



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA**

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
AGENCIA DE EMPLEOS Y CAPACITACIÓN LABORAL EN
LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, CANTÓN ANTONIO ANTE,
PROVINCIA DE IMBABURA”.**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERAS EN
CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA CPA.**

AUTORAS: PAOLA ELIZABETH BURBANO ROBLES

MARCIA CATALINA PALACIOS ANDRADE

DIRECTOR: DR. OTTO AYALA

IBARRA, MAYO, 2014

RESUMEN EJECUTIVO

En el presente trabajo titulado "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE EMPLEOS Y CAPACITACION LABORAL EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, CANTON ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA", se desarrolló siete capítulos para demostrar la factibilidad de implementarlo, entre los hallazgos más importantes se tiene: El diagnóstico situacional efectuado para caracterizar el lugar donde se llevará a cabo el proyecto, determinó que existe las condiciones adecuadas para que la Agencia de Empleos y Capacitación brinde su servicio en la ciudad de Atuntaqui, debido a que en el lugar existe muchas empresa dedicadas especialmente al sector textil, que necesitan de talento humano para trabajar en la actividad, así como también en otras actividades productivas. En el estudio de mercado se identificó la gran aceptación que tendrá la agencia en el mercado meta, debido a que el servicio de intermediación de empleos y capacitación, beneficiará a profesionales y universitarios que buscan oportunidades de trabajo, como también a las empresas que necesitan personal confiable y cualificado para generar productividad. Con el estudio técnico se definió los aspectos operativos que son necesarios para la utilización eficiente de los recursos disponibles. En el estudio financiero se determinó los ingresos y egresos de la operatividad del emprendimiento, estructurados los respectivos balances se determinó que la actividad generará utilidad, aplicado los evaluadores financieros se concluyó que el proyecto es factible en los escenarios analizados. Para la gestión de la Agencia se estableció un modelo administrativo que permita alcanzar las metas propuestas a corto plazo. Efectuada la evaluación de impactos se determinó que el proyecto generara más efectos positivos que negativos en el entorno.

EXECUTIVE SUMMARY

In this paper entitled " FEASIBILITY STUDY FOR THE ESTABLISHMENT OF AN AGENCY OF JOBS AND JOB TRAINING IN THE CITY OF Atuntaqui, ANTONIO ANTE CANTON, Imbabura Province " seven chapters developed to demonstrate the feasibility of implementing it, including findings important we have: the situational analysis conducted to characterize the place where they held the project, determined that there is adequate conditions for the Employment and Training Agency provides service in the city of Atuntaqui, because in the place there many company dedicated especially to the textile sector, in need of human talent to work on the activity, as well as in other productive activities. In the market study identified the broad acceptance will agency target market, because the job brokerage service and training, professional and college benefit seeking job opportunities, as well as companies who need staff reliable and qualified to drive productivity. With the technical study defined the operational aspects that are necessary for the efficient utilization of available resources. In the financial study determined the income and expenses of the operation of the enterprise, the respective balances structured determined that the utility will generate activity, applied financial evaluators concluded that the project is feasible in the scenarios analyzed. For the management of the Agency established an administrative model that achieves the goals set in the short term. Once the evaluation of impacts was determined that the project will generate more positive than negative effects on the environment.

AUTORÍA

Nosotras Marcia Catalina Palacios Andrade y Paola Elizabeth Burbano, portadoras de la cédula de ciudadanía No. 1003435524 y 1002836516, declaramos bajo juramento que el presente trabajo es de nuestra autoría y los resultados de la investigación son de nuestra total responsabilidad, además que no han sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que he respetado las diferentes fuentes de información.



.....
Catalina Palacios
1003435524



.....
Paola Burbano
1002836516

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por las egresadas Marcia Catalina Palacios Andrade y Paola Elizabeth Burbano, con cédulas de identidad No. 1003435524 y 1002836516, para optar por el Título de **INGENIERAS EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.** cuyo tema es: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE EMPLEOS Y CAPACITACIÓN LABORAL EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA"**. Considero que el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 16 días del mes de diciembre 2013.

Firma

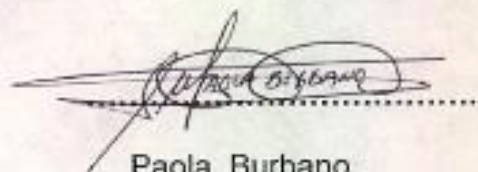

.....
DR. OTTO AYALA
DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Nosotras, Marcia Catalina Palacios Andrade y Paola Elizabeth Burbano, con cédulas de identidad No. 1003435524 y 1002836516 , manifestamos nuestra voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4, 5 y 6, en calidad de autoras de la obra o trabajo de grado denominado: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE EMPLEOS Y CAPACITACIÓN LABORAL EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA", en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En nuestra condición de autoras nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribimos este documento en el momento que hacemos entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.



.....
Catalina Palacios
1003435524



.....
Paola Burbano
1002836516

Ibarra a los 21 días del mes de Mayo 2014



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN

A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1003435524 1002836516		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Marcia Catalina Palacios Andrade y Paola Elizabeth Burbano		
DIRECCIÓN:	Atahualpa 10-39 y General Enríquez		
EMAIL:	catypalacios110108@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	062 908 473	TELÉFONO MÓVIL:	09 970 658 63
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE EMPLEOS Y CAPACITACIÓN LABORAL EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA"		
AUTORAS :	Marcia Catalina Palacios Andrade y Paola Elizabeth Burbano		
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/>	PREGRADO	<input type="checkbox"/> POSGRADO

TITULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.
ASESOR /DIRECTOR:	Dr. Otto Ayala

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Nosotras Marcia Catalina Palacios Andrade y Paola Elizabeth Burbano, con cédulas de identidad No. 1003435524 y 1002836516 en calidad de autoras y titulares de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos la entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

Las autoras manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que son las titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 21 días del mes de Mayo de 2014

EL AUTOR:

(Firma).....

Nombre: Catalina Palacios Andrade

C.C.: 1003435524

(Firma).....

Paola Elizabeth Burbano

C.C.: 1002836516

ACEPTACIÓN:

(Firma).....

Nombre: Lic. Ximena Vallejos

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

DEDICATORIA

A mis padres Marcelo y Marcia, en reconocimiento de su amor, sacrificio y esfuerzo al brindarme la oportunidad de superarme y formar una carrera.

A mi esposo, Francisco, mi hija Camilita y mis hermanos Marcela y Diego, y a todas las personas que directa e indirectamente me han apoyado incondicionalmente con sus constantes palabras de ánimo y desinteresadamente en todo momento.

A Dios que me guió, y que gracias a su ayuda hoy he podido alcanzar esta gran meta en mi vida profesional.

Catalina Palacios A.

Dedico a Dios a mis padres, hermanos y amigos, por el constante apoyo y estímulo que supieron brindarme para que hoy con este trabajo se vea forzada la culminación de mi estudio superior con feliz término de una de las etapas más importantes de mi vida.

Paola Burbano R.

AGRADECIMIENTO

A todo el personal docente de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica del Norte que nos supieron inculcar toda su sabiduría para poder afrontar con dedicación y esfuerzo nuestros pasos por tan distinguida institución.

Al Dr. Otto Ayala por su comprensión quien estuvo guiándonos académicamente con su experiencia y profesionalismo para la culminación de este trabajo investigativo.

A Dios por ser la luz que ha guiado nuestro camino y nos ha acompañando en cada paso de nuestras vidas.

A nuestros padres por brindarnos su apoyo y paciencia y sobre todo el valor para seguir adelante.

A nuestros hermanos por su cariño, compañía, apoyo y esfuerzo compartido.

A nuestros amigos, compañeros y personas de buena voluntad por su colaboración y ayuda.

Hoy solamente queremos expresarles a todos un inmenso ¡GRACIAS!

LAS AUTORAS

PRESENTACIÓN

El presente trabajo titulado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE EMPLEOS Y CAPACITACIÓN LABORAL EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”, se encuentra estructurado de los siguientes capítulos:

Capítulo I Diagnóstico Situacional: en este capítulo se encuentra la caracterización del lugar donde se llevará a cabo el proyecto, permitiendo identificar los aspectos favorables y desfavorables que influenciarán en la gestión del emprendimiento.

Capítulo II Marco Teórico: en esta parte se contextualizó los aspectos utilizados en el desarrollo de la investigación, mediante información bibliográfica actualizada.

Capítulo III Estudio de Mercado: dentro del estudio de mercado se analizó las variables, demanda, oferta, precios, y comercialización, aplicando una investigación de campo a los involucrados.

Capítulo IV Estudio Técnico: Con el desarrollo del estudio técnico se estableció el tamaño del proyecto, la localización óptima, distribución de instalaciones, las inversiones y el talento humano, que permitirán desarrollar las actividades con eficiencia.

Capítulo V Estudio Financiero: en este capítulo se encuentra toda la información financiera, tales como: ingresos, egresos, estados financieros y evaluación de inversión, que permitirán determinar la factibilidad del proyecto.

Capítulo VI Organización de la Agencia: en esta parte se estableció los aspectos estratégicos, organizacionales y legales para la implementación del proyecto.

Capítulo VII Impactos: Se realizó el análisis de los impactos que generará el proyecto en los ámbitos: socioeconómico, empresarial, cultural y ambiental, para determinar el nivel de influencia.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
RESUMEN EJECUTIVO	ii
THE SUMMARIZE EXECUTIVE	iii
AUTORÍA	iv
CERTIFICACIÓN	v
CESIÓN DE DERECHOS	vi
AUTOTIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN	vii
DEDICATORIA	viii
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÓN	xi
INDICE GENERAL	xiii
INDICE DE CUADROS	xviii
INDICE DE GRÁFICOS	xx
INDICE DE ILUSTRACIONES	xxi
INTRODUCCIÓN	22
JUSTIFICACIÓN	23
OBJETIVOS DEL PROYECTO	24

CAPÍTULO I

Diagnóstico situacional	26
Antecedentes	26
Objetivos del diagnóstico	27
Objetivo general	27
Objetivos específicos	27
Variables Diagnósticas	27
Variables	27
Indicadores	28
Actividades económicas	28
Organización jurídica	28
Oferta y demanda de servicios	28
Tipo de colocación	28
Matriz de Relación Diagnóstica	29
Fuentes de información	30
Información Secundaria	30
Análisis de variables diagnósticas	30

Actividades económicas	30
Organización jurídica	38
Oferta y demanda de servicios	39
Análisis de las entrevistas realizadas a los propietarios de a empresas del Cantón Antonio Ante	41
Diagnostico externo	41
Aliados	41
Oponentes	42
Oportunidades	42
Riesgos	42
Identificación de la oportunidad de inversión	43

CAPÍTULO II

Marco teórico	44
Estudio de factibilidad	44
Objetivos del estudio de factibilidad	44
Recursos del estudio de factibilidad	45
Agencia de empleos	46
Importancia de la agencia de empleos	46
Objetivos de la agencia de empleo	47
Beneficios de la agencia de empleo	47
Capacitación laboral	48
Objetivos de la capacitación laboral	49
Ventajas de la capacitación laboral	49
Factores que provocan la capacitación laboral	51
Métodos de capacitación	52
Categorías básicas de los resultados de la capacitación	53
Estrategias	54
Estrategia competitiva	54
Estrategia funcional	55
Atención al cliente	55
Características de atención al cliente	56
Técnicas de atención al cliente	56
Servicio	57
Objetivos del servicio	57
Características del servicio	59
Estrategias para mejorar los servicios las estrategias	60

La calidad	61
Factores relacionados con la calidad	61
Principios de la calidad	62
Aspectos administrativos	63
Administración	63
Objetivos de la administración	64
Niveles administrativos	64
Misión	65
Visión	65
Aspectos del mercado	66
Estudio de mercado	66
Producto	66
Demanda	66
Oferta	67
Precio	67
Promoción	68
Distribución	68
Aspectos contables	68
La contabilidad	68
Objetivos	69
Características de la contabilidad	69
Importancia de la contabilidad	70
Libros utilizados en la contabilidad	71
Aspectos técnicos	72
La Macrolocalización	72
La microlocalización	73
Ingeniería del proyecto	73
Estados financieros	73
Estado de resultados	73
Estado de flujo del efectivo	74
Balance general	74
Indicadores financieros	75
Valor Actual neto	75
Tasa Interna de Retorno	75
Beneficio Costo	75
Punto de equilibrio	76

CAPÍTULO III

Estudio de mercado	77
Objetivos del estudio de mercado	78
Objetivo general	78
Objetivos específicos	78
Identificación del servicio	78
Mercado meta	79
Investigación de campo	79
Análisis de la demanda	91
Demanda actual	91
Proyección de la demanda	91
Análisis de la oferta	92
Demanda potencial a satisfacer (demanda insatisfecha)	92
Pronóstico de ventas del servicio	93
Análisis del precio	94
Estrategias comerciales	94
Estrategias de servicio	95
Estrategias de precio	95
Estrategias de publicidad	95
Estrategias plaza	96
Análisis de las entrevistas realizadas a los propietarios de a empresas del Cantón Antonio Ante	96
Conclusión del estudio	97

CAPÍTULO IV

Estudio técnico	98
Localización óptima del proyecto	99
Macrolocalización	99
Microlocalización	100
Tamaño del proyecto	102
Factores que definen el tamaño	102
Distribución de las instalaciones	103
Diseño de las instalaciones	104
Flujogramas	105
Flujograma del servicio	105

Flujograma de comercialización del servicio	106
Flujograma de venta del servicio	107
Inversiones	108
Inversiones fijas	108
Inversiones variables o capital de trabajo	110
Inversión total	110
Financiamiento	111
Requerimiento de talento humano	111

CAPÍTULO V

Estudio financiero	112
Ingresos	112
Proyección de Ingresos	112
Egresos	113
Costos Operativos	113
Gastos Administrativos	115
Gastos de Ventas	118
Financiamiento	118
Gastos Financieros	120
Depreciación	121
Gastos de estudios y constitución	121
Resumen de Egresos	122
Estados Proforma	122
Estado de situación financiera	122
Estado de Resultados	123
Flujo de Caja	123
Evaluación de la Inversión	124
Costo de Oportunidad	124
Tasa de Rendimiento Medio	125
Valor Actual Neto	125
Tasa Interna de Retorno	126
Recuperación de la Inversión	127
Costo Beneficio	127
Sensibilidad del proyecto	128
Punto de equilibrio	128
Resumen de la Evaluación Financiera	130

CAPÍTULO VI

Estudio organizacional	131
Presentación	131
Nombre o razón social	131
Logotipo	131
Misión	132
Visión	132
Objetivos de la agencia	132
Políticas de la agencia	133
Estrategias de la Agencia de Empleos	133
Principios y valores	134
Principios	134
Valores	135
Estructura Orgánica	136
Descripción de funciones	137
Gerente	137
Contador	138
Capacitador	139
Requisitos de funcionamiento	140
Constitución de la microempresa	140
Requisitos para obtener el RUC	140
Requisitos para la consecución de la patente municipal	140

CAPÍTULO VII

Impactos del proyecto	141
Impacto Socio-económico	142
Impacto Empresaria	143
Impacto Educativo-Cultural	144
Impacto Ambiental	145
Impacto general	146
Conclusiones	147
Recomendaciones	148
Bibliografía	149
Lincografía	152

ÍNDICE DE CUADROS

1. Matriz de relación diagnóstica	29
2. Principales actividades económicas	30
3. Predios rurales en Antonio Ante	31
4. Talleres textiles	33
5. PEA cantonal por parroquias	36
6. Tasa bruta de participación laboral en Antonio Ante	37
7. Frecuencia de contratación	39
8. Tipo de colocación	40
9. Tipo de capacitación	81
10. Forma de capacitación	82
11. Horario de preferencia	83
12. Desempeño de trabajo	84
13. Aspiración salarial	85
14. Condiciones del contrato	86
15. Horario laboral	87
16. Condiciones de la oferta de empleo	88
17. Forma de promocionar	89
18. Disposición de pago	90
19. Demanda real	91
20. Proyección de la demanda	92
21. Demanda potencial a satisfacer	93
22. Pronóstico de ventas del proyecto	94
23. Determinación del precio del servicio	94
24. Distribución de la planta	103
25. Equipo operativo	108
26. Equipo de computación	108
27. Equipo de oficina	109
28. Muebles y enseres	109
29. Capital de trabajo	110
30. Inversión total	111
31. Financiamiento	111
32. Requerimiento del talento humano	111
33. Proyección de ingresos	112
34. Pago de servicio profesionales	113
35. Materiales	114

36.	Mantenimiento de equipo	114
37.	Resumen de costos operativos	114
38.	Proyección del salario básico unificado	115
39.	Proyección de sueldos administrativos	115
40.	Arriendo	116
41.	Servicios básicos	116
42.	Servicios de comunicación	116
43.	Mantenimiento computación	117
44.	Suministros de oficina	117
45.	Resumen de gastos administrativos	117
46.	Publicidad	118
47.	Tabla de amortización	119
48.	Gastos financieros	121
49.	Depreciación	121
50.	Gastos de estudios y constitución	121
51.	Resumen de egresos	122
52.	Estado de situación inicial	122
53.	Estado de resultados	123
54.	Flujo de caja	124
55.	Costo oportunidad	124
56.	Valor actual neto	125
57.	Tasa interna de retorno	126
58.	Recuperación de la inversión	127
59.	Costo beneficio	127
60.	Resumen de la evaluación financiera	130
61.	Funciones gerente	137
62.	Funciones contador	138
63.	Funciones capacitador	139
64.	Matriz de valoración de impactos	141
65.	Impacto socio-económico	142
66.	Impacto empresarial	143
67.	Impacto educativo-cultural	144
68.	Impacto ambiental	145
69.	Impacto general	146

ÍNDICE DE GRÁFICOS

1.	Población económicamente activa provincial	35
-----------	--	----

2. PEA ocupado, remunerado y no remunerado	35
3. Horarios	39
4. Precio por el servicio	40
5. Tipo de capacitación	81
6. Forma de capacitación	82
7. Horario de preferencia	83
8. Desempeño de trabajo	84
9. Aspiración salarial	85
10. Condiciones del contrato	86
11. Horario laboral	87
12. Condiciones de la oferta de empleo	88
13. Forma de promocionar	89
14. Disposición de pago	90
15. Punto de equilibrio	129

ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN

1. Distribución del servicio	96
2. Aspectos del estudio técnico	98
3. Mapa de la provincia de Imbabura	99
4. Mapa del cantón Antonio Ante	100
5. Croquis de ubicación	101
6. Diseño de las instalaciones	104
7. Logotipo	131

INTRODUCCIÓN

Antecedentes

La ciudad de Atuntaqui pertenece a la provincia de Imbabura, cantón Antonio Ante, está ubicada al noreste de Imbabura, sus límites al Norte Ibarra, al Sur Otavalo, al Este Cerro Imbabura y al Oeste Cotacachi y Urcuquí, cuenta con una superficie de 83,10 km², sus parroquias urbanas son Atuntaqui y Andrade Marín, las rurales: San Roque, Chaltura, Natabuela e Imbaya.

Antonio Ante con 43.518 habitantes de los cuales 22.449 son mujeres y 21.069 son hombres quienes en su mayoría se dedican a la producción textil.

La historia textilera se remonta al año 1922, con la construcción de la Fábrica Imbabura. Desde entonces, por iniciativa de los habitantes del sector, se han creado 800 empresas legalmente constituidas y aproximadamente 2.500 pequeñas y medianas industrias, cada una de ellas con un mínimo de 10 a 15 empleados, lo que genera una fuente de empleo directa para los habitantes del lugar y de otras zonas aledañas.

Su producción se caracteriza por la calidad de las telas e hilos, que van desde algodón hasta el acrílico. Precisamente por ello, en los últimos años se han abierto mercados en Venezuela y Perú. Eso sí, no dejan de lado el comercio local y tienen como sus principales compradores a los comerciantes de Pichincha, Tungurahua, Carchi y Guayas. Pero el tema de las importaciones ilegales no abandona a esta industria. Así, el sector textil también se ha visto afectado por el contrabando, especialmente asiático. No necesariamente son productos de calidad, sino con bajos costos.

Debido al incremento empresarial en la ciudad de Atuntaqui la contratación de empleados, especialmente de la mano de obra cada día es más escasa, por lo que las empresas, demandan constantemente personal calificado para este tipo de actividades. En el medio en el que nos desempeñamos existen colegios artesanales los cuales brindan conocimientos básicos en el área de corte y confección, pero no se encuentran totalmente capacitados para laborar en las empresas por la falta de experiencia por lo que continuamente se requiere la contratación de personal.

El presente estudio se realizará con la finalidad de crear y alimentar continuamente una base de datos con personal calificado en las aéreas que demanden las empresas de la ciudad de Atuntaqui, tanto en el ámbito artesanal, agrícola, profesional y en todos los campos en que se utilice el talento humano.

JUSTIFICACIÓN

Según un análisis de la Cámara de Producción Textil y tomando en cuenta los anuncios de las diferentes empresas, en Atuntaqui se requerirían por el momento mínimo unas 200 personas mensuales para laborar en las diferentes áreas textiles.

Por tal razón la creación de esta agencia de empleos en la ciudad de Atuntaqui es de gran importancia, ya que permitirá crear una base de datos de personas que necesiten empleo y de igual manera las empresas acudirán a este medio para requerir personal calificado, con un alto índice de ética y responsabilidad para ejercer cualquier tipo de actividad.

Tomando en cuenta estos aspectos la creación de esta empresa es factible realizarlo, ya que de cierto modo será un respaldo para las

empresas al contratar personal con todos los documentos en regla y en el momento en que lo necesiten.

Con los aspectos antes señalados, los beneficiarios directos serán los futuros propietarios por la rentabilidad esperada, seguidos por los empleados a ser contratados, disminuyendo de esta manera el índice de desempleo y finalmente los beneficiarios indirectos serán los futuros clientes quienes se sentirán satisfechos de poder adquirir un servicio de buena calidad.

El estudio propone incluir en la temática del empleado el conocimiento sobre la capacitación laboral que tienen derecho según la vigencia de las leyes del país, en el cual genere como parte primordial de desarrollo y la integración de los factores sociales y económicos dentro de la sociedad.

Después de haber analizado todos los beneficios que aporta la creación de esta nueva agencia de empleos en la ciudad de Atuntaqui se puede concluir que existe un alto grado de factibilidad en la implementación de este nuevo tipo de servicio para la comunidad.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una agencia de empleos y capacitación laboral en la ciudad de Atuntaqui, cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Realizar un diagnóstico situacional de la Ciudad de Atuntaqui, caracterizando los aspectos económicos, la organización jurídica, la oferta y demanda del servicio, y el tipo de colocación, con la finalidad de determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que influenciarán en la gestión del proyecto.

Establecer el marco teórico que permita conceptualizar los términos utilizados en el desarrollo del proyecto

Realizar un estudio de mercado para determinar la factibilidad del proyecto al momento de su gestión.

Efectuar un estudio técnico para determinar la localización, el tamaño, distribución, procesos, e inversiones, requeridas para la operación del proyecto.

Realizar el estudio financiero que permita determinar la factibilidad del proyecto, a través de criterios tales como: el VAN, TIR, C/B, PRI.

Diseñar una propuesta organizacional para la operación de la agencia.

Determinar los principales impactos que generará la agencia de empleos.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

Antonio Ante es un pueblo que ha ido configurando su identidad en el marco de un proceso histórico en el que resaltan importantes etapas, personajes y acontecimientos como referentes de emprendimiento, lucha, unidad y progreso hasta los tiempos actuales en los que se ha convertido en una experiencia de desarrollo, motivo de atención en el país y en el mundo fortaleciendo elementos claves de la cultura anteña así como de su economía, ambiente y la calidad de vida de su gente.

Alternativa innovadora que conjugó las potencialidades de la ciudad y del Cantón con la afluencia de miles de turistas (más de cien mil), en donde todos sus habitantes fueron beneficiados y también se sintieron partícipes y orgullosos del desarrollo del Cantón.

Iniciativa enmarcada en el proyecto “Marca Ciudad” en donde se integran todos los ámbitos y actividades del Cantón, con los atractivos de ésta: gastronómico, cultural, agropecuario, artesanal y por supuesto su industria textil, además de la ventaja por la ubicación geográfica, sus paisajes, etc.

Hoy, el 60% de los habitantes de Antonio Ante tienen como modo de sustento la producción textil y de confecciones, lo que ha logrado que Atuntaqui genere empleo para cantones cercanos como Otavalo, Cotacachi e Ibarra, constituyéndose en el cantón con menor índice de

desempleo en Imbabura (5 por ciento) y uno de los cantones de mayor progreso del país.

1.2. Objetivos del diagnóstico

1.2.1. Objetivo general

Realizar un diagnóstico situacional de la Ciudad de Atuntaqui, con la finalidad de determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que influenciarán en la gestión del proyecto.

