lourdes Jumbo Manzanillas	6551,94	6551,94	6551,94	33
Vicente Jumbo Viteri	6551,94	6551,94	6551,94	33
Miriam Manzanillas Enríquez	6551,94	6551,94	6551,94	33
<b>TOTAL</b>	<b>19655,82</b>	<b>19655,82</b>	<b>19655,82</b>	<b>100</b>

Fuente: Ley de Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Jumbo Lourdes/2009

Esta compañía estará legalmente constituida de acuerdo a los artículos 143 – 300 de la Ley de Compañías y la Ley de Régimen Municipal y del Régimen Tributario del SRI., inscrita en el Registro Mercantil.

El capital social será de 19655,82 dólares americanos, que estará dividido en 100 acciones.

## ANEXO O

### CONTRATO DE ARRENDAMIENTO

Entre CARLOS MANZANILLAS BALCAZAR CI. 172377513-6, en calidad de arrendador y LOURDES JUMBO MANZANILLAS CI. 171544078-8 en calidad de arrendatario; celebran el presente contrato, al tenor de las cláusulas que se presentan a continuación.

**PRIMERA.- DE LA COSA ARRENDADA.-** El bien inmueble materia del arrendamiento es una oficina de 90 metros cuadrados, ubicado en la Calle Latacunga y Babahoyo Esquina, altos de almacén GLORITA Tercer piso, de la ciudad de Santo Domingo de los Tsachilas; y se encuentra dotado de lo siguiente:

3 llaves de agua	3 interruptores	6 chapas con 6 llaves
3 servicios de WC y sus tanques	6 tomacorrientes	3 lavaderos
3 ventanas buen estado	6 puertas buen estado	

**SEGUNDA.- DEL DESTINO DE LA COSA ARRENDADA.-** El bien inmueble materia del arrendamiento, con todas sus instalaciones y servicios, será destinado a funcionar como agencia de servicios y colocación de empleos, sin que le sea permitido al arrendatario dedicarse a actos que atenten contra la dignidad de otras personas.

**TERCERA.- CANON DE ARRENDAMIENTO.-**El precio a pagarse por el arrendamiento del inmueble referido en la cláusula PRIMERA es la suma de **\$360,00** dólares americanos mensuales. Los cánones serán pagados en mensualidades adelantadas, durante los primeros cuatro días de cada mes; y solo el recibo firmado por el Sr. Carlos Manzanillas será el único comprobante de pago. El valor de uso de agua, luz y teléfono, que también será pagado en forma mensual y conjuntamente con el canon de arrendamiento mencionado.

**CUARTA.- DEL ESTADO DE CONSERVACIÓN Y MANTENIMIENTO DEL BIEN ARRENDADO.-** El bien inmueble arrendado, así como sus instalaciones, servicios y demás elementos mencionados en la cláusula PRIMERA de este contrato, se encuentran en perfecto estado de funcionamiento, conforme así declara recibirlo, Lourdes Jumbo Manzanillas CI. 171544078-8, obligándose a entregarlos en el mismo estado que recibe, o a pagar su valor en caso de pérdida o destrucción de los mismos, salvo el deterioro producido por el normal y cuidadoso goce y uso de los mismos; siendo su obligación. Además, el entregar el bien arrendado íntegramente pintado en los tonos y material que lo recibe, o a pagar el valor que corresponda a material y mano de obra por tal concepto. También declara haber recibido en buen estado de funcionamiento todas y cada una de las cerraduras de las puertas exteriores e interiores y sus respectivas llaves.

**QUINTA.- DEL PLAZO.-** El plazo improrrogable de este contrato es de 5 años, que decurrirá desde la fecha de suscripción. Las partes convienen que en caso de que con noventa días de anticipación, al término de contrato, llegare a acordarse entre ellas persistir en el arrendamiento, se suscribirá un nuevo contrato en las mismas o diferentes condiciones que las aquí establecidas.

**SEXTA.- DE LAS MEJORAS.-** Lourdes Jumbo M., no puede hacer mejoras en el local, sin previa autorización escrita y expresa de Carlos Manzanillas B. y, en todo caso, quedará en beneficio de Carlos Manzanillas, cualquier mejora que se hiciera, sin derecho a indemnización de ninguna clase.

**SEPTIMA.- DE LAS SANCIONES POR INCUMPLIMIENTO.-** La contravención a las estipulaciones de la cláusula precedente, la falta de pago de dos o más pensiones de arrendamiento y/o del valor de uso referido en la cláusula TERCERA de este contrato, la falta de reparación oportuna de los daños ocasionados sea en el inmueble propiamente dicho, sea en las instalaciones de agua potable, luz eléctrica, servicios higiénicos y demás elementos mencionados en la cláusula PRIMERA de este instrumento y la ejecución de obras no autorizadas por parte de la arrendadora, darán derecho a CARLOS MANZANILLAS, para dar por terminado el arrendamiento y exigir la desocupación y entrega del inmueble arrendado, antes de que se venza el plazo legal o convencional, sin perjuicio de las demás causales establecidas en la ley de inquilinato.

Para constancia de todo lo expuesto, las partes suscriben este instrumento en original y dos copias en la ciudad de Santo Domingo de los Tsachilas, a los 5 días del mes de Enero del 2010.

\_\_\_\_\_  
**EL ARRENDADOR**

CI o RUC N° \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
**EL ARRENDATARIO**

CI o RUC N° \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
**GARANTE O FIADOR**

CI o RUC N° \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
**TESTIGO**

CI o RUC N° \_\_\_\_\_