1.2.2. Objetivos específicos

- Analizar las actividades económicas del cantón Antonio Ante.
- Conocer los requisitos que conforman la organización jurídica.
- Identificar la oferta y demanda de servicios de colocación de empleos
- Investigar el tipo de colocación de empleo que se necesita en la ciudad de Atuntaqui.

1.3. Variables Diagnósticas

1.3.1. Variables

- Actividades económicas
- Organización jurídica
- Oferta y demanda de servicios
- Tipo de colocación

1.4. Indicadores

1.4.1. Actividades económicas

- Tipo de actividades
- Población económicamente activa
- Empleo

1.4.2. Organización jurídica

- SRI
- MIES
- Patente
- Permisos

1.4.3. Oferta y demanda de servicios

- Rotación de personal
- Frecuencia de contratación
- Horarios
- Precio por el servicio

1.4.4. Tipo de colocación

- Técnicas
- Administrativas
- Contable financieras
- Producción
- Comercialización

1.5. Matriz de Relación Diagnóstica

**CUADRO No.1
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA**

Objetivos	Variable	Aspecto o Indicador	Fuente de información	Técnicas	Informante
Conocer las actividades económicas del sector de investigación.	Actividades Económicas	Tipo de actividades Población económicamente activa Empleo	Secundaria	Bibliográfica	Plan de desarrollo cantonal INEC
Conocer los requisitos para conforman la organización jurídica	Organización jurídica	SRI Patente Permisos	Secundaria	Bibliográfica	Documentos
Identificar la oferta y demanda de servicios de colocación de empleos	Oferta y demanda de servicios	Frecuencia de contratación Horarios Precio por el servicio	Primaria	Encuesta	Profesionales y universitarios del Cantón Antonio Ante.

Elaborado por: Las autoras

1.6. Fuentes de información

1.6.1. Información Secundaria.

La información secundaria utilizada fue:

- Libros
- Documentos del INEC
- Plan de desarrollo cantonal de Antonio Ante
- Revistas
- Internet

1.7. Análisis de variables diagnósticas

1.7.1. Actividades económicas

- Tipo de actividades

CUADRO No. 2
PRINCIPALES ACTIVIDADES ECONÓMICAS

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA 10 AÑOS Y MÁS SEGÚN RAMA DE ACTIVIDAD Y SEXO. CANTÓN ANTONIO ANTE						
SEXO %	Industrias manufactureras	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	Comercio al por mayor y menor	Construcción	Transporte y almacenamiento	Total
HOMBRES	2495	2312	1314	1480	765	10980
%	22,72	21,06	11,97	13,48	6,97	
MUJERES	2826	720	1371	29	34	7994
%	35,35	9,01	17,15	0,36	0,43	
TOTAL	5321	3032	2685	1509	799	18974
% TOTAL	28,04	15,98	14,15	7,95	4,21	

Fuente: Inec, Censo Población y vivienda 2010. Elaboración: Consultoría PDOT 2011

Sector agropecuario

Las actividades agropecuarias, se desarrollan en los predios rurales que existen en el Cantón, en mayores dimensiones se encuentran en San Luis de Imbaya y San José de Chaltura. Una situación a destacar es que la mayor cantidad de predios rurales están en los rangos entre 0 a 1 Ha, donde se ubican el 93% de ellos, lo cual determina que la agricultura especialmente se encuentra desarrollada a menor escala y que existe una gran parcelación de los terrenos, lo cual pondría en riesgo la seguridad alimentaria del cantón.

CUADRO No. 3
PREDIOS RURALES EN ANTONIO ANTE

RANGO / ha	A. MARIN	ATUNTAQUI	IMBAYA	NATABUELA	CHALTURA	SAN ROQUE	TOTAL CANTÓN	
							No. Predios	%
0 - 0.05	21,80	23,36	8,45	22,19	17,51	26,66	2497,00	23,27
0.0501 - 0.08	11,32	12,11	1,69	14,38	15,59	12,56	1374,00	12,80
0.0801 - 1	59,43	55,39	51,69	58,44	55,21	56,80	6093,00	56,77
1.01 - 2	4,51	4,61	12,50	2,49	6,66	2,46	406,00	3,78
2.01 - 3	0,94	1,45	4,73	1,38	1,70	0,58	122,00	1,14
3.01 - 4	0,63	0,99	3,04	0,32	1,06	0,32	66,00	0,61
4.01 - 6	0,00	0,66	4,05	0,27	0,64	0,21	46,00	0,43
6.01 -10	0,52	0,59	7,09	0,27	0,57	0,11	53,00	0,49
10.01 - 20	0,42	0,33	4,05	0,11	0,85	0,15	42,00	0,39
MAYOR A 20.01	0,42	0,53	2,70	0,16	0,21	0,15	33,00	0,31
TOTAL	100	100	100	100	100	100	10732	100

Fuente: Municipio de Antonio Ante. Elaboración: PDOT 2011.

Los cultivos que ocupan mayor extensión en el área del cantón son maíz con 1777,97 has., vegetación arbustiva con 957,43 y el cultivo asociado de maíz, habas, arveja, papa con 497,02. Donde más se cultiva el maíz es en la parroquia de Natabuela, vegetación arbustiva en Imbaya y el cultivo asociado en San Roque

Sector Turístico

Atuntaqui posee un gran potencial turístico, ofreciéndole en sus aspectos: Textil, artesanal, gastronómico y cultural, una alternativa variada e interesante para disfrutarlo y vivirlo durante todo el año. De esta manera le invitamos a ser parte de nuestra historia e identidad que nos caracteriza y que a su vez nos integra como verdaderos ecuatorianos.

Poco a poco, Atuntaqui se convierte en uno de los potenciales destinos turísticos por la originalidad de la celebración de fiestas tradicionales, como el 2 de noviembre y Fin de año, donde la careta, el chiste y la 'vacilada' en doble sentido son las características primordiales del lugar.

Sector industrial manufacturero

Es la principal actividad económica del Cantón (28,04%) con mayor incidencia en Atuntaqui, a pesar de lo cual están creciendo en las parroquiales rurales, de manera particular en la parroquia de San Roque especialmente con la confección de vestimenta indígena. Esta actividad es la principal fuente generadora de empleo.

**CUADRO No. 4
TALLERES TEXTILES**

Parroquia	Rama confección	No.	Empleados
San Luis de Imbaya	Confección textil (uniformes y ropa deportiva)	5	15
San José Chaltura	Tejidos y bordados	20	20
	Tejidos de punto	10	10
San Roque	Medias	2	175
	Planchado de prendas	5	25
	Ponchos	16 familias	64
	Camisas indígenas de mujeres	9 familias	27
San Francisco Natabuela	Sastrería	2	4
	Confecciones textil	10	No especificado NE
Atuntaqui- Andrade Marín	Varias	400	7500
Total		479	7840

Fuente y Elaboración PDOT. 2011

En lo referente a la actividad manufacturera, según información emitida por la Cámara de Comercio en Noviembre 2011, el 98% de los 400 talleres e industrias manufactureras ubicadas en las parroquias urbanas, están ubicados en Atuntaqui, donde el 95% son operarias mujeres. En ellos existe en promedio, empleadas 20 personas, dando un estimado de 7.500 plazas de empleo.

La misma fuente señala, que la mayoría de trabajadores y trabajadoras son de los barrios periféricos de Atuntaqui y de las parroquias rurales (El Cercado, San José, Santo Domingo, Santa Martha) y de Parroquias (Los Óvalos de Natabuela). También se emplean trabajadores de otros cantones especialmente de Tanguarín y otros barrios de San Antonio de Ibarra.

Según la Cámara de Comercio, los empresarios textiles, tienen dificultad en contratar mano de obra formada en los Centros Artesanales, porque les enseñan más a ser costureras que operarias de talleres.

Asimismo, la Cámara de Comercio reporta la existencia de 234 socios, de los cuales el mayor número de ellos son establecimientos donde se comercializa ropa infantil, sweaters, ropa deportiva y ropa casual.

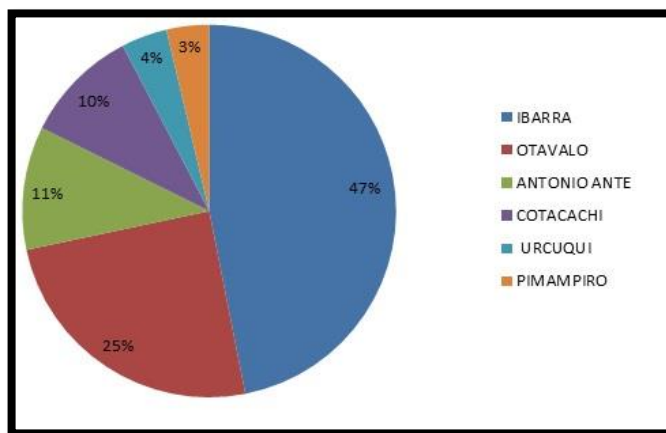
La Fiapaa cuenta con 318 asociados: Sastres modistas 97, tejedores 89, AIMA Asociación Interprofesionales de maestros artesanos y operarios de Antonio Ante 117, calzado 15.

- **Población económicamente activa**

La Población Económicamente Activa PEA, es aquella que interviene en la producción de bienes y servicios

Como se puede observar Ibarra tiene el mayor porcentaje de PEA, seguido del Cantón Otavalo y Antonio Ante, en donde se concentra la Población, que dedica actividades puntuales de los tres sectores productivos.

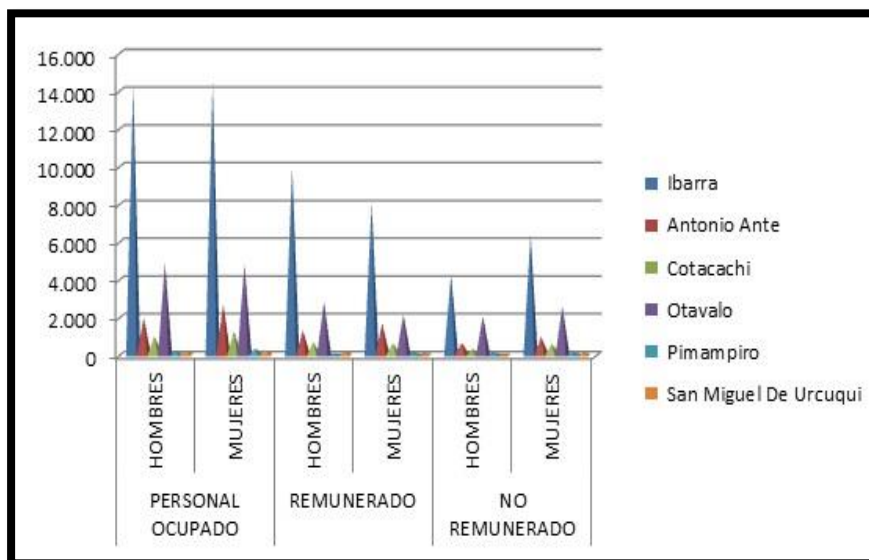
GRÁFICO No.1
POBLACIÓN ECONOMICAMENTE ACTIVA PROVINCIAL



Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010

Según datos oficiales INEC 2010 el Personal ocupado Remunerado y no Remunerado se encuentra en su mayoría en Ibarra, seguido de Otavalo y Antonio Ante, como se muestra en el gráfico siguiente.

GRÁFICO No.2
PEA OCUPADO, REMUNERADO Y NO REMUNERADO



Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010

La población económicamente activa del cantón Antonio Ante en el censo 2010 es de 18.974 personas, siendo las PEAs más altas la de Atuntaqui y Andrade Marín. De la PEA cantonal el 57,87% son hombres y el 43,13% mujeres. Respecto al PEA provincial, el cantón representa 11,24% y a nivel nacional el 0,31%. Si se observa la PEA cantonal respecto al censo 2001 se ha incrementado un 25%.

**CUADRO No.5
PEA CANTONAL POR PARROQUIAS**

ORGANIZACIÓN TERRITORIAL	PEAs 2010		PEAs 2001	
	POBLACIÓN TOTAL	PEAs	POBLACIÓN TOTAL	PEAs
ATUNTAQUI - ANDRADE MARIN URBANO	21286	9972	17775	7436
Hombres	10216	5455	8563	4544
Mujeres	11070	4517	9212	2892
ATUNTANQUI - ANDRADE MARÍN RURAL	2013	892	1441	588
Hombres	992	556	691	408
Mujeres	1021	336	750	180
PARROQUIA ATUNTAQUI - ANDRADE MARÍN	23299	10864	19216	8024
Hombres	11208	6011	9254	4952
Mujeres	12091	4853	9962	3072
CANTÓN URBANO	21286	9972	17775	7436
Hombres	10216	5455	8563	4544
Mujeres	11070	4517	9212	2892
IMBAYA	1279	555	1110	424
Hombres	652	373	539	316
Mujeres	627	182	571	108
SAN FRANCISCO DE NATABUELA	5651	2536	4288	1691
Hombres	2719	1507	2075	1122
Mujeres	2932	1029	2213	569
SAN JOSÉ DE CHALTURA	3147	1331	2840	1073
Hombres	1503	789	1381	738
Mujeres	1644	542	1459	335
SAN ROQUE	10142	3688	8599	3080
Hombres	4987	2300	4224	2064
Mujeres	5155	1388	4375	1016
CANTÓN RURAL	22232	9002	18278	6856
Hombres	10853	5525	8910	4648
Mujeres	11379	3477	9368	2208
CANTÓN	43518	18974	36053	14292
Hombres	21069	10980	17473	9192
Mujeres	22449	7994	18580	5100
PROVINCIA	398244	168734	344044	131792
Hombres	193664	100250	167818	87687
Mujeres	204580	68484	176226	44105
PAÍS	14483499	6093173	12156608	4569946
Hombres	7177683	3850417	6018353	3180296
Mujeres	7305816	2242756	6138255	1389650

Fuente: INEC, Censo de población y vivienda 2001.
Elaboración PDOT 2011

- Empleo

Relaciona la PEA con la población total del cantón, en Antonio Ante en el censo del 2010 es de 43,60%, ligeramente superior a las tasas de la provincia y país. Los hombres presentan tasas más altas que las mujeres en todos los casos, la que menor tasa posee es San Roque. La comparación entre el censo 2001 y censo 2010 evidencia que los mayores incrementos de esta tasa se presentan en San Francisco de Natabuela y Atuntaqui-Andrade Marín, y la menor en San Roque.

CUADRO No.6

TASA BRUTA DE PARTICIPACIÓN LABORAL EN ANTONIO ANTE

ORGANIZACIÓN TERRITORIAL	2010	2001
PARROQUIA / SEXO	TASA BRUTA DE PARTICIPACIÓN LABORAL %	TASA BRUTA PARTICIPACIÓN LABORAL %
ATUNTAQUI - ANDRADE MARIN URBANO	46,85	41,83
Hombres	53,40	53,07
Mujeres	40,80	31,39
ATUNTANQUI - ANDRADE MARIN RURAL	44,31	40,80
Hombres	56,05	59,04
Mujeres	32,91	24,00
PARROQUIA ATUNTAQUI - ANDRADE MARÍN	46,63	41,76
Hombres	53,63	53,51
Mujeres	40,14	30,84
CANTÓN URBANO	46,85	41,83
Hombres	53,40	53,07
Mujeres	40,80	31,39
IMBAYA	43,39	38,20
Hombres	57,21	58,63
Mujeres	29,03	18,91
SAN FRANCISCO DE NATABUELA	44,88	39,44
Hombres	55,42	54,07
Mujeres	35,10	25,71
SAN JOSÉ DE CHALTURA	42,29	37,78
Hombres	52,50	53,44
Mujeres	32,97	22,96
SAN ROQUE	36,36	35,82
Hombres	46,12	48,86
Mujeres	26,93	23,22
CANTÓN RURAL	40,49	37,51
Hombres	50,91	52,17
Mujeres	30,56	23,57
CANTÓN	43,60	39,64
Hombres	52,11	52,61
Mujeres	35,61	27,45
PROVINCIA	42,37	38,31
Hombres	51,76	52,25
Mujeres	33,48	25,03
PAÍS	42,07	37,59
Hombres	53,64	52,84
Mujeres	30,70	22,64

Fuente: INEC, Censo de población y vivienda 2001 y 2010.
Elaboración: PDOT 2011

1.7.2. Organización jurídica

- **Servicios de Rentas Internas**

En esta institución se realiza el trámite para obtener el RUC, los requisitos son los siguientes:

Copia y original de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del representante legal.

Nombramiento del representante legal.

Copia de un documento que certifique la dirección del establecimiento. Donde se desarrollará la actividad comercial.

Copia del estatuto con la certificación correspondiente.

- **Patente**

Este trámite se los realiza en el Municipio, los requisitos son los siguientes:

Original y copia de la escritura de constitución de la compañía.

Original y copia de la resolución de la Superintendencia de Compañías.

Copias de la cédula de ciudadanía del representante legal.

- **Permisos**

Escritura de constitución

Registro Único de Contribuyentes

Patente

1.7.3. Oferta y demanda de servicios

- **Frecuencia de contratación**

La investigación de campo dirigida a los profesionales y universitarios del Cantón Antonio Ante, manifiestan que la frecuencia de contratación debe ser de la siguiente manera:

CUADRO No. 7
FRECUENCIA DE CONTRATACIÓN

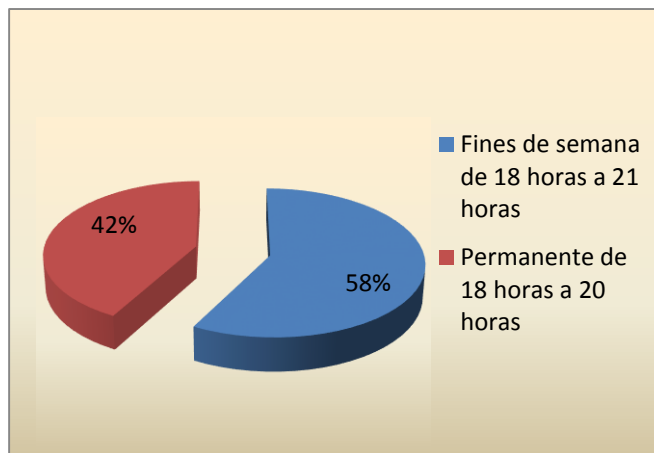
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Contrato indefinido	228	62
Contrato por servicios profesionales	102	28
Contrato eventual	38	10
TOTAL	368	100

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: Las autoras

- **Horarios**

Con respecto a los horarios están de acuerdo que se efectuó los fines de semana.

GRÁFICO No. 3
HORARIOS

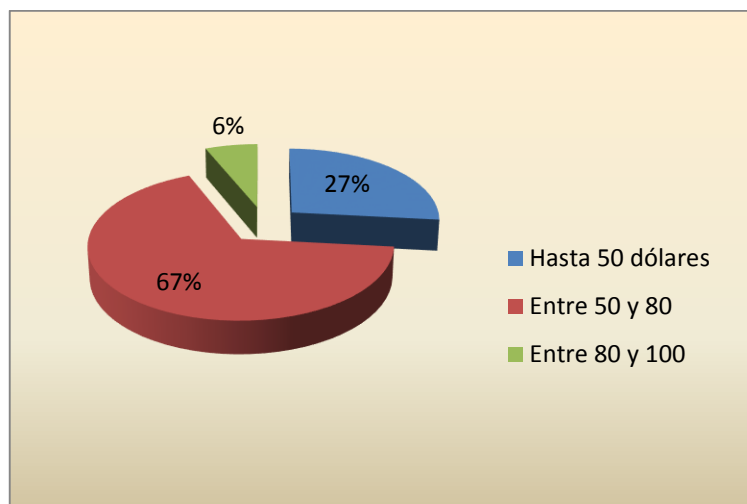


Fuente: Investigación de campo
Elaboración: Las autoras

- **Precio por el servicio**

El precio del servicio a ofertar se encuentra entre 50 a 80 dólares

GRÁFICO No. 4
PRECIO POR EL SERVICIO



Fuente: Investigación de campo
Elaboración: Las autoras

- **Tipo de colocación**

La colocación para los empleos debe estar dirigida a las siguientes actividades.

CUADRO No. 8
TIPO DE COLOCACIÓN

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Técnicas	38	10
Administrativas	86	23
Contables y financieras	102	28
Producción	98	27
Comercialización	44	12
TOTAL	368	100

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: Las autoras

1.8. Análisis de las entrevistas realizadas a los propietarios de a empresas del Cantón Antonio Ante

Una vez realizado la entrevista a una cierta parte de las empresas que existen en el cantón Antonio Ante como son ELAN, CONFECCIONES MISHEL, ANITEX, PANDA, se considera necesario e indispensable direccionarles a las empresas para que tengan personal idóneo, responsable y calificado para que se puedan cubrir los puestos de trabajo en el menor tiempo posible.

Ya que por su falta de tiempo en muchas ocasiones no se recluta al personal adecuado, además se pudo observar en las empresas entrevistadas que si es necesario que exista una empresa que brinde este tipo de servicio para agilizar y mejorar el proceso de selección. Según anexo B.

Por lo antes señalado se puede establecer que si tendremos aceptación en el servicio que vamos a brindar, y luego podremos direccionarnos a otras ciudades el país.

1.9. Diagnóstico externo

1.9.1. Aliados

- La experiencia en la actividad textil.
- Crecimiento turístico relacionado a compras.
- La ubicación estratégica de la ciudad, se presta para desarrollar toda actividad productiva.
- Antonio Ante se encuentra en tercer puesto de población económicamente activa en relación a los demás cantones a nivel de la provincia.
- Existen muchas empresas que pueden contratar el servicio de la agencia para la intermediación de empleo.

1.9.2. Oponentes

- Los servicios básicos, especialmente el agua no cuenta con una infraestructura adecuada.
- El alto costo de vida, ya que esto reduciría el nivel de ingresos de las personas.

1.9.3. Oportunidades.

- Existencia de instituciones públicas.
- Crear nuevas empresas que diversifiquen las actividades productivas.
- Existencia de instituciones educativas para la preparación del talento humano.

1.9.4. Riesgos.

- Las instituciones financieras manejan altas tasa de interés
- Crecimiento de la inseguridad ciudadana
- Volatilidad de la inflación
- Desequilibrio del mercado

1.10. Identificación de la oportunidad de inversión

Después de realizar el análisis de las variables diagnósticas y determinado los respectivos aliados, oponentes, oportunidades y riesgos se llega a la siguiente conclusión: las situaciones favorables del medio son más significativas, las que coadyuvan a la generación nuevos emprendimientos como es la propuesta del proyecto, “CREAR UNA AGENCIA DE EMPLEOS Y CAPACITACIÓN LABORAL EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI”, que ayude a fortalecer el talento humano en el ámbito de competencias estructuras y profesionales, para que sean insertados fácilmente al aparato productivo local y regional.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Estudio de factibilidad

KINNEAR TAYLOR (Junio-2009). Afirma: *“La investigación de factibilidad en un proyecto que consiste en descubrir cuáles son los objetivos de la organización, luego determinar si el proyecto es útil para que la empresa logre sus objetivos. La búsqueda de estos objetivos debe contemplar los recursos disponibles o aquellos que la empresa puede proporcionar, nunca deben definirse con recursos que la empresa no es capaz de dar”*. Pág.26

Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados, la factibilidad se apoya en 3 aspectos básicos:

- Operativo.
- Técnico.
- Económico.

El éxito de un proyecto está determinado por el grado de factibilidad que se presente en cada una de los tres aspectos anteriores. Sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, si procede su estudio, desarrollo

2.1.1. Objetivos del estudio de factibilidad

KINNEAR TAYLOR (Junio-2009). Afirma: En las empresas se cuenta con una serie de objetivos que determinan la posibilidad de factibilidad de un proyecto sin ser limitativos. Estos objetivos son los siguientes:

- Reducción de errores y mayor precisión en los procesos.

- Reducción de costos mediante la optimización o eliminación de recursos no necesarios.
- Integración de todas las áreas y subsistemas de la empresa. Actualización y mejoramiento de los servicios a clientes o usuarios.
- Aceleración en la recopilación de datos.
- Reducción en el tiempo de procesamiento y ejecución de tareas.
- Automatización óptima de procedimientos manuales.

2.1.2. Recursos del estudio de factibilidad

KINNEAR TAYLOR (Junio-2009). Afirma: La determinación de los recursos para un estudio de factibilidad sigue el mismo patrón considerado por los objetivos vistos anteriormente, el cual deberá revisarse y evaluarse si se llega a realizar un proyecto. Estos recursos se analizan en función de tres aspectos:

- Operativos.
- Técnicos.
- Económicos.
- **Factibilidad Operativa:** Se refiere a todos aquellos recursos donde interviene algún tipo de actividad (Procesos), depende de los recursos humanos que participen durante la operación del proyecto.
- **Factibilidad Técnica:** Se refiere a los recursos necesarios como herramientas, conocimientos, habilidades, experiencia, etc., que

son necesarios para efectuar las actividades o procesos que requiere el proyecto.

- **Factibilidad Económica:** Se refiere a los recursos económicos y financieros necesarios para desarrollar o llevar a cabo las actividades o procesos y/o para obtener los recursos básicos que deben considerarse.

2.2. Agencia de empleos

<http://es.wikipedia.org/wiki/Agencia> Manifiesta: " oficina intermediaria que busca y provee empleados de servicio para terceros."
24-04-2014

Agencia de empleos es una organización empresarial del sector privado, que interviene en el mercado de trabajo a efectos de vincular ofertas y demandas de empleo, sin ser parte de la relación laboral que resulte de esa vinculación.

2.2.1. Importancia de la agencia de empleos

- Asesorarte sobre actividades formativas.
- Orientarte en la búsqueda de trabajo.
- Crear tu empresa
- Ayudarte a hacer tu Plan de Empresa
- Asesorarte sobre las ayudas y subvenciones.
- Consolidar tu actividad empresarial
- Asesoramiento y acompañamiento en los planes de nuevas inversiones.
- Información sobre contratación de nuevos trabajadores
- El crecimiento económicamente y socialmente.

2.2.2. Objetivos de la agencia de empleo

El objetivo general de la Agencia de Desarrollo es Generar nuevas actividades empresariales y sociales, en colaboración con las entidades públicas y privadas, con la finalidad de activar la economía de la localidad, crear empleo y aumentar la calidad de vida.

Para conseguir este objetivo, hay que llegar a otros más específicos, que son:

- Apoyar y fomentar nuevas iniciativas empresariales.
- Promover la mejora competitiva de las PYMES.
- Mejorar la empleabilidad de los desempleados y aumentar las oportunidades de empleo.
- Analizar la localidad y su entorno, para localizar yacimientos de empleo y emprendedores.

2.2.3. Beneficios de la agencia de empleo

[http://pdx.thebeehive.org/es/jobs/career-coach/apply-job/find-job/get-help-finding-job/beneficios-de-contratar-personal-en-agencias-de-empleo-](http://pdx.thebeehive.org/es/jobs/career-coach/apply-job/find-job/get-help-finding-job/beneficios-de-contratar-personal-en-agencias-de-empleo-tempora)

[tempora](http://pdx.thebeehive.org/es/jobs/career-coach/apply-job/find-job/get-help-finding-job/beneficios-de-contratar-personal-en-agencias-de-empleo-tempora) Las agencias de empleo temporal cobran una comisión cuando usted usa sus servicios para contratar trabajadores. Hay muchas ventajas al contratar sus empleados a través de una agencia de empleo temporal.

24-04-2014

- **Encuentre mano de obra rápido:** A veces puede conseguir un trabajador de inmediato, incluso en menos de una hora. Y no tiene que perder tiempo entrevistando a los aspirantes.

- **Los empleados ya han sido puestos a prueba:** Por lo general, los empleados ya han sido puesto a prueba en el trabajo y ya han pasado las pruebas de drogadicción y alcoholismo.
- **Hay poco papeleo:** La agencia de empleo hace la mayoría del papeleo por usted y es la agencia la que paga el subsidio de desempleo y el seguro médico.
- **Hay la posibilidad de contratar trabajadores a tiempo completo:** Generalmente puede contratar trabajadores temporales a tiempo completos si son buenos empleados para su compañía.

2.3. Capacitación laboral

PAIN, Abraham (2008). Manifiesta: *“La capacitación laboral alude a la formación impartida u obtenida, a través de un programa de instrucción diseñado, con el objeto de desarrollar competencias específicas para el desempeño de determinadas tareas típicas de la ocupación. Pág.116.*

La capacitación laboral permite alcanzar niveles de perfeccionamiento a quienes están ya incorporados en el mundo del trabajo, brindándoles la posibilidad de asumir nuevas responsabilidades y lograr puestos de mayor relevancia en atención a las nuevas exigencias de la sociedad moderna, las continuas innovaciones tecnológicas y el proceso de globalización

2.3.1. Objetivos de la capacitación laboral

Según, GORE Ernesto. (2009) Presenta los objetivos principales de la capacitación laboral

- La capacitación y formación de los empleados públicos está orientada al desarrollo de sus capacidades, destrezas, habilidades, valores y competencias fundamentales, con miras a propiciar su eficacia personal
- Dentro de la política que establezca el Departamento Administrativo de la Función Pública, las unidades de personal formularán los planes y programas de capacitación para lograr esos objetivos
- Los programas de capacitación y formación de las entidades públicas territoriales podrán ser diseñados, homologados y evaluados por la ESAP, de acuerdo con la solicitud que formule la respectiva institución.

2.3.2. Ventajas de la capacitación laboral

PARA LA ORGANIZACIÓN

- Mejora las capacidades y conocimientos de trabajo en todos los niveles.
- Mejora la moral y la fuerza laboral
- Ayuda a las personas a identificarse con las metas de la organización.
- Contribuye a crear una mejor imagen de la institución.

- Fomenta la autenticidad, la apertura y la confianza.
- Contribuye al desarrollo de la organización.
- Contribuye a la comprensión y a la aplicación de normas de la organización.
- Proporciona información para las necesidades futuras en todos los campos de la organización.
- La organización tiene mayor eficacia en la toma de decisiones y resolución de problemas, Ayuda a desarrollar las promociones internas
- Contribuye a que aumente la productividad y/o calidad de trabajo.
- Contribuye a que se disminuyan los costos en varios campos como la producción, administrativos, Recursos humanos, Entre otros
- Desarrolla un sentimiento de responsabilidad hacia la organización por el hecho de tener competencia y conocimientos apropiados
- Ayuda a los empleados a adecuarse al cambio.

PARA EL INDIVIDUO

- Ayuda al individuo para la toma de decisiones y soluciones de problemas.
- Contribuye a la evolución del desarrollo y la confianza en si mismo.
- Ayuda a una persona a manejar la angustia, las tensiones, las frustraciones y los conflictos.
- Incrementa la satisfacción y el reconocimiento en el trabajo

- Ayuda a eliminar los temores y a probar nuevas tareas
- Desarrolla el sentido de progreso en muchos campos
- Forja líderes y mejora las aptitudes comunicativas.
- Permite el logro de metas individuales

PARA LAS RELACIONES HUMANAS

- Mejora la comunicación entre grupos e individuos
- Ayuda a orientar a los nuevos empleados y a los que aceptan nuevos cargos por medio de transferencias o ascensos
- Promociona información sobre otras normas administrativas y leyes de gobierno Mejora las capacidades interpersonales.

2.3.3. Factores que provocan la capacitación laboral

- Expansión de la empresa o ingreso de nuevo empleados
- Trabajadores transferidos o ascendidos
- Implantación o modificación de métodos y procesos de trabajo
- Actualización de tecnología, equipos, instalaciones y materiales de la empresa
- Producción y comercialización de nuevos productos o servicios

2.3.4. Métodos de capacitación

Existen varios métodos de capacitación y desarrollo, pero es importante saber que cualquiera de estos puede utilizarse tanto para capacitación como para desarrollo. Al momento de la selección de una técnica se deben considerar varios factores. Ninguna técnica es ideal, el mejor método depende de:

- La efectividad respecto al costo
- Contenido deseado del programa
- Preferencias y capacidad de las personas que recibirán el curso
- Idoneidad de las instalaciones con que se cuenta
- Principios de aprendizaje a emplear

Métodos

- **Instrucción directa sobre el puesto:** Se imparte durante las horas de trabajo. Se emplea, básicamente para enseñar a obreros y empleados a desempeñar su puesto actual.
- **Rotación de puestos:** A fin de proporcionar a sus empleados experiencia en varios puestos, se alienta la rotación del personal de una a otra función.
- **Relación experto aprendizaje:** En este tipo de técnicas, se tienen claras ventajas para grupo de trabajadores calificados ya que se observan niveles muy altos de participación y transferencia de trabajo por tanto la retroalimentación se adquiere prácticamente de inmediato.

- **Conferencia, videos, películas, audiovisuales, on-line, vía Internet:** Tienden a depender más de la comunicación masiva y menos de la participación activa, generalmente permite economía de tiempo y recursos.
- **Simulación de condiciones reales:** Se utiliza a fin de evitar que la instrucción interfiera con las operaciones normales de la organización
- **Actuación o socio drama:** Los participantes se postulan como objetivo el mejoramiento de sus habilidades de relaciones humanas mediante la mejor comprensión de sí mismos y de las otras personas.
- **Estudio de casos:** Mediante el estudio de una situación específica real o simulada, la persona en capacitación aprende sobre las acciones que es deseable emprender en circunstancias análogas, contando con sugerencias propias y de otros.
- **Lectura, estudios individuales e instrucción programada:** Los materiales de instrucción para el aprendizaje individual resultan de gran utilidad en circunstancias de dispersión geográfica.
- **Capacitación en laboratorio:** Constituyen una modalidad de la capacitación en grupo. Se emplea en primer lugar para desarrollar las habilidades personales.

2.3.5. Categorías básicas de los resultados de la capacitación

Existen cuatro categorías básicas de resultados o efectos de la capacitación que se pueden evaluar:

- **Reacción:** primero, se deben evaluar las reacciones de los empleados ante el programa (les gusta piensan que es valioso)
- **Aprendizaje:** segundo, es posible evaluar mediante pruebas a los empleados para determinar si aprendieron los principios, habilidades y hechos que tendrían que haber asimilado
- **Conducta:** posteriormente, se debe observar si la conducta en el trabajo de las personas en entrenamiento cambio debido al programa de capacitación
- **Resultados:** al final, se debe preguntar “que resultados finales se lograron en términos de los objetivos de capacitación previamente fijados

2.4. Estrategias

Según FRED R, David (2008). Dice: *“Las estrategias son los medios por los cuales se logran los objetivos a largo plazo, son acciones potenciales que requieren de decisiones por parte de los altos directivos y de grandes cantidades de recursos de la empresa”*. Pág. 13

La estrategia es la determinación de la misión o propósito y los objetivos básicos a largo plazo de una empresa., seguida de la adopción de cursos de acción y la asignación de los recursos necesarios para alcanzar esas metas.

2.4.1. Estrategia competitiva

Para FRACÉS, Antonio. (2009). Afirma: *“Las estrategias competitivas se refieren a los cursos de acción que emprende una empresa o unidad de negocios para lograr sus objetivos en situaciones coyunturales del mercado, como pueden ser la aparición de competidores o nuevos entrantes, la decisión de*

incursionar en un nuevo mercado o la de enfrentar la aparición de productos sustitutos". Pág. 109.

Estrategia competitiva es aquella que relaciona a la empresa con su entorno; estableciendo su posición de tal manera que garantice su éxito continuo y la proteja de las amenazas.

2.4.2. Estrategia funcional

Según WHEELER, Thomas L. HENDER, David J. (2010). Manifiesta: *"La estrategia funcional es el enfoque que adoptara un área funcional para lograr los objetivos y las estrategias de la corporación y las unidades de negocio para maximizar la productividad de los recursos". Pág. 189.*

La estrategia funcional es considerada como parte fundamental que permite alcanzar los objetivos de manera efectiva cumpliendo con todos los procesos programados.

2.5. Atención al cliente

JIMENEZ Juan Carlos, (2010). *Afirma: La cultura de atención y servicio al cliente es aquella filosofía que induce a las personas a comportarse y relacionarse con orientación al cliente. Lo cual significa que las señales que influyen el comportamiento empresarial están fuertemente condicionadas por los motivos del servicio". Pág. 38.*

Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. El servicio al cliente es una potente herramienta de mercadeo. Se trata de una herramienta que puede ser muy eficaz en una organización si es utilizada de forma adecuada, para ello se deben seguir ciertas políticas institucionales.

2.5.1. Características de atención al cliente

LLAMAS, José María (2009). Menciona las características más importantes que debe tener la atención al cliente son:

- La labor debe ser empresarial con espíritu de servicio eficiente sin desgano y con cortesía.
- El empleado debe ser accesible, no permanecer ajeno al público que lo necesita.
- El público se molesta enormemente cuando el empleado que tiene frente a él no habla con claridad y utiliza un vocabulario técnico para explicar las cosas.
- Se debe procurar adecuar el tiempo de servir no a su propio tiempo que dispone el cliente, es decir, tener rapidez.
- Es muy recomendable concentrarse en lo que pida el cliente, si hay imperfecto, pedir rectificación sin reserva. El cliente amanecerá el que quiera ser amable con él.

2.5.2. Técnicas de atención al cliente

BILL PRICE, David Jaffe. (2009) Manifiesta las técnicas de atención al cliente:

- En cualquier empresa e institución cuyo objeto es la venta de productos o servicios, la productividad e mide en términos de satisfacción del cliente y el grado de esta satisfacción va más allá de la calidad del servicio.
- Actualmente la mayoría de productos y servicios existentes en el mercado poseen características muy similares. Esta homogeneidad dificulta enormemente los esfuerzos de las empresas.
- La atención al cliente es el anexo de la unión de tres conceptos servicio al cliente, satisfacción al cliente, y la calidad en el servicio.
- Estas atenciones no solamente se limitan a las dimensiones, sino que se adentra en el mundo de nuevas tecnologías.

2.6. Servicio

Según BALLARD, Jim, (2008). Manifiesta: *“Una empresa de servicio es una organización que persigue fines económicos o comerciales, realizando una interacción en el mercado para tratar de satisfacer las necesidades y deseos de los clientes por medio de una actividad empresarial”*.Pág.31

Un servicio es un conjunto de actividades que buscan responder a una o más necesidades de un cliente. Se define un marco en donde las actividades se desarrollarán con la idea de fijar una expectativa en el resultado de éstas. Es el equivalente no material de un bien. La presentación de un servicio no resulta en posesión, y así es como un servicio se diferencia de proveer un bien físico.

2.6.1. Objetivos del servicio

Según COLOMER, M.; SILLERAS, M.E (2008) Manifiesta: los objetivos de las empresas del servicio al actuar dentro de un mercado social e influir

directamente en la vida del ser humano, necesita un patrón manejable que le permita satisfacer las necesidades del medio en que actúa, fijándose así los objetivos que la misma persigue.

Objetivos Económicos:

- Cumplir con los intereses monetarios de los inversionistas al retribuirlos con dividendos justos sobre las inversiones realizadas.
- Cumplir con los pagos a los acreedores por intereses sobre los préstamos concedidos.
- Mantener el capital a valor presente.
- Obtener beneficios por encima de los intereses bancarios para repartir utilidades a los inversionistas.
- Reinvertir en el crecimiento de la empresa.

Objetivos Sociales

- Satisfacer las necesidades de los consumidores con bienes o servicios de calidad en las mejores condiciones de venta.
- Incrementar el bienestar socioeconómico de una región al consumir materia prima y servicios y crear fuentes de trabajo.
- Cubrir mediante organismos públicos o privados, parte de la seguridad social.
- Contribuir al sostenimiento de los servicios públicos mediante el pago de cargos tributarios.
- Mejorar y conservar la ecología de la región donde operaran, evitando la contaminación ambiental.

- Producir productos y bienes que no sean nocivo al bienestar de la comunidad.

Objetivos Técnicos

- Utilizar los conocimientos más recientes y las aplicaciones tecnológicas más modernas en las diversas áreas de la empresa, para contribuir al logro de sus objetivos.
- Propiciar la investigación y mejoramiento de técnicas actuales para la creación de tecnología nacional.
- Investigar las necesidades del mercado para crear productos y servicios competitivos.

2.6.2. Características del servicio

Según, ELIAS, Joan (2009). Presenta las características del servicio:

- **Intangibilidad:** Los servicios son intangibles a diferencia de los productos físicos, los servicios no se pueden ver, degustar, tocar, escuchar u oler antes de comprarse.
- **Inseparabilidad:** Los servicios por lo regular se producen y consumen simultáneamente. Esto no sucede con los bienes físicos, que se fabrican, se colocan en inventarios, se distribuyen a través de varios intermediarios y se consumen posteriormente.
- **Variabilidad:** Puesto que los servicios dependen de quien los presta y de donde se prestan, son muy variables. Por ejemplo algunos doctores saben tratar muy bien a sus pacientes; otros no les tienen tanta paciencia.

- **Imperdurabilidad:** Los servicios no pueden almacenarse. El hecho de que los servicios sean imperdurables no es un problema cuando la demanda es constante, si la demanda fluctúa, las empresas de servicios tienen problemas.

2.6.3. Estrategias para mejorar los servicios las estrategias

Según los autores LONGENECKER, Justin C.; MOORE Carlos W. (2010) Plantean las estrategias para mejorar el servicio en una forma eficaz de posicionarse en la mente de sus prospectos:

- **Responda rápidamente las solicitudes de información:** Trata de responder las preguntas de sus clientes o prospectos de ser posible en menos de 24 horas de haberlas recibido.
- **Responda rápidamente las quejas de sus clientes:** Si su cliente le presenta una queja o tiene un problema con el producto o servicio que usted le vendió, trate de responderle con la mayor rapidez que le sea posible.
- **Responda las preguntas correctamente:** Según estudios sobre atención al cliente en Internet, las respuestas de las empresas a los e-mails enviados por los clientes o prospectos, son deficientes en más del 60% de los casos.
- **Cumpla lo que promete:** Si no quiere hundir su reputación y la de su negocio, entonces no trate a sus clientes como discapacitados mentales, no genere ventas a través de engaños, cumpla siempre lo que promete.

- **Solicite ayuda a sus clientes:** Pida la opinión de sus clientes sobre el producto o servicio que le ha comprado de ser posible haga que le cubran un cuestionario corto.
- **Nunca diga "NO" a sus clientes:** Trate siempre por todos los medios de satisfacer las necesidades de sus clientes, elimine las palabras oscuras o negativas.
- **Entrega rápida:** No prometa entregas demasiado rápidas si usted realmente no puede cumplir, solo porque su cliente quiere escucharle decirle que sí.

2.7. La calidad

Para, CAMISON, Cesar (2008). Manifiesta: *“La calidad es el nivel de excelencia que la organización ha escogido, alcanzar para satisfacer a su clientela clave, lo que representa al mismo tiempo la medida en que se logra dicha calidad”*. Pág.56

La calidad es una herramienta básica para una propiedad inherente de cualquier cosa que permite que esta sea comparada con cualquier otra de su misma especie.

Por otro lado, la calidad de un producto o servicio es la percepción que el cliente tiene del mismo, es una fijación mental del consumidor que asume conformidad con dicho producto o servicio y la capacidad del mismo para satisfacer sus necesidades. Por tanto, debe definirse en el contexto que se esté considerando, por ejemplo, la calidad del servicio postal, del servicio dental, del producto, de vida, etc.

2.7.1. Factores relacionados con la calidad

VERGARA Juan Carlos, (2008). Manifiesta: Para conseguir una buena calidad en el producto o servicio hay que tener en cuenta tres aspectos

importantes (dimensiones básicas de la calidad):

- **Dimensión técnica:** engloba los aspectos científicos y tecnológicos que afectan al producto o servicio.
- **Dimensión humana:** cuida las buenas relaciones entre clientes y empresas.
- **Dimensión económica:** intenta minimizar costes tanto para el cliente como para la empresa.

2.7.2. Principios de la calidad

GHARE, Hansen (2010) establecen principios básicos en los que se deben basar la alta dirección de una organización para dirigirla de forma eficaz y con el objetivo de su constante mejora.

- **Enfoque al cliente:** Todos los esfuerzos se dirige a conocer las necesidades actuales y futuras de los clientes, teniendo como meta satisfacer, e incluso superar las necesidades del cliente.
- **Liderazgo:** La dirección impulsa el cambio hacia una verdadera cultura de la calidad en la organización, generando un ambiente de trabajo en el cual las personas se identifican y participan en los objetivos de la misma.
- **Participación del personal:** Las personas son el elemento fundamental de una organización, su total compromiso hace posible que su capacidad de innovación y trabajo se utilice para un objetivo común de la organización.

- **Enfoque basado en procesos:** Las actividades de la organización se dividen e identifican como diferentes procesos, lo que facilita su gestión y aumenta su eficiencia.
- **Enfoque del sistema para la gestión:** Si la organización planifica sus actividades como un sistema compuesto por diferentes procesos interrelacionados, se hace más fácil su gestión y se consigue los resultados deseados de forma más eficaz.
- **Mejora continua:** Se insiste en establecer como objetivo prioritario la mejora continua de todas las actividades de la organización.
- **Enfoque basado en hechos:** Las decisiones que se toman son realmente eficaces si se asan en el análisis de datos y en el conocimiento de información.
- **Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor:** Establecer las relaciones entre una organización y sus proveedores es muy beneficioso para ambos.

2.8. Aspectos administrativos

2.8.1. Administración

GORDÓN, Welsoh Hilton (2008). Menciona: *“La administración de una empresa requiere el constante ejercicio de ciertas responsabilidades directivas. A tales responsabilidades a menudo se les denomina colectivamente como las funciones del proceso administrativo. Las cinco funciones de la administración constituyen el proceso administrativo, pues son ejercidas en forma coincidente y continua al administrarse una empresa. El proceso administrativo se vale de enlaces y de la retroalimentación”*. Pág. 4.

La administración es la planeación, organización, dirección y control de los recursos humanos y de otra clase, para alcanzar las metas de la organización con eficiencia y eficacia.

2.8.2. Objetivos de la administración

GORDÓN, Welsoh Hilton (2008). Menciona que los objetivos son:

- Alcanzar en forma eficiente y eficaz los objetivos de un organismo social. Eficacia.
- Cuando la empresa alcanza sus metas. Eficiencia. Cuando logra sus objetivos con el mínimo de sus recursos.
- Es permitirle a la empresa tener una perspectiva más amplia del medio en el cual se desarrolla.
- Asegurar que la empresa produzca o preste sus servicios.

2.8.3. Niveles administrativos

GORDÓN, Welsoh Hilton (2008). Indica que los niveles son:

- **Nivel Directivo:** Comprende los empleados a los cuales corresponden funciones de dirección general, de formulación de políticas institucionales y de adopción de planes, programas y proyectos.

- **Nivel Asesor:** Agrupa a los empleados cuyas funciones consiste en asistir, aconsejar y asesorar directamente a los empleados públicos del nivel directivo.
- **Nivel Ejecutivo:** Comprende los empleados cuyas funciones consiste en la dirección, coordinación, supervisión y control de las unidades o áreas internas encargadas de ejecutar y desarrollar las políticas, planes, programas y proyectos de las entidades
- **Nivel Administrativo:** Agrupa a los empleados cuyas funciones implica el ejercicio de actividades de orden administrativo, complementarias de las tareas propias de los niveles superiores.
- **Nivel Operativo:** El nivel operativo comprende los empleados con funciones que implican el ejercicio de labores que se caracterizan por el predominio de actividades manuales o tareas de simple ejecución.

2.8.4. Misión

Según WHEELLEN, Thomas L. HUNDER, David J. (2010). Dice: *“La misión de una organización es el propósito o razón de ella, declara lo que la empresa proporciona a la sociedad, el propósito exclusivo y fundamental que distingue a una empresa de otras de su tipo e identifica el alcance de sus operaciones con respecto a los productos que ofrece y los mercados que sirve”*. Pág. 12

La misión está basada en el propositito que la empresa brinda en la presentación ya sea de un producto o servicio que pondrá a disposición de los consumidores, además se rige en el mejoramiento de la imagen de la empresa frente a la competencia.

2.8.5. Visión

FERNÁNDEZ V. Ricardo. (2009). Expresa: *“la visión de la empresa nos indica cuál es la meta que ella persigue a largo plazo; incluye la forma en que se piensa a sí misma en la actualidad y en el futuro.”* Pág. 21.

La visión expresa las intenciones que la empresa desea alcanzar en los próximos años a través del cumplimiento de objetivos que se hayan planteado para el alcance de la meta principal.

2.9. Aspectos del mercado

2.9.1. Estudio de mercado

Para, NASSIR, S. Chaín. (2009). Menciona: *“El estudio de mercado constituye una fuente de información de primera importancia tanto para estimar la demanda como para proyectar los costos y definir precios”.* Pág. 54

El estudio de mercado es una técnica utilizada especialmente para la obtención de información que sirve como soporte para garantizar la facilidad de un proyecto. Este estudio permite que se amplíen los conocimientos sobre el actual mercado al que está dirigido el producto o servicio.

2.9.2. Producto

ZEL, Michael J., WALKER, Bruce J. (2008). Formulan: *“Es un conjunto de atributos fundamentales unidos en una forma identificable”.* Pág. 220

El producto es aquel que oferta las empresas de cualquier tipo sean industriales, comerciales o servicios, las mismas siempre persiguen el

propósito de satisfacer las necesidades del consumidor y cumplir con las expectativas del mercado.

2.9.3. Demanda

KOTLER Philip, (2008) manifiesta *“La demanda del mercado para un producto es el volumen total que se adquirirá un grupo de clientes definido, en un área geográfica establecida, dentro de un periodo definido, en un ambiente de mercado específico”*. Pág. 217

La demanda se toma en cuenta principalmente para la venta del producto es el principal factor para poder mantener el producto en el mercado, con la presencia de la demanda consumidora se puede garantizar el crecimiento comercial de la empresa.

2.9.4. Oferta

NÚÑEZ, Z. Rafael (2009). Manifiesta: *“La oferta es la cantidad de productos o servicios que un cierto número de empresas o productores están dispuestos a llevar al mercado por un precio determinado”*. Pág. 50.

ANDRADE Simón, (2008). Manifiesta: *“La oferta es un conjunto de propuestas de precios que se hacen en el mercado para la venta de bienes o servicios”*. Pág.25

Complementando ésta definición, Andrade agrega que en el lenguaje de comercio, se emplea la expresión estar en oferta para indicar que por un cierto tiempo una serie de productos tiene un precio más bajo del normal, para así estimular su demanda.

2.9.5. Precio

STANTON, William J., ETZEL, Michael J., WALKER, Bruce J. (2008). Afirma: *“Es la cantidad de dinero u otros elementos de utilidad(es un atributo con el potencial para satisfacer necesidades o deseos) que se necesitan para adquirir un producto”*. Pág. 338

El precio es el valor de cualquier bien o servicio del cual está respaldado en el mercado.

2.9.6. Promoción

Los autores STANTON, William J., ETZEL, Michael J., WALKER, Bruce J. (2008). Citan: *“Como todos los esfuerzos personales e impersonales de un vendedor o representante del vendedor para informar, persuadir o recordar a una audiencia objetivo”*. Pág. 506

La promoción es conocida como una estrategia comercial que se utiliza para vender el producto, la misma que permite a través de su promoción persuadir ante el consumidor su preferencia de compra.

2.9.7. Distribución

Para KOTHER, Philip; (2008). Afirma. *“La mayoría de los productores recurren a intermediarios para que lleven sus productos al mercado. Tratan de forjar un canal de distribución, es decir, una serie de organizaciones independientes involucradas en el proceso de lograr que el consumidor o el usuario industrial pueda usar o consumir el producto o servicio”*. Pág. 471.

La distribución consiste en el proceso más seguro de realizar la distribución de los productos con la seguridad de garantizar que el producto llegue en el tiempo previsto.

2.10. Aspectos contables

2.10.1. La contabilidad

Para BRAVO VALDIVIESO Mercedes, 2009. Afirma: *“Es la ciencia el arte y la técnica que permite el análisis, clasificación, registro, control e interpretación de las transacciones que se realizan en una empresa con el objeto de conocer su situación económica y financiera al término de un ejercicio económico o periodo contable”*. Pág.3

Para el Autor ZAPATA, S. Pedro. (2008). Cita: *“Es un informe contable que presenta ordenada y sistemáticamente las cuentas de Activo, Pasivo y Patrimonio, y determina la posición financiera de la empresa en un momento determinado”*. Pág. 62.

La contabilidad es un proceso de análisis de registro e interpretación logrando obtener en un tiempo determinado los estados financieros correspondientes y necesarios para poder tomar decisiones y controles en el momento preciso y así poder dar paso al cumplimiento de objetivos y metas de la empresa.

2.10.2. Objetivos

Según BRAVO VALDIVIESO Mercedes, 2009. Los objetivos son:

- Proporciona la situación financiera del negocio en el momento en que se solicite.
- Permite un conocimiento e interpretación adecuado a los usuarios de la información.

- Proyectar la ampliación de las actividades teniendo como base las realizadas en periodos contables.
- Registrar las operaciones realizadas por la empresa de una manera clara y precisa.
- Controlar eficientemente las actividades financieras de la empresa.

2.10.3. Características de la contabilidad

BRAVO VALDIVIESO Mercedes, 2009. Presenta las siguientes características:

- Obtener en cualquier momento información ordenada y sistemática sobre el movimiento económico y financiero del negocio.
- Establecer en términos monetarios, la información histórica o predictiva, la cuantía de los bienes, deudas y el patrimonio que dispone la empresa.
- Registrar en forma clara y precisa, todas las operaciones de ingresos y egresos.
- Determinar las utilidades o pérdidas obtenidas al finalizar el ciclo económico.
- Servir como comprobante fidedigno, ante terceras personas de todos aquellos actos de carácter jurídico en que la contabilidad puede tener fuerza probatoria conforme a Ley.
- Proporcionar oportunamente información en términos de unidades monetarias, referidas a la situación de las cuentas que hayan tenido movimiento hasta la fecha de emisión.

- Suministrar información requerida para las operaciones de planeación, evaluación y control, salvaguardar los activos de la institución y comunicarse con las partes interesadas y ajenas a la empresa.

2.10.4. Importancia de la contabilidad

Según BRAVO VALDIVIESO Mercedes, 2009. Menciona que: La contabilidad es importante porque radica en la necesidad de registrar, clasificar y analizar las transacciones comerciales y controlar las finanzas de un ente contable, aplicando la partida doble:

- Toda empresa tiene la necesidad de llevar un control d sus negociaciones mercantiles y financieras para corregir errores o desviaciones del capital.
- Además de planificar, controla e informa sobre la situación económica de una empresa y sirve de apoyo a los ejecutivos en la toma de decisiones.
- A través del resultado del proceso contable con la interpretación de los estados financieros dará a los inversionistas una información sobre la situación de la empresa, si existen pérdidas o ganancias
- Brindar información financiera en cualquier momento para uso interno y externo
- Establecer el momento de los activos, pasivos y patrimonios
- Llevar control de los ingresos y egresos de la organización
- Facilitar el proceso de planeación de la empresa

- Determinar las utilidades o pérdidas de la compañía
- Servir como herramientas útil para los procesos de planeación, control y toma de decisiones, de tal manera que le facilite a la organización de la creación o destrucción de valor

2.10.5. Libros utilizados en la contabilidad

De acuerdo a BRAVO VALDIVIESO Mercedes, 2009. Los libros usados en la contabilidad son:

- **Diario general:** El diario general es un libro contable donde se recogen, día a día los hechos económicos de una empresa. La anotación de un hecho económico en el libro diario se llama asiento, es decir en él se registra todas las transacciones realizadas por una empresa.
- **Mayor general:** Es el libro de contabilidad en donde se organizan y clasifican las diferentes cuentas que movilizan la organización de sus activos, pasivos y patrimonio, para que estos registros sean válidos deben asentarse en el libro debidamente autorizado.
- **Balance de comprobación:** Es un documento contable elaborado por el empresario que le permite hacerse una idea sobre la situación de su empresa, y las operaciones realizadas en el periodo, su objetivo es comprobar que no existe asientos descuadrados en la contabilidad.

2.11. Aspectos técnicos

2.11.1. La Macrolocalización

Según FLORES U. Juan A. (2008). Afirma: *“El estudio de la localización comprende la identificación de zonas geográficas, que*

van desde un concepto amplio, conocido como la Macrolocalización, hasta identificar una zona urbana o rural, para finalmente determinar un sitio preciso o ubicación del proyecto.”
Pag.49

La macrolocalización toma en cuenta aspectos sociales y nacionales de la planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente, debe indicarse con un mapa del país o región dependiendo del área de influencia del proyecto.

2.11.2. LaMicrolocalización

Según FLORES U. Juan A. (2008). Afirma: *“Es el proceso de elegir la zona y dentro de esta el sitio preciso en donde se debe estudiar varias alternativas posibles, que una vez evaluadas, permitan la escogencia de aquella que integralmente incluya la gran mayoría de factores, considerados como los más relevantes e importantes.”* Pág. 50

La microlocalización abarca la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa. Se debe indicar la ubicación del proyecto en el plano del sitio donde operara.

2.11.3. Ingeniería del proyecto

Para los autores SAPAG, CH. Nassir y SAPAG, CH. Reinaldo (2008). Manifiesta: *“Es el que ayuda a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado”.* Pág. 144.

La ingeniería del proyecto es el conjunto de conocimientos de carácter científico y técnico que permite determinar el proceso productivo para la

utilización racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación de una unidad de producto.

2.12. Estados financieros

2.12.1. Estado de resultados

Para GITMAN, Laurence J. (2009). Afirma: *“El balance de Resultados proporciona un resumen financiero de los resultados operativos de la empresa durante un periodo específico.”* Pág. 41.

El estado de resultados es un informe contable básico que presenta de manera clasificada y ordenada las cuentas de rentas, costos y gastos, con el fin de medir los resultados económicos durante un periodo determinado.

2.12.2. Estado de flujo del efectivo

Para GALINDO, R. Carlos Julio (2008). Afirma: *“El flujo de efectivo es un estado financiero donde se refleja los movimientos de efectivo en un periodo determinado.”* Pág. 45

Es el informe contable principal que presenta de manera significativa, resumida y clasificada por actividades de operación, inversión y financiamiento, los diversos conceptos de entrada y salida de recursos monetarios efectuados durante un periodo, con el propósito de medir la habilidad gerencial en recaudar y usar el dinero, así como evaluar la capacidad financiera de la empresa, en función de su liquidez presente y futura.

2.12.3. Balance general

ZAPATA S. Pedro, Contabilidad General, (2011). Expresa: *“Es un informe contable que presenta ordenada y sistemáticamente las cuentas de activo, pasivo y patrimonio y determina la posición financiera de la empresa en un momento dado.”* Pág. 74

El balance general es un informe financiero que consiste en presentar una información de la empresa al día en donde se detalla todos los movimientos que realiza durante su vida contable

2.13. Indicadores financieros

2.13.1. Valor Actual neto

Según SAPAG Nassir (2008). Manifiesta: *“El VAN plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor anual es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos expresados en moneda actual”.* Pág. 321

El valor actual neto es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un proyecto, es decir consiste en descontar al momento actual todos los flujos de caja futuro del proyecto.

2.13.2. Tasa Interna de Retorno

Según, FONTAINE R. Ernesto, (2008). Manifiesta: *“Es aquella tasa de interés que hace igual a cero el valor actual de un flujo de beneficios netos hace que el beneficio al año cero sea exactamente igual a cero.”* Pág.100

La tasa interna de retorno es la tasa de descuento que iguala el valor de los desembolsos previstos (inversiones) con el valor de los flujos de tesorería esperados, ambos actualizados.

2.13.3. Beneficio Costo

El escritor SAPAG, CH. Nassir (2009). Manifiesta que: *“Compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión”*. Pág. 256.

El beneficio costo determina las cantidades que compone los ingresos que son valorados como beneficios y las cantidades que representan los egresos conocidos como costos.

2.13.4. Punto de equilibrio

ACHING, Guzmán C. (2009). Expone: *“Permite calcular la cuota inferior o mínima de unidades a producir y vender para que un negocio no incurra en pérdidas”*. Pág. 197.

El punto de equilibrio es una herramienta usada en el estudio económico para determinar el punto a partir del cual la empresa comienza a tener ganancias, considerando sus funciones de costo total y de ingreso total.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

En la actualidad se ha visto la sobre oferta de servicios profesionales los mismos que se les hace imposible conseguir un trabajo estable y seguro, por tal razón se ve la oportunidad de crear una Agencia de Empleos y Capacitación Laboral en la Ciudad de Atuntaqui, Cantón Antonio Ante Provincia de Imbabura, para obtener mejores resultados se aplicarán el análisis a las variables más representativas en el proyecto para obtener buenos resultados al momento de ofertar el servicio al mercado.

El estudio de mercado presenta 2 finalidades importantes que se debe investigar para tener mejores conocimientos y resultados en la nueva agencia de empleos:

- Investigar la demanda de servicios profesionales por parte de las empresas
- La oferta de servicios profesionales en la ciudad de Atuntaqui

El objetivo principal del estudio de mercado es determinar las posibilidades que tienen en el mercado para ofrecer sus servicios, a través de las estrategias más adecuadas que permitan llegar al mercado meta.

Al realizar un estudio de mercado se busca obtener información para conocer las necesidades existentes de los profesionales de la ciudad de Atuntaqui, con relación a la prestación de servicios.

3.1. Objetivos del estudio de mercado

3.1.1. Objetivo general

Realizar un estudio de mercado para determinar la factibilidad del proyecto al momento de su gestión.

3.1.2. Objetivos específicos

- Identificar la demanda potencial del servicio propuesto por el proyecto
- Analizar la oferta de servicios similares al de la propuesta
- Establecer la demanda potencial a satisfacer
- Establecer las estrategias para el servicio propuesto por el proyecto

3.2. Identificación del servicio

La agencia de empleos y capacitación laboral es una empresa que brindará el servicio de intermediación de búsqueda de empleo y empleados, esto quiere decir que el servicio relaciona tanto a las empresas que necesitan reclutar personal calificado a través de una adecuada búsqueda, evaluación y selección del personal para el cargo requerido, como a las personas que buscan una oportunidad en el campo laboral siendo estos los profesionales y estudiantes universitarios

La finalidad de la Agencia de Empleos es convertirse en una empresa moderna y eficaz, orientada a generar servicios de calidad y excelencia de colocación de personal, específicamente de profesionales y universitarios, atendiendo sus demandas de empleo y así satisfacer las

necesidades del mercado en el menor tiempo posible y con el mejor servicio.

En este sentido se ofrecerá un servicio integral, los cuales serán definidos de acuerdo a la infraestructura de las organizaciones que la demanden, este negocio se enfoca básicamente en:

- Reclutamiento de Personal
- Evaluación y Desempeño del Personal
- Selección de Personal
- Capacitación
- Inserción laboral

Una vez cumplidos los tres primeros pasos al personal seleccionado se les capacitará en áreas; técnicas, administrativas, contable y financiero, producción y comercialización, para que la inserción laboral sea satisfactoria tanto para el cliente como para la empresa que contrata.

3.3. Mercado meta

El servicio tiene como mercado meta principal a todos los profesionales y universitarios del Cantón Antonio Ante.

3.4. Investigación de campo

La investigación de campo está dirigida a los profesionales y universitarios del Cantón Antonio Ante siendo 8.541 datos obtenido del censo del INEC 2010.

Considerando que la población a investigar es significativa se decidió obtener una muestra representativa.

La fórmula a utilizar es la siguiente:

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

Simbología:

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

e = Error máximo admisible del tamaño de la muestra (0,05)

σ = Varianza 0,25

Z = Nivel de Confianza

Datos:

N = 8541

$d^2 = 0,25$

Z = 95% 1,96

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,25)(8541)}{(0,05)^2 (8541 - 1) + (1,96)^2 (0,25)}$$

e = 5%

n= 368

Aplicando la fórmula, da como muestra a 368 entre profesionales y universitarios a los que se debe levantar la información.

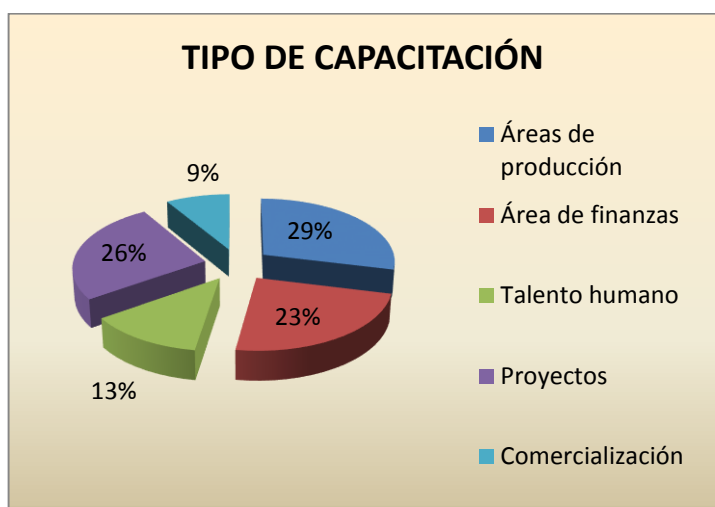
Resultados de la investigación de campo efectuada a los profesionales y universitarios del Cantón Antonio Ante.

1. ¿Qué tipo de capacitación le gustaría que se brinde?

**CUADRO No.9
TIPO DE CAPACITACIÓN**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Áreas de producción	106	29
Área de finanzas	87	24
Talento humano	47	13
Proyectos	96	26
Comercialización	32	9
TOTAL	368	100

GRÁFICO No.5



Fuente: Profesionales, universitarios
Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS:

La mayoría de los profesionales confirman que a ellos les gustaría capacitarse en el área de producción, porque en Atuntaqui existe fuentes de trabajo debido a que es un sector industrial, como también quiere

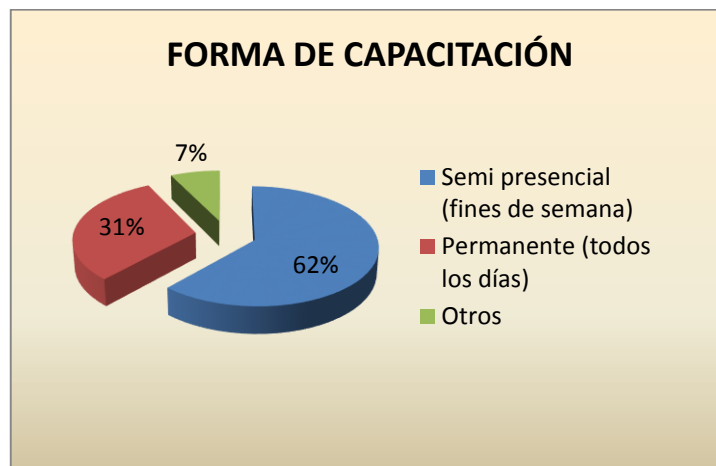
capacitarse en proyectos como de finanzas porque existe grandes expectativas para la creación de nuevas empresas en el sector.

2. ¿Cómo le gustaría que se imparta la capacitación?

**CUADRO No.10
FORMA DE CAPACITACIÓN**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Semi presencial (fines de semana)	227	62
Permanente (todos los días)	114	31
Otros	27	7
TOTAL	368	100

GRÁFICO No.6



Fuente: Profesionales, universitarios
Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS:

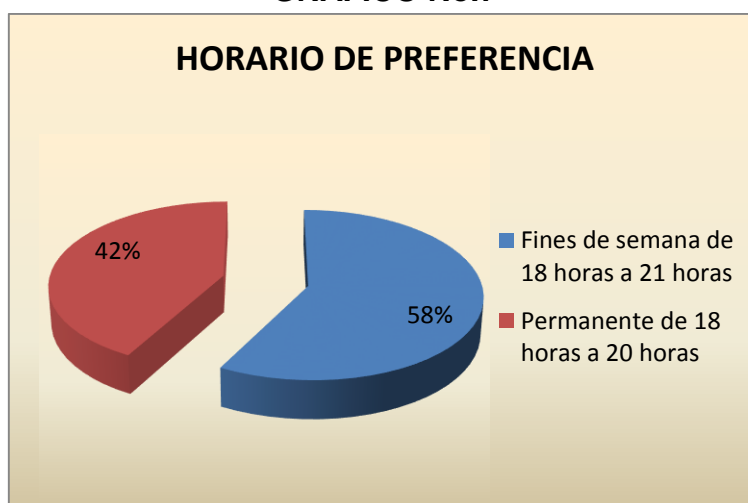
Consideraran que el tiempo más considerable para este tipo de capacitación es semi presencial, porque la mayoría de los profesionales trabaja entonces no cuentan con el tiempo suficiente para asistir I curso, son pocos los que consideran que el curso se lo debe recibir diariamente.

3. ¿Cuál es el horario que preferiría a usted?

**CUADRO No.11
HORARIO DE PREFERENCIA**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Fines de semana de 18 horas a 21 horas	213	58
Permanente de 18 horas a 20 horas	155	42
TOTAL	368	100

GRÁFICO No.7



Fuente: Profesionales, universitarios
Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS:

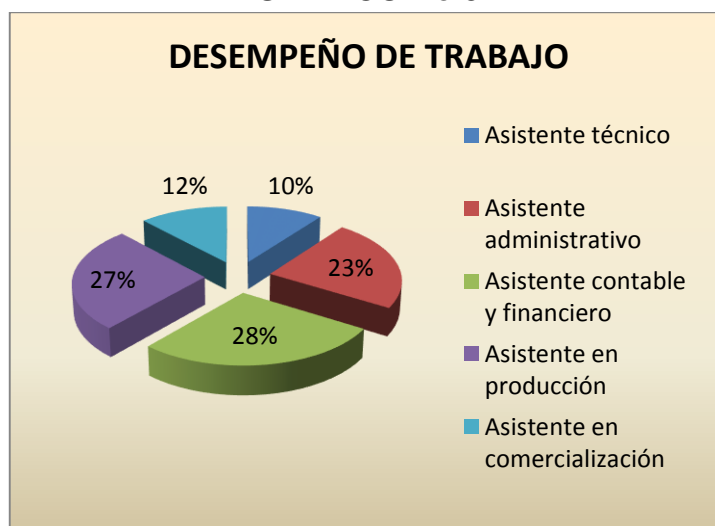
El horario de preferencia para recibir los cursos de capacitación es los fines de semana de 18 a 21 horas consideran que es un horario apropiado con 3 horas de capacitación se puede avanzar mucho en los conocimientos y de igual manera se facilitaría para los profesionales contraten el servicio lo que garantizara el funcionamiento de la agencia de empleos y capacitación.

4. ¿Qué tipo de trabajo puede desempeñar usted en función profesional?

**CUADRO No.12
DESEMPEÑO DE TRABAJO**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Asistente técnico	38	10
Asistente administrativo	86	23
Asistente contable y financiero	102	28
Asistente en producción	98	27
Asistente en comercialización	44	12
TOTAL	368	100

GRÁFICO No.8



Fuente: Profesionales, universitarios
Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS:

El tipo de trabajo que la mayor parte de los profesionales y universitarios que pueden desempeñar esta entre asistente contable y financiera como también asistente en producción, se observa que en Atuntaqui encontramos profesionales preparados en esas carreras, además pueden desempeñarse como asistentes administrativos.

5. ¿El salario que usted aspira es?

**CUADRO No.13
ASPIRACIÓN SALARIAL**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Entre 400 y 600 dólares	127	35
Entre 600 y 800	185	50
Más de 800	56	15
TOTAL	368	100

GRÁFICO No.9



Fuente: Profesionales, universitarios
Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS:

El salario que ellos aspiran por sus servicios profesionales es de 600 y 800 claro que este costo se da en base al trabajo que va a desempeñar y consideran que es un valor razonable porque en la actualidad el costo para solventar los gastos son muy elevados, otros consideran que el

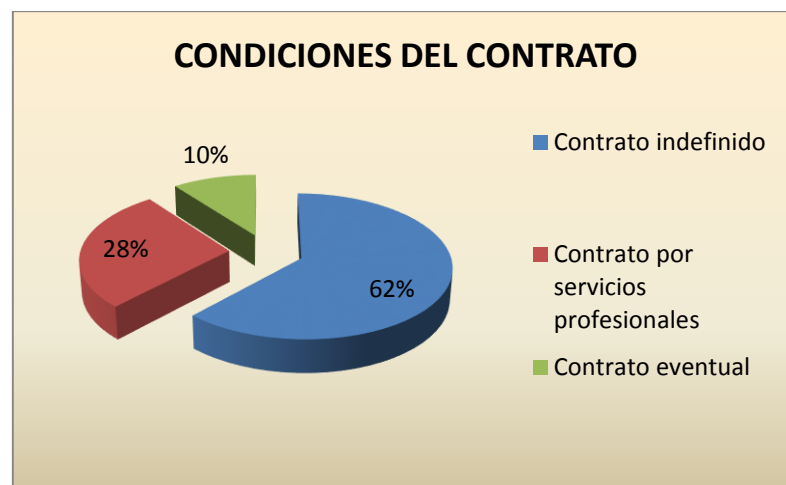
costos por la presentación de sus servicios deben costar más de 800 dólares dependiendo del cargo que tengan.

6. ¿Su enrolamiento debería ser?

**CUADRO No.14
CONDICIONES DEL CONTRATO**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Contrato indefinido	228	62
Contrato por servicios profesionales	102	28
Contrato eventual	38	10
TOTAL	368	100

GRÁFICO No.10



Fuente: Profesionales, universitarios
Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS:

Los profesionales y universitarios comentan que les gustaría contar con un contrato de trabajo fijo que les brinden todos los beneficios de ley además asegurar sus ingresos económicos para poder solventar todos los gastos personales que se presente, también comentan que lo importante

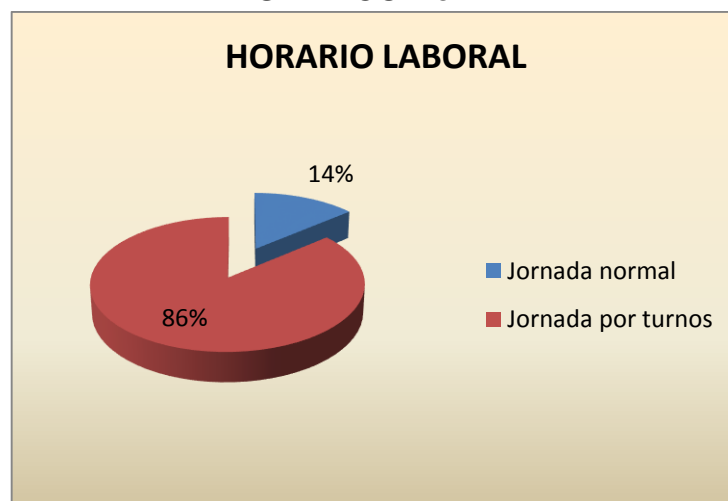
sería trabajar y recibir un salario lo que consideran que un contrario por servicios profesionales sería una buena opción.

7. ¿El horario laboral que más le conviene es?

**CUADRO No.15
HORARIO LABORAL**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Jornada normal	51	14
Jornada por turnos	317	86
TOTAL	368	100

GRÁFICO No.11



Fuente: Profesionales, universitarios

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS:

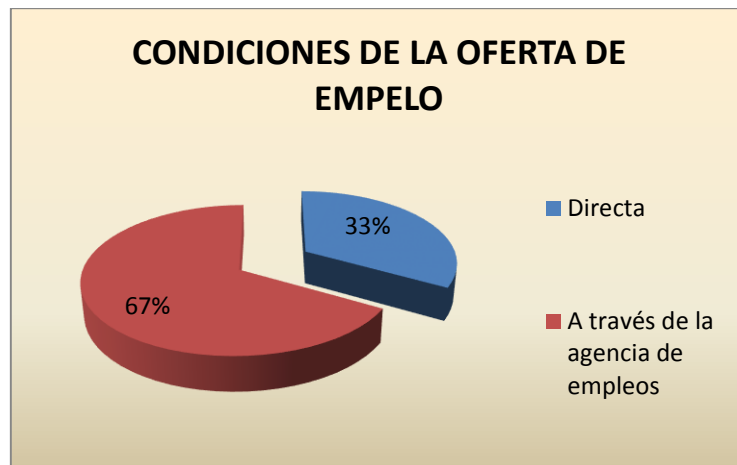
El horario más conveniente para estos tipos de cursos de capacitación es en la jornada nocturna es favorable, porque la mayor parte de profesionales trabajan y muchos de ellos es fuera de la ciudad lo que genera dificultad para que asistan puntualmente al curso, también comenta que es conveniente en el horario normal son profesionales que a un no trabajan y cuentan con el tiempo necesario.

8. ¿Estaría de acuerdo que la oferta de empleo se lo haga?

CUADRO No.16
CONDICIONES DE LA OFERTA DE EMPLEO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Directa	122	33
A través de la agencia de empleos	246	67
TOTAL	368	100

GRÁFICO No.12



Fuente: Profesionales, universitarios

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS:

La forma más apropiada para ofertar el servicio de empleo es a través de las agencias de empleo, porque ellos se encargan de capacitar a los profesionales y además hacen conexiones con las empresas que requieran de los servicios, los mismos garantizan la eficiencia del trabajador y se preocupan por la seguridad y estabilidad laboral.

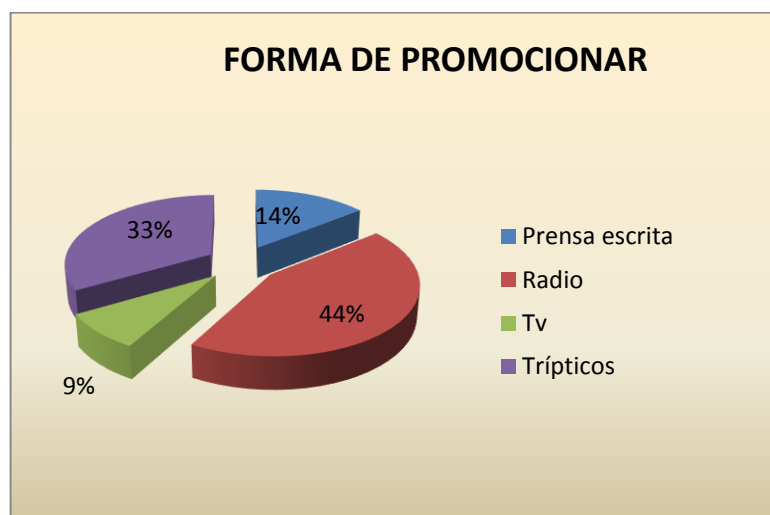
9. ¿Cómo le gustaría que se promocione la oferta de empleo Por parte de la agencia?

CUADRO No.17

FORMA DE PROMOCIONAR

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Prensa escrita	53	14
Radio	161	44
Tv	31	8
Trípticos	123	33
TOTAL	368	100

GRÁFICO No.13



Fuente: Profesionales, universitarios

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS:

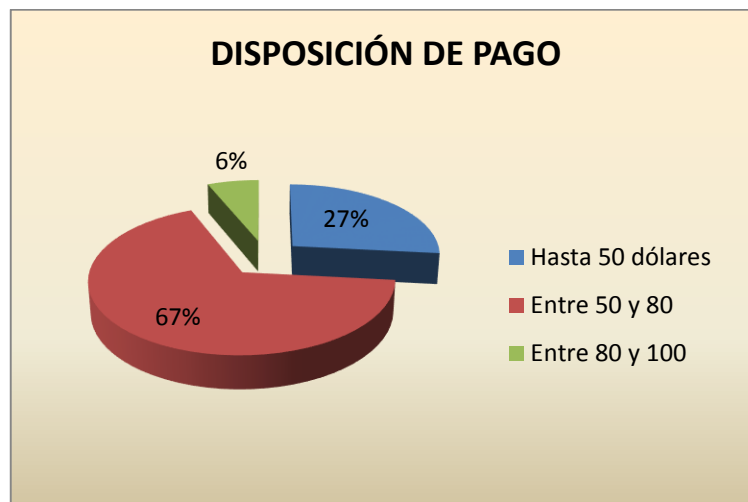
La forma más efectiva para promocionar la oferta de empleo por parte de la agencia es a través del medio de comunicación radial, debido a que es escuchado en todo momento y lugar tiene mayor acogida en todo lugar de trabajo los servicios de una agencia, también es recomendable realizarlo a través de los trípticos en donde se informan los datos más relevantes del servicio.

10. ¿Qué tarifa está dispuesto a pagar por la intermediación de la oferta laboral?

**CUADRO No.18
DISPOSICIÓN DE PAGO**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Hasta 50 dólares	98	27
Entre 50 y 80	247	67
Entre 80 y 100	23	6
TOTAL	368	100

GRÁFICO No.14



Fuente: Profesionales, universitarios

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS:

Consideran que la intermediación de la oferta laboral debe costar de 50 a 80 dólares es un costo razonable, porque la agencia tendrá gastos para realizar la publicidad en todos los medios que utiliza para informar sobre las ofertas de empleos de profesionales y universitarios y para el pago de capacitadores, otros consideran que máximo debe costar 50 dólares también depende del tiempo.

3.5. Análisis de la demanda

Tomando en consideración la no existencia de datos históricos sobre la disponibilidad de contratar una agencia para la intermediación del trabajo, se levantó encuestas para establecer información confiable.

3.5.1. Demanda actual

Para establecer la demanda actual del servicio se indagó a los profesionales y universitarios del Cantón Antonio Ante, la pregunta 8 hace referencia al predisposición de contratar el servicio, de ahí se ha planteado la demanda real.

CUADRO No.19
DEMANDA REAL

DEMANDA POTENCIAL Nro. Profesionales y Universitarios	% DE ACEPTACIÓN DEL SERVICIO	DEMANDA REAL Nro de Profesionales y Universitarios
8541	67%	5722

Fuente investigación de campo
Elaborado por: Las autoras

De los 8541 profesionales y universitarios de la demanda potencial según el dato del último censo poblacional; en base a la encuesta realizada el 67% está de acuerdo en contratar los servicios de la agencia, por ende 5722 es la demanda real que existe en el mercado.

3.5.2. Proyección de la demanda

Para la proyección se utilizó la fórmula del monto con el índice de crecimiento poblacional del cantón que es del 2,09 según el INEC.

CUADRO No.20
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

AÑO	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA No. De profesionales y Universitarios
2014	5842
2015	5964
2016	6088
2017	6216
2018	6345

Fuente investigación de campo
Elaborado por: Las autoras

3.6. Análisis de la oferta

En la ciudad de Atuntaqui la oferta de agencias de empleo y capacitación laboral no existe solamente lo realizan tanto profesionales como empresas de manera directa que en varias ocasiones no miden las consecuencias a los que se están sometiendo por no contar con un intermediario que garantice tanto el servicio del profesional como la seguridad que la empresa debe brindar.

También se ha considerado como un soporte de información de oferta de servicios a las empresas de otros lugares de la provincia que brindan servicios de manera directa o a través de la página web

3.7. Demanda potencial a satisfacer (demanda insatisfecha)

Para determinar la demanda potencial a satisfacer se comparó entre la demanda y oferta para determinar si existe oportunidad en el mercado.

CUADRO No. 21
DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER

AÑO	DEMNADA	OFERTA	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER DE PROFESIONALES Y UNIVERSITARIOS
2014	5842	0	5842
2015	5964	0	5964
2016	6088	0	6088
2017	6216	0	6216
2018	6345	0	6345

Fuente investigación de campo
Elaborado por: Las autoras

Sabiendo de que a nivel local no existe empresas que se dediquen exclusivamente a intermediación de empleo y capacitación la oferta es cero, por consiguiente la demanda a satisfacer en el primer año de promoción es la misma demanda identificada.

3.8. Pronóstico de ventas del servicio

El pronóstico de ventas fue planteado con criterio conservador tomado en referencia la capacidad operativa, administrativa de la futura agencia y la existencia de mercado, bajo esta premisa se plantea captar para el primer año de funcionamiento de la agencia el 10% de la demanda potencial a satisfacer con un crecimiento anual del 5%, esta meta se la alcanzará mediante aplicación de estrategias comerciales para el servicio.

CUADRO No.22
PRONÓSTICO DE VENTAS DEL PROYECTO

AÑO	PRONÓSTICO DE VENTAS DEL SERVICIO A CLIENTES
2014	584
2015	613
2016	644
2017	676
2018	710

Fuente investigación de campo
Elaborado por: Las autoras

3.9. Análisis del precio

Los precios que tendrá el servicio por concepto de intermediación y capacitación de inserción laboral, tomando en cuenta la investigación de campo y el respectivo análisis de los costos y gastos operativos más un margen de ganancia será; en el primer año de funcionamiento de 65 dólares para los siguientes años se aplicó la tasa de inflación anual del 2,70% registrada en el año 2013

CUADRO No.23
DETERMINACIÓN DEL PRECIO DEL SERVICIO

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PRECIO DEL SERVICIO	65	66,76	68,56	70,41	72,31

Fuente investigación de campo
Elaborado por: Las autoras

3.10. Estrategias comerciales

Para la agencia de empleo la estrategia comercial está basada en cuatro pilares fundamentales que están enfocados a los consumidores al momento de adquirir un producto o servicio como son: producto, precio, promoción y distribución.

3.10.1. Estrategias de servicio

La agencia de empleo y capacitación profesional, es una empresa de servicios, se puede decir que su producto está compuesto de: (instalaciones y tecnología); personal para la capacitación.

La estrategia de producto para la agencia de empleos y capacitación profesional es aplicar métodos y técnicas que ayuden a los profesionales y universitarios a desenvolverse en el ámbito profesional.

Los servicios están basados en ética y profesionalismo de los capacitadores que imparten sus conocimientos además la práctica que realizan para medir el nivel de conocimientos de las personas.

3.10.2. Estrategias de precio

En este tipo de servicios los precios están dados de acuerdo a comparaciones de empresas de servicios que brindan un servicio similar como también depende de la capacitación que pretendan recibir los profesionales y universitarios porque la empresa dependiendo del área a la que se capaciten dispondrá de los costos.

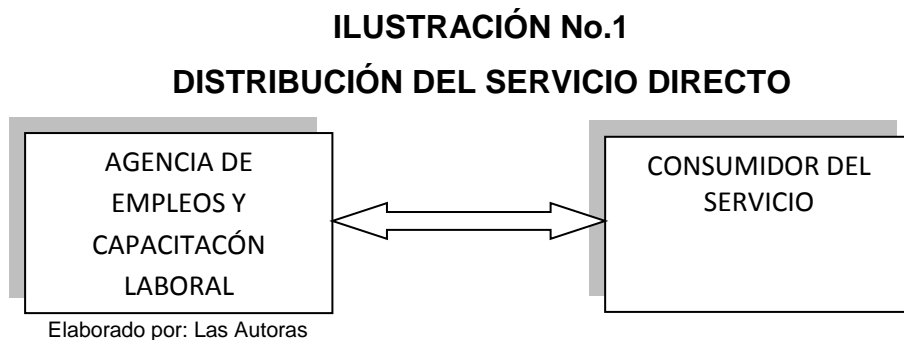
3.10.3. Estrategias de publicidad

A través de esta estrategia de marketing se podrá informar, persuadir y recordarles a los posibles clientes la existencia de un producto o servicio. Para mejores resultados se utilizara la publicidad del servicio y se creara una página web.

Para realizar la publicidad de la agencia de empleo y capacitación laboral, se contratara la publicidad radial, además se dará a conocer a través de trípticos donde se detalle los servicios que brinda la nueva agencia de servicios.

3.10.4. Estrategias plaza

Para iniciar las actividades en la ciudad de Atuntaqui se va a utilizar la distribución directa de los servicios.



Cuando la agencia este reconocida en el mercado la distribución también se la ejecutará indirectamente para atraer otro tipo de clientes de otros lugares de la provincia.

3.11. Análisis de las entrevistas realizadas a los propietarios de a empresas del Cantón Antonio Ante

Una vez realizado la entrevista a una cierta parte de las empresas que existen en el cantón Antonio Ante como son ELAN, CONFECCIONES MISHEL, ANITEX, PANDA, se considera necesario e indispensable direccionarles a las empresas para que tengan personal idóneo, responsable y calificado para que se puedan cubrir los puestos de trabajo en el menor tiempo posible.

Ya que por la falta de tiempo en muchas ocasiones no se recluta al personal adecuado, además se pudo observar en las empresas entrevistadas que si es necesario que exista una empresa que brinde este tipo de servicio para agilizar y mejorar el proceso de selección.

Por lo antes señalado se puede establecer que si tendremos aceptación en el servicio que vamos a brindar, y luego podremos direccionarnos a otras ciudades el país.

3.12. Conclusión del estudio

Del análisis efectuado a las variables que definen el éxito del producto o servicio se determina que la propuesta del proyecto será exitosa ya que existe un mercado muy significativo que desea contratar el servicio.

- En la ciudad de Atuntaqui existe una gran expectativa por parte de los profesionales y universitarios acerca de la creación de la agencia de empleos y capacitación laboral
- Además se identificó que no existe una oferta similar en el sector de manera que la prestación de servicio de los profesionales y universitarios es en forma directa
- Los precios actualmente se determinan de acuerdo al tipo de capacitación y en base a comparaciones de otras agencias similares de otros lugares
- La comercialización del servicio se lo hará con la aplicación de estrategias de venta
- El mercado meta, mediante las encuestas realizadas manifiestan que la publicidad de la agencia se la debe realizar a través de la comunicación radial e información por medio de trípticos.

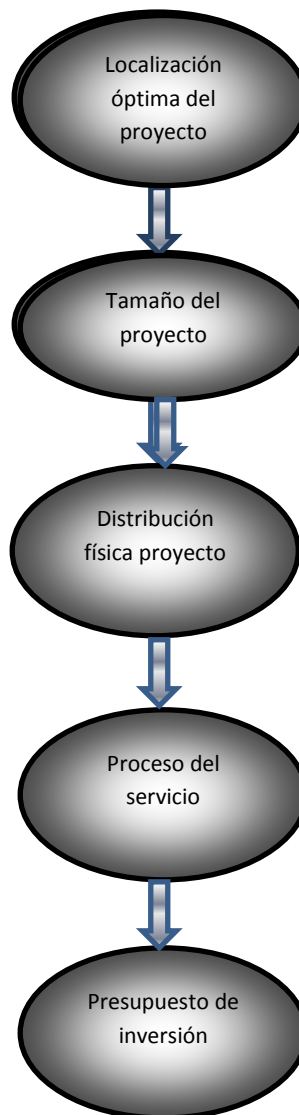
CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

El presente capítulo contiene los aspectos técnicos que se necesitan para la operatividad de la agencia de empleos, por tanto su aplicación permitirá el uso eficiente de los recursos disponibles, con la finalidad de maximizar la rentabilidad del emprendimiento.

Los aspectos a investigar en esta parte son:

ILUSTRACIÓN No.2 ASPECTOS DEL ESTUDIO TÉCNICO



4.1. Localización óptima del proyecto

Para determinar la localización óptima del proyecto se analizará dos puntos importantes

- La macrolocalización
- La microlocalización

4.1.1 Macrolocalización

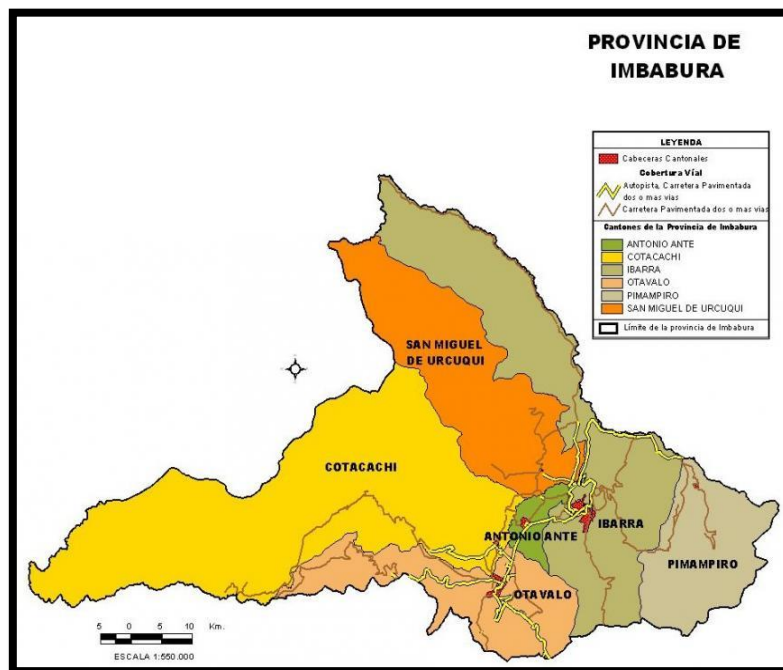
La agencia de empleos estará ubicada en:

País: Ecuador,

Provincia: Imbabura

Cantón: Antonio Ante

ILUSTRACIÓN No.3 MAPA DE LA PROVINCIA DE IMBABURA



Fuente: Municipio de Antonio Ante
Elaborado por: Las autoras

4.1.2. Microlocalización

La microlocalización de la agencia de empleos será:

Ciudad:Atuntaqui

Calles:González Suárez y Eugenio Espejo

ILUSTRACIÓN No.4 MAPA DEL CANTÓN ANTONIO ANTE



Fuente: Municipio de Antonio Ante
Elaborado por: Las autoras

Se ha escogido el lugar antes mencionado por presentar los siguientes aspectos que favorecen la implantación del proyecto.

- **Servicios Básicos**

El lugar donde estará ubicada la agencia de empleos cuenta con todos los servicios básicos como: agua, luz, teléfono.

- **Arriendo**

El costo del arriendo en el sector es accesible, tomando en cuenta su ubicación.

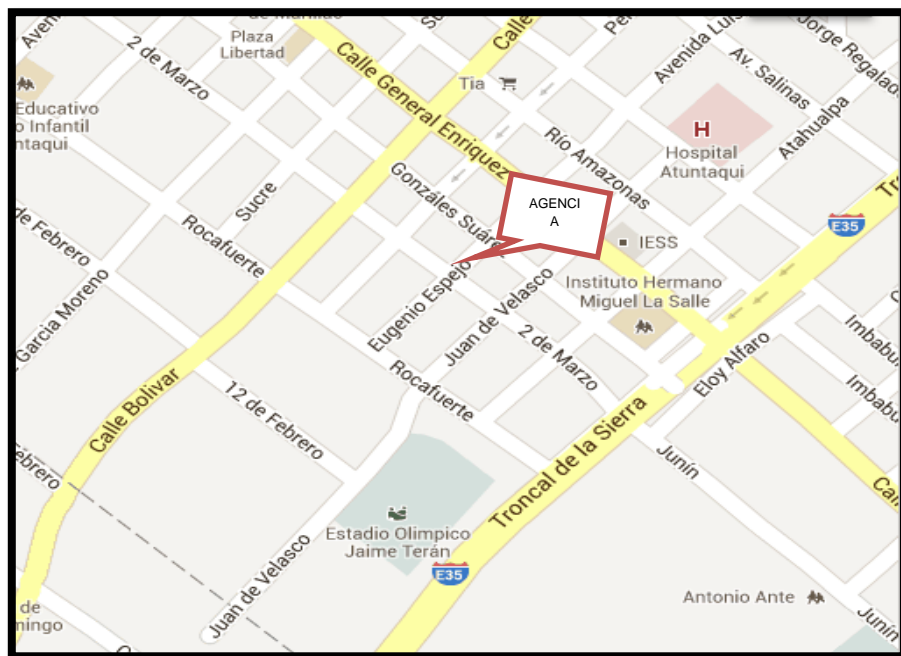
- **Zona comercial**

La agencia de empleos está ubicada muy cerca de la zona comercial, esto permitirá promocionar los servicios en forma eficiente.

- **Seguridad**

Para definir el lugar estratégico donde estará ubicada la agencia de empleos, se ha tenido muy en cuenta que exista una buena cobertura de seguridad, por lo tanto el lugar si cuenta con este servicio público.

ILUSTRACIÓN No.5 CRÓQUIS DE UBICACIÓN



Fuente: Municipio de Antonio Ante
Elaborado por: Las autoras

4.2. Tamaño del proyecto

Para el tamaño del proyecto se consideró importante analizar ciertos factores que permiten determinar cuál será su capacidad

4.2.1. Factores que definen el tamaño

- Existencia de mercado
 - Talento humano
 - Aspecto organizativo
 - Recursos financieros
-
- **Existencia de mercado:** El mercado al cual está dirigido el servicio de la agencia, son los profesionales y estudiantes universitarios de la localidad, existiendo por parte de ellos una alta predisposición por contratar los servicios, así lo demuestra la investigación de campo efectuada en el capítulo anterior.
 - **Talento humano:** La nueva agencia puede disponer con facilidad a nivel local y de las principales ciudades cercanas al proyecto, el talento humano cualificado y a costos moderados para el desarrollo del servicio de capacitación, los profesionales deberán tener un palmarés académico y experiencia para poder dictar los diferentes cursos. En relación a las labores administrativas serán cubiertas por las gestoras del proyecto
 - **Aspecto organizativo:** Desde el inicio la agencia contará con un manual de funciones específico para cada uno de los cargos. Así mismo se dará a conocer desde el principio la misión, visión, objetivos y políticas de la agencia para que de esta manera se genere una cultura organizacional favorable y positiva que estimule el buen funcionamiento de la agencia.

- **Recursos financieros:** El capital propio disponible para la iniciación del proyecto es mínimo, por lo cual la capacidad financiera estará atada de los financiamientos de entidades públicas o privadas como también de los aportes por parte de los socios que deseen invertir en el negocio.

4.3. Distribución de las instalaciones

A continuación se muestra la distribución de las instalaciones de la Agencia:

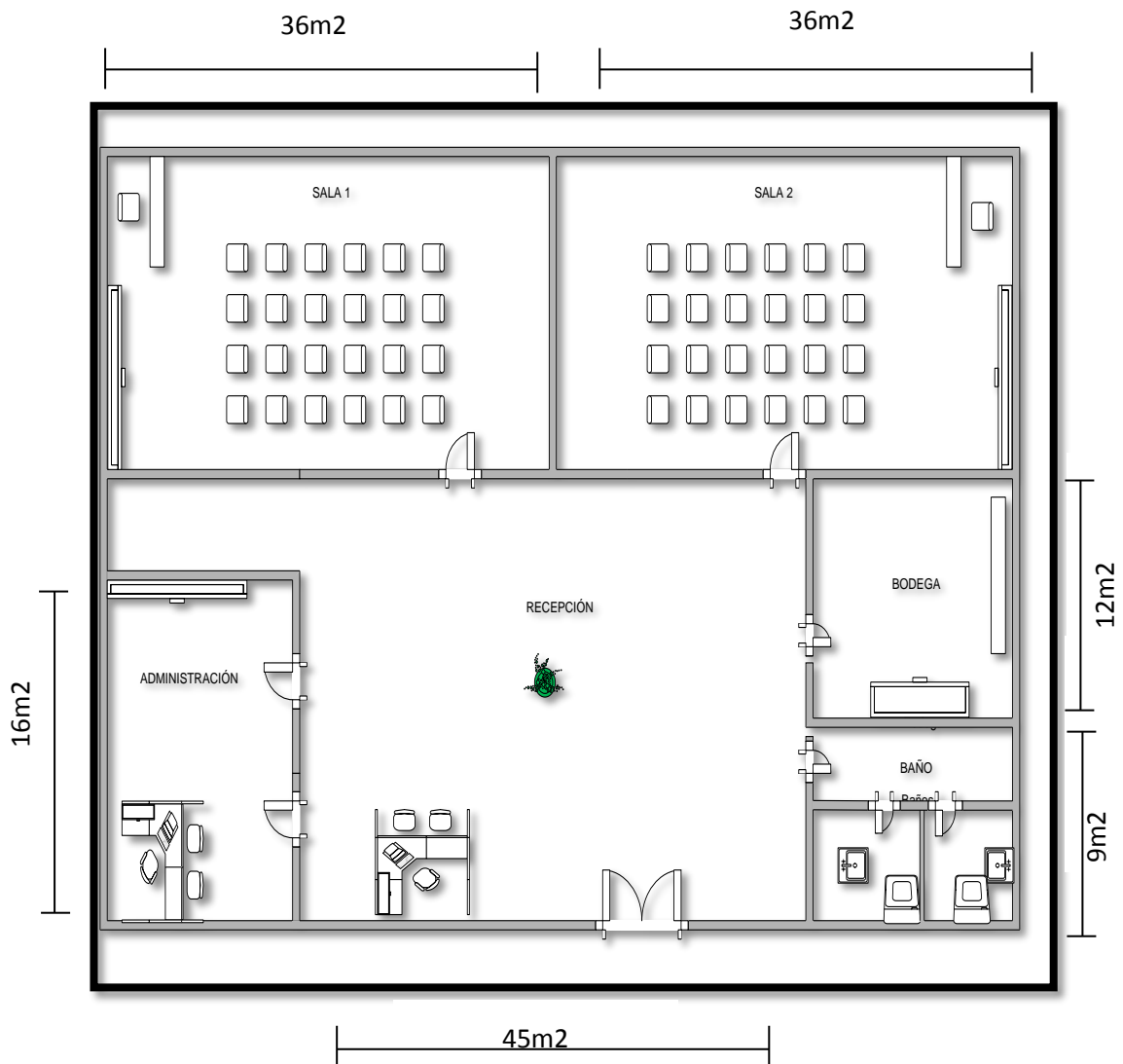
CUADRO No.24
DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

No.	ÁREA	m²
1	ADMINISTRACIÓN	16
2	RECEPCIÓN	45
3	SALA 1	36
4	SALA 2	36
5	BODEGA	12
6	BAÑOS	9
TOTAL		154

Elaborado por: Las autoras

4.3.1. Diseño de las instalaciones

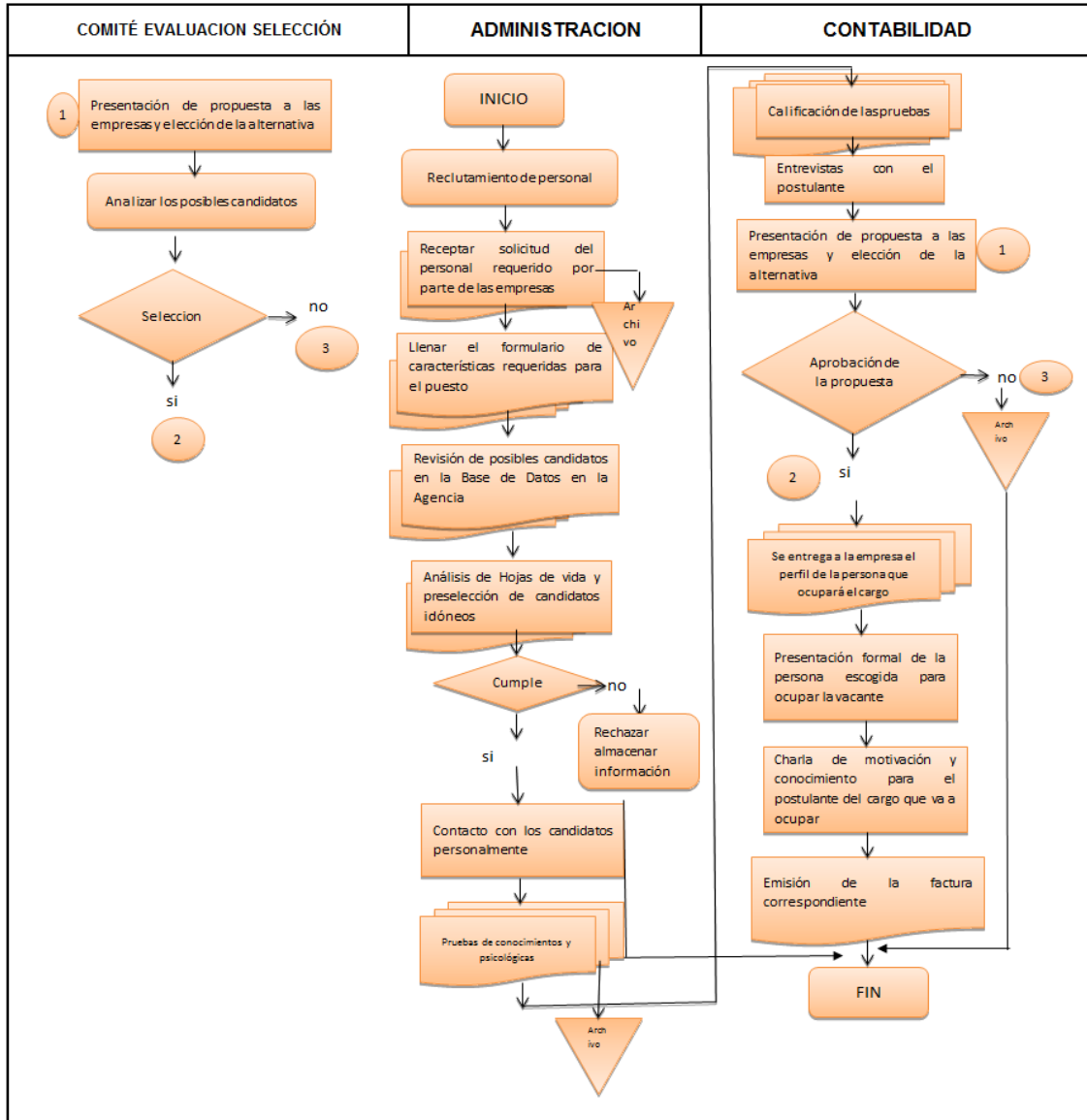
ILUSTRACIÓN No.6 DISEÑO DE LAS INSTALACIONES



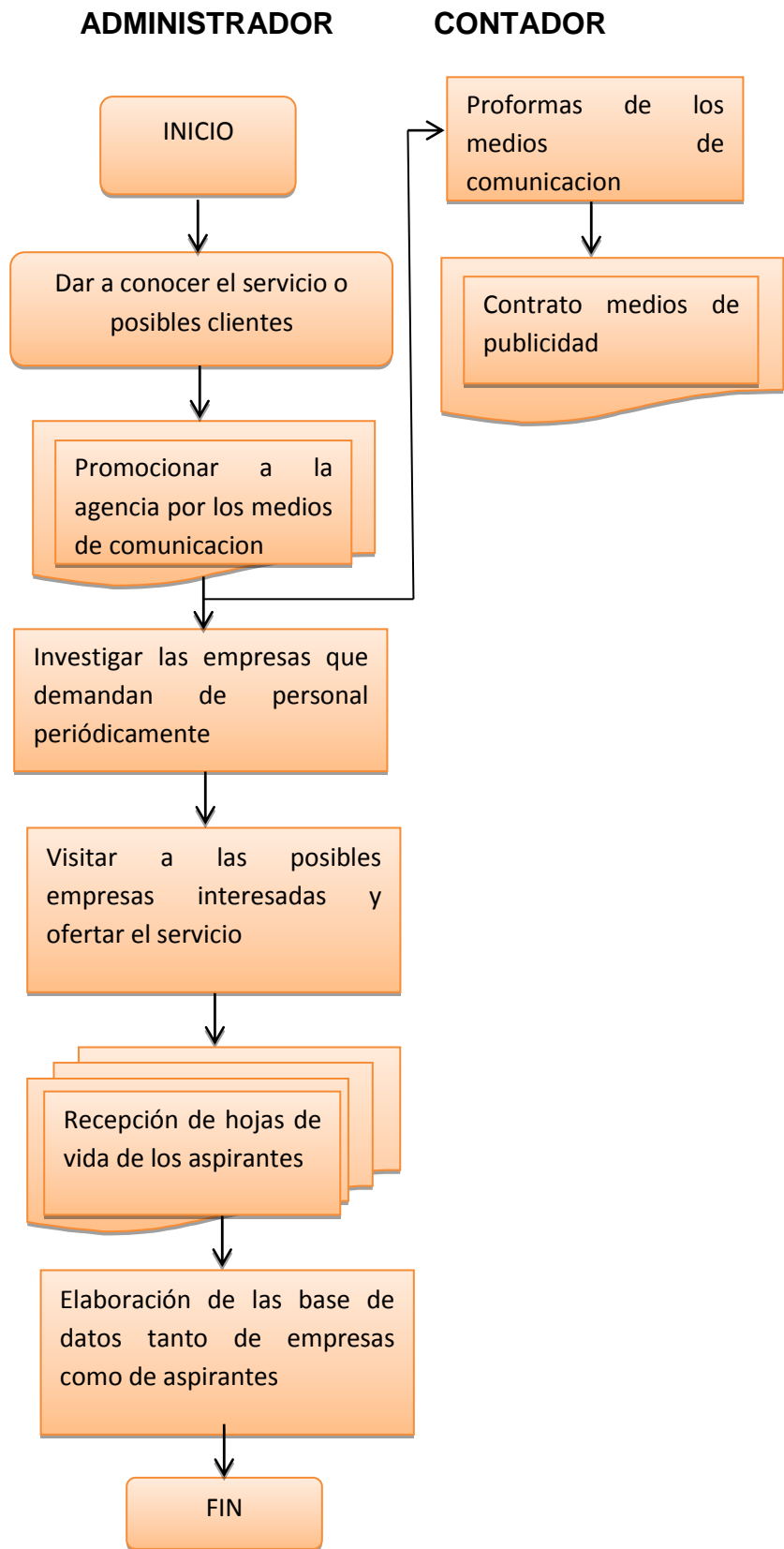
Elaborado por: Diseñador de interiores

4.4. Flujogramas

4.4.1. Flujoograma del servicio

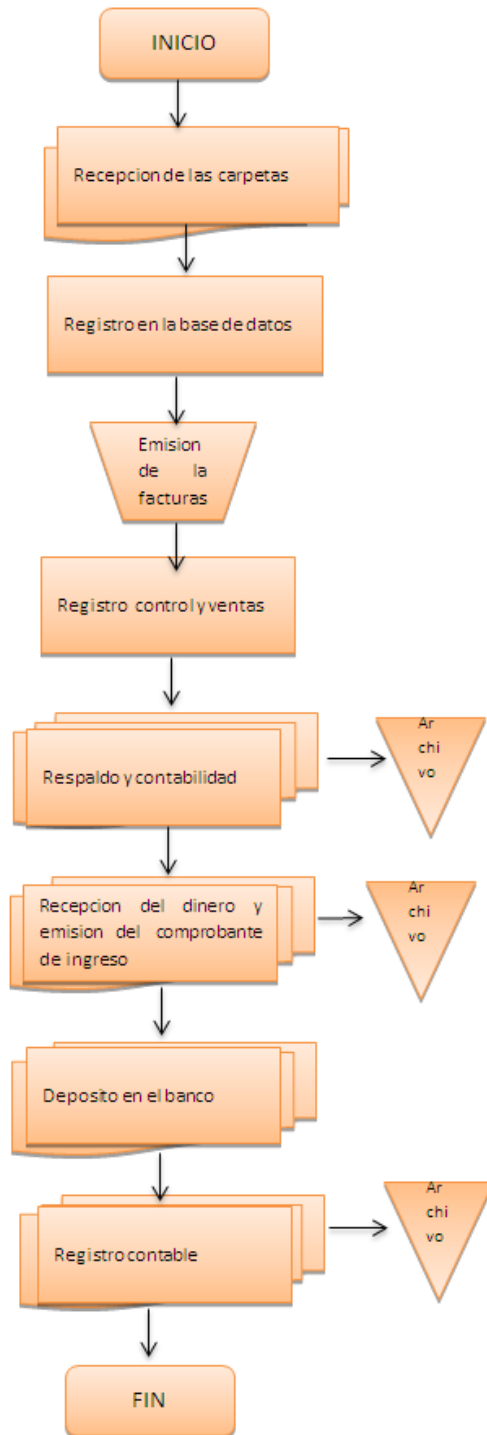


4.4.2. Flujoograma de determinación del mercado laboral



4.4.3. Flujograma de venta del servicio

CONTABILIDAD



4.5. Inversiones

Las inversiones del presente proyecto son: inversiones fijas y variables o capital de trabajo.

4.5.1. Inversiones fijas

Son las inversiones tangibles del proyecto

- **Equipo operativo**

En el equipo operativo se encuentra:

CUADRO No.25
EQUIPO OPERATIVO

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Proyector	2	850	1.700
Televisor	1	450	450
TOTAL			2.150

Fuente: PCBYTE
Elaborado por: Las autoras

- **Equipo de computación**

Es importante la adquisición del equipo de cómputo, para el apoyo de las actividades administrativas.

CUADRO No.26
EQUIPO DE COMPUTACIÓN

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Computador Fija	2	780	1560
Computador portátil	1	950	950
Impresora	1	150	150
TOTAL			2.660,00

Fuente: PCBYTE
Elaborado por: Las autoras

- **Equipo de oficina**

En el equipo de oficina se adquirirá teléfono y sumadora.

CUADRO No.27

EQUIPO DE OFICINA

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Teléfono	2	85	170
Sumadora	1	25	25
TOTAL			195

Fuente: ASTRA
Elaborado por: Las autoras

- **Muebles y enseres**

Se adquirirá mobiliario para las dependencias de la agencia.

CUADRO No.28

MUEBLES Y ENSERES

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Escritorios	2	140	280
Sillas de Visita	4	60	240
Sillas	6	30	180
Archivadores	2	70	140
Pupitres	50	45	2250
Pizarras de tinta líquida	2	180	360
Basureros	2	10	20
TOTAL			3.470,00

Fuente: MOBRAR
Elaborado por: Las autoras

4.5.2. Inversiones variables o capital de trabajo

El capital de trabajo corresponde al dinero que se necesita para cubrir las erogaciones corrientes, hasta que el proyecto genere ingresos representativos. Se encuentra presupuestado para un mes.

CUADRO No.29

CAPITAL DE TRABAJO

DESCRIPCIÓN	VALOR PARCIAL	VALOR TOTAL
COSTOS DE OPERACIÓN		
Pago por servicios profesionales	800,00	
Materiales	50,00	
Mantenimiento de equipo	15,00	
SUBTOTAL		865,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Sueldos	979,08	
Arriendo	600,00	
Servicios básicos	75,00	
Servicios de comunicación	55,00	
Útiles de oficina	11,82	
Mantenimiento computación	15,00	
SUBTOTAL		1.735,89
GASTOS DE VENTAS		
Publicidad	98,33	
SUBTOTAL		98,33
TOTAL		2.699,23
Imprevistos 2%		53,98
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		2.753,21

Elaborado por: Las autoras

4.5.3. Inversión total

Para iniciar las actividades se necesita un monto de 11.228,21 dólares.

CUADRO No.30

INVERSIÓN TOTAL

DESCRIPCIÓN	VALOR
Activos Fijos	8.475,00
Capital de Trabajo	2.753,21
TOTAL	11.228,21

Elaborado por: Las autoras

4.5.4. Financiamiento

El proyecto tendrá un financiamiento de 4.228,21 dólares de origen propio y 7.000 dólares a través de un préstamo.

CUADRO No.31

FINANCIAMIENTO

DESCRIPCIÓN	VALOR	%
Capital Propio	4.228,21	37,66
Capital Financiado	7.000,00	62,34
TOTAL	11.228,21	100,00

Elaborado por: Las autoras

4.5.5. Requerimiento de talento humano

El talento humano que laborara en la agencia es:

CUADRO No.32

REQUERIMIENTO DE TALENTO HUMANO

DESCRIPCIÓN	No.	SUELDO
Gerente	1	400
Contadora	1	340
Capacitadores	4	200
TOTAL	6	940

Elaborado por: Las autoras

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

Este capítulo tiene como finalidad establecer, los ingresos, egresos, estados financieros y la evaluación, para determinar si el proyecto es factible de ejecutarlo en las condiciones actuales del entorno.

5.1. Ingresos.

Los ingresos que la agencia percibirá, están representado por el servicio de capacitación, donde está incluida la intermediación para el empleo.

5.1.1. Proyección de Ingresos

Los ingresos se encuentran proyectados a 5 años, el número de clientes representan los servicios a brindarse los cuales se los estableció en base al estudio de mercado, el precio de servicio se lo fijó mediante un análisis de costos y gastos más un margen de utilidad, con un incremento anual del 2,70% que corresponde a la inflación del 2013.

CUADRO No.33
PROYECCIÓN DE INGRESOS

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
No. Clientes	584	613	644	676	710
Precio el servicio	65,00	66,76	68,56	70,41	72,31
Total de Ingresos	37.973,00	40.923,88	44.152,64	47.597,16	51.340,10

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Las autoras

5.2. Egresos

Son las erogaciones de la agencia para poder brindar un servicio de calidad, estos crecen en base a la inflación, excepto los sueldos los cuales se les se aplicó una tasa del 9,9% que representa la tendencia de crecimiento del sueldo básico de los últimos 5 años.

Los egresos anuales se presentan a continuación, los mensuales se encuentran en los anexos.

5.2.1. Costos Operativos.

Dentro de los costos operativos se encuentra el pago por los servicios a los facilitadores o capacitadores, materiales para la capacitación y mantenimiento equipo, se los consideró a estos rubros como operativos por estar relacionados directamente con la actividad de la agencia.

- **Pago de servicios profesionales.**

Para la capacitación se utilizará 4 profesionales, los cuales trabajaran en la agencia por la modalidad de servicios profesionales. El pago mensual por las horas de trabajo será 200 dólares cada uno.

CUADRO No.34
PAGO DE SERVICIOS PROFESIONALES

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Pago por servicios profesionales	9.600,00	10.550,40	11.594,89	12.742,78	14.004,32
TOTAL	9.600,00	10.550,40	11.594,89	12.742,78	14.004,32

Elaborado por: Las autoras

- **Materiales**

En los materiales se encuentran, los suministros necesarios para efectuar la capacitación como; marcadores de tinta líquida, borradores, cuadernos, apuntadores entre otros.

**CUADRO No.35
MATERIALES**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materiales	600,00	616,20	632,84	649,92	667,47
TOTAL	600,00	616,20	632,84	649,92	667,47

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Las autoras

- **Mantenimiento equipo**

Este rubro corresponde al dinero que se efectuará para realizar el mantenimiento del equipo operativo.

**CUADRO No.36
MANTENIMIENTO EQUIPO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento equipo operativo	180,00	184,86	189,85	194,98	200,24
TOTAL	180,00	184,86	189,85	194,98	200,24

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Las autoras

**CUADRO No.37
RESUMEN DE COSTOS OPERATIVOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Pago por servicios profesionales	9.600,00	10.550,40	11.594,89	12.742,78	14.004,32
Materiales	600,00	616,20	632,84	649,92	667,47
Mantenimiento de equipo	180,00	184,86	189,85	194,98	200,24
TOTAL	10.380,00	11.351,46	12.417,58	13.587,68	14.872,03

Elaborado por: Las autoras

5.2.2. Gastos Administrativos.

Los gastos administrativos están dados por los sueldos del personal administrativo, arriendo, servicios básicos, servicios de comunicación, suministros de oficina y mantenimiento computación, estos crecen en base a la inflación del 2,7% registrada en el año 2013, excepto los sueldos los cuales se aplicó para su proyección el índice de la tendencia de crecimiento del sueldo básico de los últimos cinco años que se ubica en el 9,9%.

**CUADRO No.38
PROYECCIÓN DEL SALARIO BÁSICO UNIFICADO**

No.	PERSONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Administrador	400,00	439,60	483,12	530,95	583,51
1	Contadora	340,00	373,66	410,65	451,31	495,99
	MENSUAL	740,00	813,26	893,77	982,26	1.079,50
	ANUAL	8.880,00	9.759,12	10.725,27	11.787,07	12.954,00

Elaboración: Las autoras

**CUADRO No.39
PROYECCIÓN DE SUELDOS ADMINISTRATIVOS**

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	8.880,00	9.759,12	10.725,27	11.787,07	12.954,00
Aporte Patronal	1.078,92	1.185,73	1.303,12	1.432,13	1.573,91
Vacaciones	370,00	406,63	446,89	491,13	539,75
Fondos de Reserva		813,26	893,77	982,26	1.079,50
Décimo Tercero	740,00	813,26	893,77	982,26	1.079,50
Décimo Cuarto	680,00	747,32	821,30	902,61	991,97
Total sueldos administrativos	11.748,92	13.725,32	15.084,13	16.577,46	18.218,63

Elaboración: Las autoras

- **Arriendo**

Para las actividades de la agencia se arrendará las oficinas.

**CUADRO No.40
ARRIENDO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Arriendo	7.200,00	7.394,40	7.594,05	7.799,09	8.009,66
TOTAL	7.200,00	7.394,40	7.594,05	7.799,09	8.009,66

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Las autoras

- **Servicios básicos**

Los servicios básicos son los gastos que generalmente se lo realiza por el consumo de energía y agua.

**CUADRO No.41
SERVICIOS BÁSICOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Luz	600,00	616,20	632,84	649,92	667,47
Agua	300,00	308,10	316,42	324,96	333,74
TOTAL	900,00	924,30	949,26	974,89	1.001,21

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Las autoras

- **Servicios de comunicación**

Representan las erogaciones por teléfono e internet.

**CUADRO No.42
SERVICIOS DE COMUNICACIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Teléfono	360,00	369,72	379,70	389,95	400,48
Internet	300,00	308,10	316,42	324,96	333,74
TOTAL	660,00	677,82	696,12	714,92	734,22

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Las autoras

- **Mantenimiento Computación**

Es el dinero destinado para mantener en correcto funcionamiento el equipo de computación.

**CUADRO No.43
MANTENIMIENTO COMPUTACIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento computación	180,00	184,86	189,85	194,98	200,24
TOTAL	180,00	184,86	189,85	194,98	200,24

Elaborado por: Las autoras

- **Suministros de Oficina.**

Son los suministros que se utiliza en la oficina.

**CUADRO No.44
SUMINISTROS DE OFICINA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Papel resma	35	35,95	36,92	37,91	38,94
Carpetas	3,6	3,70	3,80	3,90	4,00
Esferográfico	3	3,08	3,16	3,25	3,34
Tinta impresora	39	40,05	41,13	42,25	43,39
Cuaderno	10,5	10,78	11,07	11,37	11,68
Lápiz	13,2	13,56	13,92	14,30	14,68
Borrador	1,5	1,54	1,58	1,62	1,67
Libretines (facturas)	36	36,97	37,97	39,00	40,05
TOTAL	141,80	145,63	149,56	153,60	157,75

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Las autoras

**CUADRO No.45
RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos administrativos	11.748,92	13.725,32	15.084,13	16.577,46	18.218,63
Arriendo	7.200,00	7.394,40	7.594,05	7.799,09	8.009,66
Servicios básicos	900,00	924,30	949,26	974,89	1.001,21
Servicios de comunicación	660,00	677,82	696,12	714,92	734,22
Útiles de oficina	141,80	145,63	149,56	153,60	157,75
Mantenimiento computación	180,00	184,86	189,85	194,98	200,24
TOTAL	20.830,72	23.052,33	24.662,97	26.414,93	28.321,71

Elaborado por: Las autoras

5.2.3. Gastos de Ventas.

En esta parte se ha considerado como gastos de ventas a la publicidad que se efectuará para dar a conocer el servicio de la agencia, cuyo precio crece en base a la inflación.

- **Publicidad.**

**CUADRO No.46
PUBLICIDAD**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Radio	720,00	739,44	759,40	779,91	800,97
Hojas volantes	160,00	164,32	168,76	173,31	177,99
Página web	300,00	308,10	316,42	324,96	333,74
TOTAL	1.180,00	1.211,86	1.244,58	1.278,18	1.312,69

Elaboración: Las autoras

5.2.4. Financiamiento

El préstamo se lo efectuará en el Banco Nacional de Fomento de la ciudad de Ibarra, con las siguientes condiciones.

Datos:

Deuda: 7.000

Tasa: 12%

Tiempo: 5 años

Pagos: Mensuales

CUADRO No.47
TABLA DE AMORTIZACIÓN

MESES	CUOTA	INTERESES	AMORTIZACION	AMORTIZADO	SALDO
0					7000
1	155,71	\$ 70,00	\$ 85,71	\$ 85,71	\$ 6.914,29
2	155,71	\$ 69,14	\$ 86,57	\$ 172,28	\$ 6.827,72
3	155,71	\$ 68,28	\$ 87,43	\$ 259,71	\$ 6.740,29
4	155,71	\$ 67,40	\$ 88,31	\$ 348,02	\$ 6.651,98
5	155,71	\$ 66,52	\$ 89,19	\$ 437,21	\$ 6.562,79
6	155,71	\$ 65,63	\$ 90,08	\$ 527,30	\$ 6.472,70
7	155,71	\$ 64,73	\$ 90,98	\$ 618,28	\$ 6.381,72
8	155,71	\$ 63,82	\$ 91,89	\$ 710,17	\$ 6.289,83
9	155,71	\$ 62,90	\$ 92,81	\$ 802,99	\$ 6.197,01
10	155,71	\$ 61,97	\$ 93,74	\$ 896,73	\$ 6.103,27
11	155,71	\$ 61,03	\$ 94,68	\$ 991,41	\$ 6.008,59
12	155,71	\$ 60,09	\$ 95,63	\$ 1.087,03	\$ 5.912,97
13	155,71	\$ 59,13	\$ 96,58	\$ 1.183,61	\$ 5.816,39
14	155,71	\$ 58,16	\$ 97,55	\$ 1.281,16	\$ 5.718,84
15	155,71	\$ 57,19	\$ 98,52	\$ 1.379,68	\$ 5.620,32
16	155,71	\$ 56,20	\$ 99,51	\$ 1.479,19	\$ 5.520,81
17	155,71	\$ 55,21	\$ 100,50	\$ 1.579,69	\$ 5.420,31
18	155,71	\$ 54,20	\$ 101,51	\$ 1.681,20	\$ 5.318,80
19	155,71	\$ 53,19	\$ 102,52	\$ 1.783,73	\$ 5.216,27
20	155,71	\$ 52,16	\$ 103,55	\$ 1.887,27	\$ 5.112,73
21	155,71	\$ 51,13	\$ 104,58	\$ 1.991,86	\$ 5.008,14
22	155,71	\$ 50,08	\$ 105,63	\$ 2.097,49	\$ 4.902,51
23	155,71	\$ 49,03	\$ 106,69	\$ 2.204,17	\$ 4.795,83
24	155,71	\$ 47,96	\$ 107,75	\$ 2.311,93	\$ 4.688,07
25	155,71	\$ 46,88	\$ 108,83	\$ 2.420,76	\$ 4.579,24
26	155,71	\$ 45,79	\$ 109,92	\$ 2.530,68	\$ 4.469,32
27	155,71	\$ 44,69	\$ 111,02	\$ 2.641,69	\$ 4.358,31
28	155,71	\$ 43,58	\$ 112,13	\$ 2.753,82	\$ 4.246,18
29	155,71	\$ 42,46	\$ 113,25	\$ 2.867,07	\$ 4.132,93
30	155,71	\$ 41,33	\$ 114,38	\$ 2.981,45	\$ 4.018,55
31	155,71	\$ 40,19	\$ 115,53	\$ 3.096,98	\$ 3.903,02
32	155,71	\$ 39,03	\$ 116,68	\$ 3.213,66	\$ 3.786,34
33	155,71	\$ 37,86	\$ 117,85	\$ 3.331,51	\$ 3.668,49
34	155,71	\$ 36,68	\$ 119,03	\$ 3.450,53	\$ 3.549,47
35	155,71	\$ 35,49	\$ 120,22	\$ 3.570,75	\$ 3.429,25
36	155,71	\$ 34,29	\$ 121,42	\$ 3.692,17	\$ 3.307,83

37	155,71	\$ 33,08	\$ 122,63	\$ 3.814,80	\$ 3.185,20
38	155,71	\$ 31,85	\$ 123,86	\$ 3.938,66	\$ 3.061,34
39	155,71	\$ 30,61	\$ 125,10	\$ 4.063,76	\$ 2.936,24
40	155,71	\$ 29,36	\$ 126,35	\$ 4.190,11	\$ 2.809,89
41	155,71	\$ 28,10	\$ 127,61	\$ 4.317,72	\$ 2.682,28
42	155,71	\$ 26,82	\$ 128,89	\$ 4.446,61	\$ 2.553,39
43	155,71	\$ 25,53	\$ 130,18	\$ 4.576,78	\$ 2.423,22
44	155,71	\$ 24,23	\$ 131,48	\$ 4.708,26	\$ 2.291,74
45	155,71	\$ 22,92	\$ 132,79	\$ 4.841,06	\$ 2.158,94
46	155,71	\$ 21,59	\$ 134,12	\$ 4.975,18	\$ 2.024,82
47	155,71	\$ 20,25	\$ 135,46	\$ 5.110,64	\$ 1.889,36
48	155,71	\$ 18,89	\$ 136,82	\$ 5.247,46	\$ 1.752,54
49	155,71	\$ 17,53	\$ 138,19	\$ 5.385,64	\$ 1.614,36
50	155,71	\$ 16,14	\$ 139,57	\$ 5.525,21	\$ 1.474,79
51	155,71	\$ 14,75	\$ 140,96	\$ 5.666,18	\$ 1.333,82
52	155,71	\$ 13,34	\$ 142,37	\$ 5.808,55	\$ 1.191,45
53	155,71	\$ 11,91	\$ 143,80	\$ 5.952,35	\$ 1.047,65
54	155,71	\$ 10,48	\$ 145,23	\$ 6.097,58	\$ 902,42
55	155,71	\$ 9,02	\$ 146,69	\$ 6.244,27	\$ 755,73
56	155,71	\$ 7,56	\$ 148,15	\$ 6.392,42	\$ 607,58
57	155,71	\$ 6,08	\$ 149,64	\$ 6.542,06	\$ 457,94
58	155,71	\$ 4,58	\$ 151,13	\$ 6.693,19	\$ 306,81
59	155,71	\$ 3,07	\$ 152,64	\$ 6.845,83	\$ 154,17
60	155,71	\$ 1,54	\$ 154,17	\$ 7.000,00	\$ 0,00

Elaborado por: Las autoras

5.2.5. Gastos Financieros.

Son los intereses que la agencia está en la obligación de cancelar en las fechas previstas.

**CUADRO No. 48
GASTOS FINANCIEROS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Intereses	781,50	643,64	488,29	313,24	115,99

Elaborado por: Las autoras

5.2.6. Depreciación

En el transcurso del tiempo los activos fijos van perdiendo su valor, es por ello que se realiza la depreciación de cada uno de ellos.

**CUADRO No. 49
DEPRECIACIÓN**

ACTIVO FIJO DEPRECIABLE	AÑO 0	% POR LEY	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Equipo operativo	2.150,00	10%	215,00	215,00	215,00	215,00	215,00
Muebles y Enseres	3.470,00	10%	347,00	347,00	347,00	347,00	347,00
Equipo de Cómputo	2.660,00	33%	886,67	886,67	886,67		
Renovación Equipo de Cómputo	2731,82	33%				910,61	910,61
Equipo de Oficina	195,00	10%	19,50	19,50	19,50	19,50	19,50
TOTAL	11.206,82		1.468,17	1.468,17	1.468,17	1.492,11	1.492,11

Elaborado por: Las autoras

5.2.7. Gastos de estudios y constitución

**CUADRO No.50
GASTOS DE ESTUDIOS Y CONSTITUCIÓN**

DETALLE	TOTAL
Estudio de factibilidad	1.300
Trámites de constitución	270
Diseño y readecuación del lugar	500
TOTAL	2.070

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Las autoras

5.2.8. Resumen de Egresos

**CUADRO No.51
RESUMEN DE EGRESOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos de operación	10.380,00	11.351,46	12.417,58	13.587,68	14.872,03
Gastos administrativos	20.830,72	23.052,33	24.662,97	26.414,93	28.321,71
Gastos de ventas	1.180,00	1.211,86	1.244,58	1.278,18	1.312,69
Gasto depreciación	1.468,17	1.468,17	1.468,17	1.492,11	1.492,11
Gastos financieros	781,50	643,64	488,29	313,24	115,99
Gastos de amortización	2.070,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL	36.710,39	37.727,46	40.281,58	43.086,14	46.114,53

Elaborado por: Las autoras

5.3. Estados Proforma.

Están representados por el estado de situación financiera, de resultados y flujo de caja, los cuales ayudan para efectuar la respectiva evaluación financiera.

5.3.1. Estado de situación financiera

Este balance de situación financiera muestra la posición financiera en lo que se refiere a los activos y pasivos.

**CUADRO No. 52
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL**

ACTIVO		PASIVO	
ACTIVOS CORRIENTE	2.753,21	PASIVOS LARGO PLAZO	7.000,00
Bancos	2.753,21	Préstamo por pagar	7.000,00
PLANTA PROPIEDAD Y EQUIPO	8.475,00	CAPITAL	4.228,21
Equipo operativo	2.150,00	Inversión propia	4.228,21
Equipo de computación	2.660,00		
Equipo de oficina	195,00		
Muebles y enseres	3.470,00		
TOTAL ACTIVOS	11.228,21	TOTAL PASIVOS Y CAPITAL	11.228,21

Elaborado por: Las autoras

5.3.2. Estado de Resultados

En este balance se presenta la posición económica de la agencia, reflejada en la pérdida o utilidad del ejercicio.

**CUADRO No.53
ESTADO DE RESULTADOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos Proyectados	37.973,0 0	40.923,8 8	44.152,6 4	47.597,1 6	51.340,10
Costos Operativos	10.380,0 0	11.351,4 6	12.417,5 8	13.587,6 8	14.872,03
Utilidad Bruta	27.593,0 0	29.572,4 2	31.735,0 6	34.009,4 8	36.468,07
Gastos Administrativos	20.830,7 2	23.052,3 3	24.662,9 7	26.414,9 3	28.321,71
Gastos de Ventas	1.180,00	1.211,86	1.244,58	1.278,18	1.312,69
Depreciación	1.468,17	1.468,17	1.468,17	1.492,11	1.492,11
Gastos Financieros Intereses	781,50	643,64	488,29	313,24	115,99
Gastos de Estudios y Constitución	2.070,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Utilidad Operativa	1.262,61	3.196,42	3.871,06	4.511,02	5.225,57
(-15%) Part. Trabajadores	189,39	479,46	580,66	676,65	783,84
(=) Utilidad o Pérdida antes de Impuestos	1.073,22	2.716,96	3.290,40	3.834,36	4.441,73
Impuesto a la renta	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Utilidad Neta Proyectada	1.073,22	2.716,96	3.290,40	3.834,36	4.441,73

Elaborado por: Las autoras

5.3.3. Flujo de Caja

En el flujo de caja se puede apreciar la dinámica del efectivo en relación a las entradas y salidas de dinero de la agencia.

**CUADRO No.54
FLUJO DE CAJA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Inversión inicial	11.228,21	-				
Utilidad operacional		1.262,61	3.196,42	3.871,06	4.511,02	5.225,57
(+)Depreciación		1.468,17	1.468,17	1.468,17	1.492,11	1.492,11
(-)Reinversión					2.731,82	
(-)Part. Trabajadores		189,39	479,46	580,66	676,65	783,84
(+)Recuperación de inversión						3.818,11
(=) FLUJO DE CAJA NETO PROYECTADO	11.228,21	2.541,39	4.185,13	4.758,56	2.594,65	9.751,95

Elaborado por: Las autoras

5.4. Evaluación de la Inversión

Para determinar la factibilidad del proyecto, se aplicó evaluadores financieros que toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo.

5.4.1. Costo de Oportunidad

En el costo de oportunidad se estableció tanto la tasa pasiva para el capital propio y la tasa activa para el capital financiado, según información recopilada del Banco Central se encuentra al 4,70% y la tasa activa del 12%.

**CUADRO No.55
COSTO DE OPORTUNIDAD**

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Capital Propio	4.228,21	37,66	4,70	176,99
Capital Financiado	7.000,00	62,34	12,00	748,12
TOTAL	11.228,21	100,00	16,70	925,10

Elaborado por: Las autoras

ck=9,25%

5.4.2. Tasa de Rendimiento Medio

DATOS:

ck=9,25%

If (inflación)=2,70%

$$TRM = ((1+ck) (1+if))^{-1}$$

TRM= 0,1220

TRM= 12,20%

5.4.3. Valor Actual Neto

Está representado por los flujos que se genera durante la vida útil del proyecto, dependiendo su resultado mayor a cero se podrá decir que es una inversión favorable.

**CUADRO No.56
VALOR ACTUAL NETO**

AÑO	INVERSIÓN INICIAL	ENTRADAS DE EFECTIVO	FACTOR DE DESCUENTO 12,20%	ENTRADAS ACTUALES
0	-11.228,21			-11.228,21
1		2.541,39	0,8913	2.265,05
2		4.185,13	0,7944	3.324,47
3		4.758,56	0,7080	3.368,97
4		2.594,65	0,6310	1.637,22
5		9.751,95	0,5624	5.484,37
VAN				4.851,88

Elaborado por: Las autoras

$$VAN = -II + \frac{FNE}{(1+r)^1} + \frac{FNE}{(1+r)^2} + \frac{FNE}{(1+r)^3} \cdots + \frac{FNE}{(1+r)^n}$$

El valor actual neto mide la rentabilidad del proyecto en valores absolutos, para este caso el VAN es de 4.851,88 dólares lo que indica que el proyecto es factible, en las condiciones analizadas.

5.4.4. Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno es la rentabilidad que devuelve una inversión en un periodo de tiempo.

**CUADRO No.57
TASA INTERNA DE RETORNO**

AÑO	ENTRADAS EN EFECTIVO	FACTOR 12,20%	ENTRADAS ACTUALIZADAS	FACTOR 26%	ENTRADAS ACTUALIZADAS
0	-11.228,21		-11.228,21		-11.228,21
1	2.541,39	0,8913	2265,05	0,7937	2.016,97
2	4.185,13	0,7944	3324,47	0,6299	2.636,13
3	4.758,56	0,7080	3368,97	0,4999	2.378,83
4	2.594,65	0,6310	1637,22	0,3968	1.029,43
5	9.751,95	0,5624	5484,37	0,3149	3.070,71
VAN			4.851,88		-96,13

Fuente: Flujo de caja
Elaborado por: Las autoras

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VANTi}{VANTi - VANTs}$$

$$TIR = 12,20 + (26 - 12,20) \frac{4.851,88}{4.851,88 - (-96,13)}$$

$$TIR = 25,65\%$$

Aplicando este evaluador financiero el proyecto es factible, ya que se obtendrá un rentabilidad del 25,65% sobre la inversión, superando a la tasa del rendimiento medio la cual indica un proyecto factible.

5.4.5. Recuperación de la Inversión

**CUADRO No.58
RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN**

AÑOS	CAPITAL	FLUJO NETO DEFLACTADO	RECUP. CAPITAL	TIEMPO DE RECUPERACIÓN
1	11.228,21	2.265,05	2.265,05	1 Año
2		3.324,47	3.324,47	2 Años
3		3.368,97	3.368,97	3 Años
4		1.637,22	1.637,22	4 Años
5		5.484,4	632,49	1 Mes

Elaborado por: Las autoras

Con el análisis del PRI se determina que la inversión se la recupera en 4 años, con 1 mes.

5.4.6. Costo Beneficio.

**CUADRO No.59
COSTO BENEFICIO**

AÑO	FNE	FACTOR 12,20%	FNEA
1	2.541,39	0,8913	2.265,05
2	4.185,13	0,7944	3.324,47
3	4.758,56	0,7080	3.368,97
4	2.594,65	0,6310	1.637,22
5	9.751,95	0,5624	5.484,37
	Suman		16.080,09

Fuente: Flujo de caja

Elaborado por: Las autoras

$$C/B = \frac{\sum FNEACTUALIZADOS}{INVERSIÓN}$$

$$C/B = \frac{16.080,09}{11.228,21}$$

$$C/B = 1,43$$

Este análisis del beneficio costo, se obtiene que por cada dólar invertido en el proyecto, generara 0,43 dólares adicionales.

5.4.7. Sensibilidad del proyecto

Para la sensibilidad del proyecto se utilizó la variable ventas.

Cuando las ventas disminuyen en un 3% el proyecto sigue siendo factible, ya que se obtiene un TIR de 14,67% cuyo resultado es superior a la tasa de rendimiento medio en 2,47%

Por otro lado, cuando las ventas disminuyen en un 4% el proyecto ya no es factible, ya que se obtiene un TIR de 10,84% cuyo resultado es menor a la tasa de rendimiento medio en 1,36%

Además, para la sensibilidad se utilizó también la variable precio

Cuando el precio disminuye a 63 dólares por servicio, el proyecto sigue siendo factible, ya que se obtiene un TIR de 14,35% cuyo resultado es superior a la tasa de rendimiento medio en 2,16%

Por otro lado, cuando el precio disminuye a 62 dólares por servicio, el proyecto ya no es factible, ya que se obtiene un TIR de 8,41%, cuyo resultado es menor a la tasa de rendimiento medio en 3,79%

5.4.8. Punto de equilibrio

En punto de equilibrio establece el nivel ingresos que se necesita obtener para cubrir los egresos, y poder mantener equilibrio operativo.

La fórmula aplicada es la siguiente:

$$PE\$ = \frac{\text{Costo fijo}}{1 - \frac{\text{Costo variable}}{\text{Ventas}}}$$

Dónde:

Costos fijos = 26.330,39

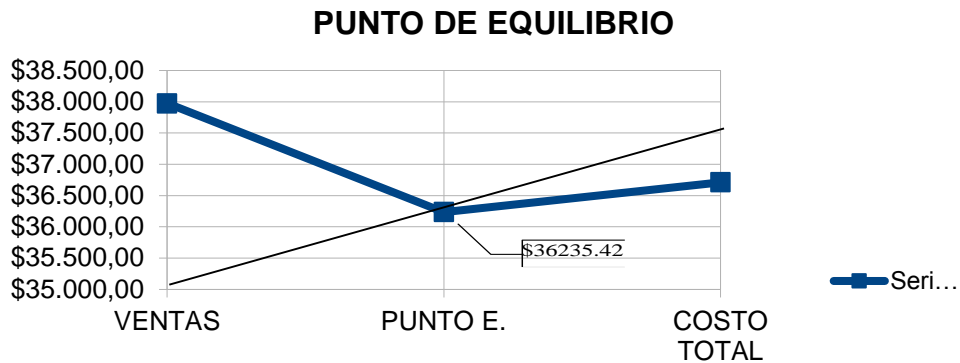
Costos variables = 10.380

Ventas = 37.973

$$PE\$ = \frac{26.330,39}{1 - \frac{10.380}{37.973}}$$

PE\$ = 36.235,42 dólares

GRÁFICO No.15



Se necesita obtener ingresos de 36.235,42 para estar en equilibrio operativo.

La fórmula aplicada para obtener el punto de equilibrio en cantidad es la siguiente:

$$PEU = \frac{\text{Costos Fijos}}{PVu - CVu}$$

Dónde:

Costos fijos = 26.330,39

Precio de venta unitario = 65

Costos variable unitario= 17,77

$$PEP = \frac{26.330,39}{65 - 17,77}$$

PEU = 557 servicios

Se necesita obtener vender 557 servicios para estar en equilibrio operativo.

5.4.9. Resumen de la Evaluación Financiera

**CUADRO No.60
RESUMEN DE EVALUACIÓN FINANCIERA**

EVALUADOR	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR	RESULTADO
TRM =		12,20%	
VAN =	VAN > 0	4.851,88	Aceptable
TIR % =	TIR > TRM	25,65%	Aceptable
PRI=		4,1	Años bueno
B/C =	R B/C > 1	1,43	Aceptable

Elaborado por: Las autoras

En conclusión, analizado todos los puntos del capítulo, se determina que el proyecto tiene un alto grado de factibilidad en las condiciones estudiadas, para su ejecución es necesario realizar ajustes de presupuesto, ya que los escenarios son cambiantes.

6. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

6.1. Presentación

Este capítulo describe los aspectos importantes relacionados con la parte organizacional de la empresa; además establece lineamientos y procedimientos que sus colaboradores están en la responsabilidad de cumplir.

6.2. Nombre o razón social

AGENCIA DE EMPLEO Y CAPACITACIÓN ATUNTAQUJ

6.2.1. Logotipo

ILUSTRACIÓN No.7 LOGOTIPO



AGENCIA DE EMPLEOS Y CAPACITACIÓN ATUNTAQUJ

6.2.2. Misión

La misión de la agencia de empleo y capacitación laboral es instruir a estudiantes y profesionales con la finalidad de crear una inserción laboral con las empresas.

6.2.3. Visión

En los próximos años ser una agencia de empleos y capacitación laboral que garantice una formación integral y de calidad con nuevas oportunidades para el campo laboral.

6.2.4. Objetivos de la agencia

- La agencia de empleo y capacitación laboral brindará a la sociedad herramientas necesarias para que puedan cumplir con las perspectivas laborales de las empresas
- Este lugar servirá como apoyo a estudiantes y profesionales para mejorar las oportunidades de conseguir un trabajo
- El centro de capacitación estará a cargo de docentes profesionales que estén calificados como capacitadores los mismos estarán dispuestos con disponibilidad y predisposición a las inquietudes de los alumnos.
- Ayudar a mejorar las estrategias de capacitación y formación laboral
- Brindar capacitación a la ciudadanía para potenciar y enriquecer sus conocimientos en las diferentes carreras
- Proporcionar las herramientas necesarias para tener un óptimo desempeño en la capacitación

6.2.5. Políticas de la agencia

- Brindar trato justo y esmerado a todos los estudiantes y profesionales que acudan a requerir el servicio
- La calidad del trabajo que se brinde deberá estar enfocado a la satisfacción del cliente
- El personal que labore en la agencia de empleo y capacitación laboral debe mantener un comportamiento ético.
- Impulsar el desarrollo de la capacitación personal a través de la formación.
- Mantener una sesión constante para tratar sobre planes, programas que se deben aplicar
- Se tomara en cuenta la puntualidad tanto de estudiantes como de los capacitadores

6.2.6. Estrategias de la Agencia de Empleos

- Elaborar Planes Estratégico con las principales autoridades de la agencia
- Gestionar nuevos procesos donde los estudiantes y profesionales puedan participar activamente
- Atender a la diversidad de inquietudes de los estudiantes
- Desarrollar trabajos en equipo con método y de forma coordinada.

- Potenciar las actividades complementarias como refuerzo para la formación de los profesionales

6.3. Principios y valores

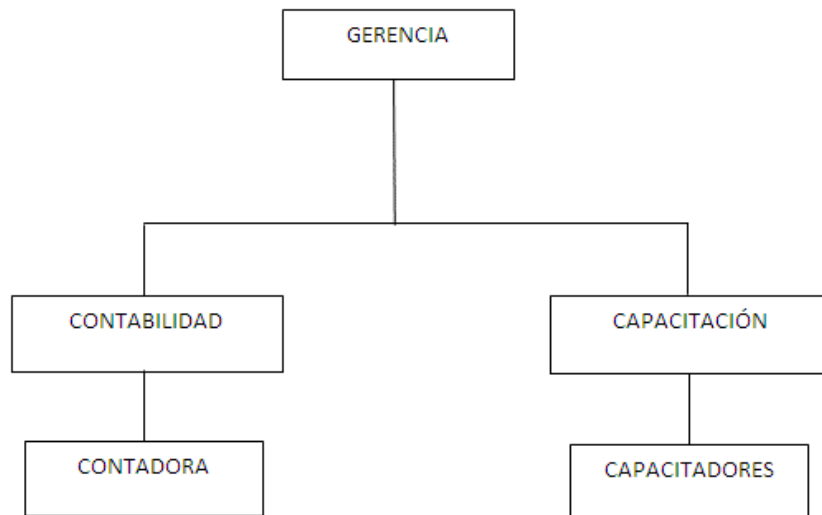
6.3.1. Principios

- **Compromiso social:** El compromiso depende de mucha responsabilidad porque está encaminado a mejorar el profesionalismo de las personas que acudan a requerir el servicio
- **Democracia:** Consiste en la igualdad de oportunidades de trabajo para jóvenes y adultos
- **Pluralismo:** Promueve el respeto a las diferencias formas de pensar es decir en la políticas, culturales y económicas de cada individuo
- **Aprendizaje:** La agencia de empleo y capacitación instruirá a estudiantes y profesionales con conocimiento amplios que estén relacionados con lo científico, tecnológico y cultural.
- **Humanismo:** Contribuye a la construcción y conservación de valores humanos y al respecto de los derechos.

6.3.2. Valores

- **Honestidad:** Demostrarse transparente consigo mismo y con sus compañeros.
- **Respeto:** El respeto influye a crear un ambiente cómodo de trabajo y poder sobrellevar cualquier problema que se presente.
- **Justicia:** Consiste en facilitar las condiciones para vivir en libertad y en igualdad sin generar conflictos.
- **Responsabilidad:** Es la consciencia que se demuestra ante todo lo que se realice ya sea bueno o malo.
- **Laboriosidad:** Es el esfuerzo que se aplica para alcanzar los objetivos juntos con sus compañeros de trabajo.
- **Perseverancia.-** Es la fuerza interior de cada persona que permite realizar de manera correcta sus actividades.
- **Paz:** Mantener una sana convivencia la misma permitirá el crecimiento tanto personal como empresarial
- **Tolerancia:** Mantiene la convivencia entre compañeros de trabajo sobrellevando cualquier problema
- **Libertad:** Consiste en la toma de decisiones por sí mismo y poder cumplirlas sin interrupciones.
- **Lealtad:** Tiene que ver con el sentimiento de fidelidad y respeto para llevar a cabo acciones que ayuden a la empresa.
- **Solidaridad:** Se manifiesta cuando los miembros de la empresa presentan problemas familiares donde necesitan de la solidaridad de todos.

6.4. Estructura Orgánica



6.5. Descripción de funciones

6.5.1. Gerente

CUADRO No.61 FUNCIONES GERENTE

AGENCIA DE EMPLEOS Y CAPACITACION LABORAL ATUNTAQUI		
PUESTO: GERENTE		
DESCRIPCION DEL PUESTO	FUNCIONES	
<p>Es responsable por la planificación, dirección, evaluación y control de los sistemas y procesos administrativos y de recursos humanos, alineándolos operativamente hacia el logro de los objetivos de la empresa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Planificar, y controlar las actividades de los departamentos de la agencia - Plantear y definir políticas, normas y procedimientos encaminados a mejorar la gestión de la empresa - Convocar y dirigir reuniones con el personal de capacitación administrativa para coordinar la ejecución de las diferentes acciones previstas - Diseñar y controlar el cumplimiento del plan de Capacitación, asegurándose que involucre a todo el personal. - Dirigir el proceso de selección de personal, de acuerdo a las necesidades del centro de capacitación. - Supervisar la gestión de la coordinación académica. - Controlar que los capacitadores cumplan con el horario establecido de trabajo 	
	REQUISITOS	
	<ul style="list-style-type: none"> - Título: Ing. Administración de empresas - Experiencia: 2 años de experiencia - Características personales: liderazgo, compromiso de trabajo bajo presión, buen manejo de relaciones humanas, etc. 	
ELABORADO	REVISADO	AUTORIZADO

Elaborado por: Las autoras

6.5.2. Contador

CUADRO No.62
FUNCIONES CONTADOR

AGENCIA DE EMPLEOS Y CAPACITACION LABORAL ATUNTAQUI		
PUESTO: CONTADOR		
DESCRIPCION DEL PUESTO	FUNCIONES	
Responsable por ejercer funciones de secretariado, y contabilidad.	<ul style="list-style-type: none"> • Asistir y apoyar administrativamente la gestión ejecutiva. Gestionar y coordinar el apoyo logístico de las actividades y reuniones. • Preparar agenda diaria e informar sobre reuniones o eventos que deberá asistir. • Mantener un seguimiento y control de los documentos que ingresan y genera el departamento. • Recibir, clasificar y distribuir correspondencia, carpetas, informes. Solicitar, mantener y custodiar los materiales de oficina. • Llevar registro y control del manejo de fondos de caja chica. • Recibir, registrar y realizar llamadas telefónicas, envío de fax. • Colaborar con los departamentos cuando solicitan información del área. • Cumplir y hacer cumplir las políticas, reglamentos y demás disposiciones normativas establecidas en la empresa. • Receptar carpetas de los clientes e inscribir para las capacitaciones. • Estructurar estados financieros y realizar declaraciones tributarias • Realizar los pagos de sueldos a los colaboradores de la organización. 	
	REQUISITOS	
	<ul style="list-style-type: none"> • Título:Ing. Contabilidad • Experiencia: 2 años de experiencia <p>Características personales: Capacidad para atender al público en general, facilidad para establecer relaciones interpersonales, análisis crítico</p>	
ELABORADO	REVISADO	AUTORIZADO

Elaborado por: Las autoras

6.5.3. Capacitador

CUADRO No.63

FUNCIONES CAPACITADOR

AGENCIA DE EMPLEOS Y CAPACITACION LABORAL ATUNTAQUI	
PUESTO: CAPACITADOR	
DESCRIPCION DEL PUESTO	FUNCIONES
<p>Encargado de guiar a los participantes en las capacitaciones según el tema seleccionado con los conocimientos necesarios y de la manera apropiada para llenar todas las inquietudes de nuestros clientes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Supervisar y llevar a cabo las actividades de asignadas. • Programar diferentes tareas para realizar durante el curso. • Seleccionar temas adecuados según el cargo de la empresa. • Preparar con anticipación sus clases para así llegar a los participantes del curso • Realizar informes sobre los participantes que asistente a los cursos. • Prestar sus servicios ágiles e idóneamente con una identificación plena de los objetivos que persigue este centro. • Recopilar información sobre los temas que se van a tratar en los cursos. • Elaborar guías de trabajo para proporcionar a los participantes. • Cumplir y sujetarse a las normas, procedimientos, reglamentos horarios, turnos y demás disposiciones vigentes en el sitio de trabajo. • Solicitar los elementos necesarios para realizar en forma eficiente cada una de las funciones asignadas.
	REQUISITOS
	<ul style="list-style-type: none"> • Título: Profesionales como Ingenieros Comerciales, Marketing, Ingenieros en Contaduría pública y auditoría, carreras afines, producción, entre otras. • Edad: 30 años en adelante • Características personales: Poseer muy buenas relaciones humanas, capacidad para llegar a los participantes, Facilidad para establecer relaciones interpersonales.
ELABORADO	REVISADO
	AUTORIZADO

Elaborado por: Las autoras

6.6. Requisitos de funcionamiento

6.6.1. Constitución de la microempresa

La agencia de empleos y capacitación laboral será unipersonal

6.6.2. Requisitos para obtener el RUC

- Copia y original de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del representante legal.
- Nombramiento del representante legal.
- Copia de un documento que certifique la dirección del establecimiento. Donde se desarrollará la actividad comercial.
- Copia del estatuto con la certificación correspondiente.

6.6.3. Requisitos para la consecución de la patente municipal.

- Original y copia de la escritura de constitución de la compañía.
- Original y copia de la resolución de la Superintendencia de Compañías.
- Copias de la cédula de ciudadanía del representante legal.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS DEL PROYECTO

Es indispensable desarrollar el análisis a los principales impactos que se presenta en la creación de una agencia de empleos y capacitación.

Para valorar a cada uno de los indicadores se aplica la matriz de impactos que permite conocer el nivel de impactos que presenta cada uno con la finalidad de determinar los efectos tanto positivos como negativos.

CUADRO No.64
MATRIZ DE VALORACIÓN DE IMPACTOS

POSITIVO	NIVEL
1	Bajo
2	Medio
3	Alto
NEGATIVO	NIVEL
-1	Bajo
-2	Medio
-3	Alto

Elaborado por: Las autoras

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

7.1. Impacto Socio-económico

CUADRO No. 65
IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Mejores oportunidades de trabajo							X	3
Estabilidad laboral						X		2
Mejoramiento económico							X	3
Eliminación de la migración						X		2
TOTAL						4	6	10

Elaborado por: Las autoras

$$NI(\text{SOCIO} - \text{ECONÓMICO}) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{10}{4}$$

$$NI = 2,5 = 3$$

ANÁLISIS:

Los impactos que genera la creación de la agencia de empleo y capacitación laboral en lo social son positivos porque mejora las oportunidades de trabajo de los profesionales permitiéndoles obtener mejores ingresos económicos para sus familias y no se verían en la necesidad de optar por otras opciones de trabajo migratorio.

7.2. Impacto Empresarial

CUADRO No. 66
IMPACTO EMPRESARIAL

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Fortalecimiento empresarial						X		2
Mejoramiento competitivo						X		2
Mejor desempeño laboral						X		2
Crecimiento empresarial							X	3
TOTAL						6	3	9

Elaborado por: Las autoras

$$NI(\text{EMPRESARIAL}) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{9}{4}$$

$$NI = 2,25 = 2$$

ANÁLISIS:

El impacto empresarial que genera la creación de la agencia empleos y capacitación laboral es positivo, porque se fortalecerá el mejoramiento competitivo a través de un excelente desempeño laboral de cada uno de los empleados que aplicaran conocimientos profesionales para ofrecer un trabajo de calidad lo que beneficiara al crecimiento empresarial del sector.

7.3. Impacto Educativo-Cultural

CUADRO No. 67
IMPACTO EDUCATIVO-CULTURAL

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Generación de conocimiento						X		2
Capacitación continua						X		2
Mejoramiento profesional						X		2
Interés por el servicio							X	3
TOTAL						6	3	9

Elaborado por: Las autoras

$$NI(\text{EDUCATIVO} - \text{CULTURAL}) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{9}{4}$$

$$NI = 2,25 = 2$$

ANÁLISIS:

Según el análisis a cada uno de los indicadores se determina que presentan un impacto positivo, porque estará encaminado a la generación de nuevos conocimientos a través de la capacitación continua que permitirá un mejoramiento profesional para obtener mejores oportunidades de trabajo, además se despertara el interés por el servicio que la agencia ofrece.

7.4. Impacto Ambiental

CUADRO No. 68
IMPACTO AMBIENTAL

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Disminución de ruidos			X					-1
Reciclaje de desechos			X					-1
Manejo de los desechos			X					-1
Libre de contaminantes			X					-1
TOTAL			-4					-4

Elaborado por: Las autoras

$$NI(\text{AMBIENTAL}) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{-4}{4}$$

$$NI = -1$$

ANÁLISIS:

Al ser una empresa de servicios no presenta ningún impacto negativo que afecte al entorno del sector, no se trabajara con tóxico que perjudiquen la integridad humano, además se realizara el control respectivo sobre el reciclaje y manejo de desechos para mantener las instalaciones libre de contaminantes.

7.5. Impacto general

CUADRO No. 69
IMPACTO GENERAL

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Impacto socio-económico							X	3
Impacto empresarial						X		2
Impacto cultural						X		2
Impacto ambiental			X					-1
TOTAL						4	3	6

Elaborado por: Las autoras

$$NI(\text{GENERAL}) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{6}{4}$$

$$NI = 1,5 = 2$$

ANÁLISIS:

En general los impactos presentados en la creación de la agencia de empleos y capacitación laboral generan un impacto positivo, porque cumplen con varias expectativas de los profesionales, ya que se trata de una agencia de servicio que está encaminada a un mejoramiento de calidad de las personas dentro del ámbito laboral.

CONCLUSIONES

De acuerdo al análisis del diagnóstico realizado en la Ciudad de Atuntaqui se concluye que el sector cumple con varios factores que favorecen el desarrollo del proyecto, porque facilita que las actividades a realizarse se ejecuten sin ningún problema.

El estudio de mercado realizado demuestra la existencia de una demanda insatisfecha en este tipo de servicio que se desea ofrecer, ya que en la actualidad se ha ido disminuyendo las fuentes de trabajo por tal razón se necesita una intermediación como lo será la agencia a crearse.

Técnicamente no existen mayores complicaciones para la creación de la agencia de empleos y capacitación, porque Atuntaqui cumple con ciertos parámetros que garantice favorecen su creación.

De acuerdo al estudio financiero analizado se determina que el servicio a ofrecer tendrá grandes beneficio que ayudaran que se mantenga por un periodo considerable.

La estructura organizacional aplicarse será muy sencilla pero ágil para responder a las necesidades cambiantes que se presente dentro y fuera de la organización.

Los impactos presentados garantizan sus efectos positivos que favorecen al sector y a los profesionales que buscan su mejoramiento continuo, además no presenta ningún tipo de contaminación ambiental, ya que se trata de una empresa de servicios.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda ejecutar el proyecto a la brevedad posible, porque presenta una gran acogida por parte de profesionales y estudiantes que desean seguirse preparando para tener mejores oportunidades de trabajo.
- Es importante tomar en cuenta la publicidad para captar un mayor número de participantes por curso, para que se garantice la permanencia de la agencia.
- Estar pendiente que los ingresos por el servicio prestado crezca contantemente, para lograr una estabilidad que garantice su permanencia por un periodo indefinido.
- Brindar capacitación al personal para ofrecer un servicio de calidad a profesionales y estudiantes que requieren del servicio.
- Controlar el cumplimiento tanto de políticas y objetivos de acuerdo a lo planificado, para que se garantice un buen funcionamiento en la organización.
- Estar pendiente que se cumplan con todos los procesos de control de desechos materiales que salgan de cada oficina para evitar contaminaciones al sector.

BIBLIOGRAFÍA

ACHING, Guzmán C. (2009), en su obra guía Rápida Ratios Financieros y Matemáticas de la Mercadotecnia, Edición electrónica gratuita.

BRAVO, Mercedes, (2009), "Contabilidad General", Novena Edición, Editorial Nuevodia, Quito-Ecuador

BALLARD, Jim, (2008).Manual de Servicios Primera Edición, Editorial McGraw-Hill

CAMISON. Cesar, (2008). Gestión de calidad, Cuarta Edición, Editorial Thompson. México

FERNÁNDEZ V. Ricardo. (2009) Manual para Elaborar un plan de Mercadotecnia Primera Edición, McGraw-Hill Interamericana. México.

FLORES U. Juan, (2008) Proyectos de Inversión para las PYMES Creación de Empresas, Primera Edición, Editorial Ecoe Ediciones Ltda. Colombia.

FONTAINE R. Ernesto, (2008) Evaluación Social de Proyectos, Decimotercera Edición, Editorial PEARSON.

FRED R, David (2008) Conceptos de Administración estratégica. Décimo Primera Edición Pearson Educación México

FRACÉS, Antonio. (2009) Estrategias y Planes para la Empresa, Primera Edición, Pearson Educación, México.

GALINDO, R. Carlos J. (2008) Manual para la Creación de Empresas. Tercera Edición, Ecoe Ediciones. Colombia

GITMAN, Laurence J. (2009) Principios de Administración financiera. Décimo Primera Edición, Pearson Educación, México.

GORE, Ernesto, (2008). Capacitación Laboral Aprendizaje organizacional, Segunda Edición. Buenos Aires

JONES, Gareth, (2008) Teoría Organizacional Diseño y Cambio en las Organizaciones, Quinta Edición, Editorial Pearson, México.

JIMENEZ Juan Carlos, (2010).Atención y Servicio al Cliente, Primera Edición, Editorial CODEU. Ecuador

KOTLER, Philip. (2009) Principios de Marketing. Doceava Edición, Prentice Hall, México.

KINNEAR TAYLOR, (2008). Libro de Investigación de Mercados Quinta Edición, McGraw-Hill Interamericana. México.

NASSIR S. Chaín. (2009), Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación Primera Edición, Pearson Prentice Hall México.

NÚÑEZ, Z. Rafael (2009) Manual de Evaluación de Proyectos de Inversión, Primera Edición, Editorial Trillas. México.

PAIN, Abraham, (2008). Educación Y Formación De Formadores, Segunda Edición, Editorial: EDIC. NOVEDADES

SIERRA R. Roberto, (2009).Calidad del Servicio, Primera Edición, Editorial CODEU. Ecuador

SAPAG, CH. Nassir, Año (2009), Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación, Primera edición, Editorial Pearson Educación de México S.A. de C.V., México.

STANTON, William J., ETZEL, Michael J., WALKER, Bruce J., Año (2008), Fundamentos de Marketing, Decimocuarta edición en español, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, México, D. F.

WHEELEN, Thomas L. HUNTER, David J. (2010) Administración Estratégica y Política de Negocios Décima Edición, Pearson Educación México.

ZAPATA, Sánchez Pedro, Año (2011), Contabilidad general, Sexta edición, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S. A. de C. V., México, D. F.

LLAMAS, José María (2009). Atención al cliente, Quinta edición, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S. A. de C. V., México, D. F.

BILL PRICE, David Jaffe (2008), The best service is no service: how to liberate your customers from customer service, keep them happy y atención de clientes, Editorial Jossey-Bass Estados Unidos.

COLOMER, M.; SILLERAS, M.E(2008) Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación Primera Edición, Pearson Prentice Hall México.

ELIAS, Joan (2009). Administración Estratégica y Política de Negocios Décima Edición, Pearson Educación México.

LONGENECKER, Justin C.; MOORE Carlos W (2008) Teoría Organizacional Diseño y Cambio en las Organizaciones, Quinta Edición, Editorial Pearson, México.

VERGARA Juan Carlos, (2008) Capacitación Laboral Aprendizaje organizacional, Segunda Edición. Buenos Aires

GHARE, Hansen (2010) Proyectos de Inversión para las PYMES Creación de Empresas, Primera Edición, Editorial Ecoe Ediciones Ltda. Colombia.

GORDÓN, Welson Hilton (2008) Manual de Servicios Primera Edición, Editorial McGraw-Hill

ZEL, Michael J., WALKER, Bruce J. (2008) Calidad del Servicio, Primera Edición, Editorial CODEU. Ecuador

ANDRADE Simón, (2008) Teoría Organizacional Diseño y Cambio en las Organizaciones, Quinta Edición, Editorial Pearson, México.

LINCOGRAFÍA

<http://es.wikipedia.org/wiki/Agencia>

<http://pdx.thebeehive.org/es/jobs/career-coach/apply-job/find-job/get-help-finding-job/beneficios-de-contratar-personal-en-agencias-de-empleo-tempora>

ANEXOS

ANEXO A: FORMATO DE ENCUESTA APLICADA A PROFESIONALES Y UNIVERSITARIOS DEL CANTÓN ANTONIO ANTE.



UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE FACULTAD CIENCIAS ADMINITRATIVAS Y ECONOMICAS CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

Objetivo: Determinar la factibilidad para la creación de una Agencia de Empleos y Capacitación en la Ciudad de Atuntaqui.

1. ¿Qué tipo de capacitación le gustaría que se brinde?

Áreas de producción

Área de finanzas

Talento humano

Proyectos

Comercialización

2. ¿Cómo le gustaría que se imparta la capacitación?

Semi presencial (fines de semana)

Permanente (todos los días)

Otros

3. ¿Cuál es el horario que preferiría a usted?

Fines de semana de 18 horas a 21 horas

Permanente de 18 horas a 20 horas

4. ¿Qué tipo de trabajo puede desempeñar usted en función profesional?

- Asistente técnico
- Asistente administrativo
- Asistente contable y financiero
- Asistente en producción
- Asistente en comercialización

5. ¿El salario que usted aspira es?

- Entre 400 y 600 dólares
- Entre 600 y 800
- Más de 800

6. ¿Su enrolamiento debería ser?

- Contrato indefinido
- Contrato por servicios profesionales
- Contrato eventual

7. ¿El horario laboral que más le conviene es?

- Jornada normal
- Jornada por turnos

8. ¿Estaría de acuerdo que la oferta de empleo se lo haga?

- Directa
- A través de la agencia de empleos

9. ¿Cómo le gustaría que se promocióne la oferta de empleo Por parte de la agencia?

Prensa escrita

Radio

Tv

Trípticos

10. ¿Qué tarifa está dispuesto a pagar por la intermediación de la oferta laboral?

Hasta 50 dólares

Entre 50 y 80

Entre 80 y 100

ANEXO B: FORMATO DE ENTREVISTA APLICADA A LOS PROPIETARIOS DE LAS EMPRESAS DEL CANTÓN ANTONIO ANTE.



**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD CIENCIAS ADMINITRATIVAS Y ECONOMICAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

Objetivo: Determinar la factibilidad para la creación de una Agencia de Empleos y Capacitación en la Ciudad de Atuntaqui.

ENCUESTA DIRIGIDA A PROPIETARIOS DE EMPRESAS Y MICROEMPRESAS TEXTILERAS DE LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, CANTON ANTONIO ANTE

1. ¿Qué tiempo toma a su departamento de RRHH en reclutar al personal?

.....
.....
.....
.....

2. ¿Considera necesario que exista una empresa intermediadora para reclutar la selección del personal?

.....
.....
.....
.....

3. ¿Estaría dispuesto usted a contratar este tipo de servicio?

.....
.....
.....
.....

4. ¿Qué tipos de profesionales contrata con frecuencia?

Administrativos	()
Vendedores	()
Producción	()




5. En su empresa tiene rotación de personal administrativo con frecuencia

.....
.....
.....

ANEXO C: FORMATO DE FICHA DE OBSERVACION DE CAMPO

FICHA DE OBSERVACION
<p>1. CANTON: ANTONIO ANTE</p> <p>2. FECHA:</p> <p>3. CARACTERISTICAS DE LAS EMPRESAS</p> <p>3.1 Imagen</p> <p>Se pudo observar que en la mayoría de almacenes, empresas, los anuncios para los puestos de trabajo son realizados de forma informal, como es pegado en las ventanas, como podemos ver si es necesario que se direccionen bien, para poder cubrir los puestos de trabajo, con la Agencia de Empleos llegaremos de forma ágil y oportuna a las empresas.</p> <p>Se observa que también existe desconocimiento por parte de los empleados de los beneficios de ley que se debe tener hacia ellos, por esta razón con las capacitaciones que realizaremos en nuestra Agencia de Empleos, podremos lograr que se disminuya la explotación laboral y se establezca un sueldo justo y con todos los beneficios.</p>

ANEXO D: PROFORMA GASTOS PUBLICIDAD

	Dir. Av. Teodoro Gomez 6-38 y Bolivar Telf. 2 606 416 Cel.086 620 105 email: codgrafimpress@yahoo.es
Ibarra 24/04/2014	
Cliente.: Agencia de Empleos	
PROFORMA	
500 Volantes Tamaño 21x10 cm.	\$ 80
50 Tarjetas de Presentación	\$ 7
NO GRAVAMOS IVA JUNTA NACIONAL DEL ARTESANO	
	
 Imprenta - Offset	Autorizados por el  Servicio de Rentas Internas

ANEXO E: PROFORMA GASTO PUBLICIDAD



INVERSIÓN

Ibarra, 24 de Abril de 2014

Atención:

A continuación le cotizamos de acuerdo a su requerimiento:

Cant.	Detalle	P. Unit	Valor
4000	Volantes tamaño 15x10 en couche impreso 1 lado	0,043	172,00
50	Tarjetas de presentación	0,16	8,00
100	Tarjetas de presentación	0,12	12,00
		Total	

Precio Incluye I.V.A.

Abono 60% y 40% contra entrega

Fecha de entrega: En acuerdo con el cliente

En espera de sus gratas órdenes nos suscribimos de Ud. (s).

Atentamente.

Freddy Jaramillo Tobar.
PROCENTER

Dirección: Av. Teodor Gómez y Bolívar (Junto a CNT)
Teléfonos: (06) 2643346 / 0997070265
E-mail: freddyjt@gmail.com

ANEXO G: COSTOS Y GASTOS

COSTOS

PAGO POR SERVICIOS PROFESIONALES

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Pago por servicio profesionales	4	200,00	9.600,00
TOTAL			9.600,00

MATERIALES

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Materiales	50,00	600,00
TOTAL		600,00

MANTENIMIENTO DE EQUIPO OPERATIVO

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento equipo operativo	15,00	180,00
TOTAL		180,00

GASTOS

ARRIENDO

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Arriendo	600,00	7.200,00
TOTAL		7.200,00

SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Luz	50,00	600,00
Agua	25,00	300,00
TOTAL		900,00

SERVICIOS DE COMUNICACIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Teléfono	30,00	360,00
Internet	25,00	300,00
TOTAL		660,00

SUMINISTROS DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Papel resma	10	3,5	35
Carpetas	12	0,3	3,6
Esferográfico	10	0,3	3
Tinta impresora	3	13	39
Cuaderno	6	1,75	10,5
Lápiz	12	1,1	13,2
Borrador	5	0,3	1,5
Libretines (facturas)	8	4,5	36
TOTAL			141,8

MANTENIMIENTO COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento computación	15,00	180,00
TOTAL		180,00

PUBLICIDAD

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Radio	180,00	720,00
Hojas volantes	40,00	160,00
Página web	25,00	300,00
TOTAL	245,00	1.180,00