



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
CAPACITADORA EN LA FORMACIÓN Y GESTIÓN DE PEQUEÑAS
Y MEDIANAS EMPRESAS EN EL CANTÓN PAUTE,
PERIODO 2014 – 2015

TESIS DE GRADO PREVIA A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO COMERCIAL

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA

DIRECTORA:

ECO. SILVANA VANESSA ASTUDILLO DURÁN

CUENCA – ECUADOR
2014



UNIVERSIDAD DE CUENCA

RESUMEN

PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA CAPACITADORA EN LA FORMACIÓN Y GESTIÓN DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EN EL CANTÓN PAUTE, PERIODO 2014 – 2015

El presente trabajo de investigación muestra un Proyecto de inversión: PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA CAPACITADORA EN LA FORMACIÓN Y GESTIÓN DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EN EL CANTÓN PAUTE, PERIODO 2014 – 2015 para implementar una empresa que capacite a las pequeñas y medianas empresas domiciliadas en el cantón Paute, bajo la denominación SEECA Cia. Ltda. Con la finalidad de brindar un servicio de calidad en cuanto a la capacitación y gestión en las diferentes áreas de las empresas a precios competitivos y económicos.

En el primer capítulo se analiza la situación actual de las pequeñas y medianas empresas en el cantón Paute luego se procede al segundo capítulo con el estudio de factibilidad la cual se lo realizó con el fin de determinar la aceptación del proyecto que sirvió también para tomar decisiones de implementar o no el proyecto, así como también la investigación cuenta con un capítulo en el que se encuentra el plan de negocios de la empresa en donde se analizó la ubicación, equipos e instalaciones, el estudio de la inversión y el financiamiento para realizar el presupuesto de inversión del proyecto, cuanto de capital propio y el capital ajeno es necesario, la estimación de los ingresos, estimación de costos y de los gastos están demostrados en el estado de resultados, el flujo de caja para 5 años, posteriormente se llevó a cabo la evaluación de factibilidad del proyecto a través de los indicadores que son el VAN y la TIR, los cuales han proyectado resultados positivos y demuestran que el proyecto es viable finalmente se cuenta con las conclusiones y recomendaciones del proyecto.

PALABRAS CLAVES: Factibilidad, Inversión, Implementación, Capacitación, Gestión, TIR, VAN,

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

**PROPOSAL FOR THE CREATION OF A COMPANY OF TRAINING IN
FORMATION AND ADMINISTRATION DE PYMES IN THE CANTON
AVERAGES PERIOD 2014-2015**

ABSTRACT

This research shows an Investment Project: PROPOSAL FOR THE CREATION OF A COMPANY IN ENABLING THE TRAINING AND MANAGEMENT SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN THE CANTON PAUTE, PERIOD 2014 - 2015 to implement a company that empowers small and medium businesses Advertise domiciled in Canton, under the denomination SEECA Cia. Ltda. in order to provide a quality service in terms of training and management in different areas of the companies at competitive and affordable prices.

In the first chapter the current situation of small and medium enterprises in the canton Advertise analyzes then proceed to the second chapter with the feasibility study which was made in order to determine the acceptability of the project which also served to make decisions to implement or not the project as well as research also has a chapter in which the business plan of the company where the location, equipment and facilities, the study of investment and financing is analyzed for the investment budget of the project, the equity capital and debt capital needed, the estimate of the revenue, cost estimation and expenses are shown on the income statement, cash flow for five years, later took out the project feasibility assessment through indicators that are the NPV and IRR, which have screened positive results and demonstrate that the project is viable finally it has the conclusions and recommendations of the project.

KEYWORDS: Feasibility, Investment, Implementation, Training, Management, IRR, NPV,

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

INDICE

PORTADA.....	1
RESUMEN	2
ABSTRACT	3
INDICE	4
CLÁUSULA DE DERECHOS DE AUTOR.....	7
CLÁUSULA DE PROPIEDAD INTELECTUAL	9
DEDICATORIA.....	11
AGRADECIMIENTO.....	13
INTRODUCCIÓN	14
CAPITULO I	17
ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANASEMPRESAS EN EL CANTÓN PAUTE.	17
1.1 Antecedentes	17
1.1.1 Actividad Ocupacional de la población para el desarrollo económico....	18
1.2 Análisis de las pequeñas y medianas empresas en el cantón Paute	20
1.2.1 Definición y clasificación de las MIPYMES.	22
1.2.2 Análisis de las Principales Actividades Económicas de Paute	24
1.3 Análisis del sistema de apoyo a la microempresa en el cantón Paute	27
1.3.1 Un sistema de apoyo.-	27
1.3.2 Los sistemas de apoyo a la microempresa en Paute son los siguientes	27
CAPITULO II	33
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA CAPACITADORA EN LA FORMACIÓN Y GESTIÓN DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EN EL CANTÓN PAUTE.	33

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

2.1 Análisis de la Demanda	33
2.1.1. Diagnóstico de las necesidades de capacitación en las pequeñas y medianas empresas del cantón Paute.....	33
2.2 Análisis de la Oferta	56
2.2.1 Diseño de planes de capacitación	58
CAPITULO III	65
PLAN DE NEGOCIOS DE LA EMPRESA DE CAPACITACIÓN DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EN EL CANTON PAUTE	65
3.1 ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA.....	65
3.1.1 Introducción	65
3.1.2 Misión	65
3.1.3 Visión	66
3.1.4 Objetivos.....	66
3.1.5 Principios y Valores Corporativos	67
3.1.6 La cadena de valor	68
3.1.7 Análisis de las 5 fuerzas DE MICHAELL PORTER	70
3.2 Plan de Marketing	74
3.2.1 Plan de mercadeo.....	75
3.2.2 Estrategias de marketing	77
3.3 Estructura Técnica	88
3.3.1 Localización	88
3.3.2 Tamaño y Capacidad.....	88
3.3.3 Diagrama de Proceso	89
3.3.4 Equipos e Instalaciones	91
3.3.5 Distribución de Planta (Lay – Out)	94

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

3.3.6 Talento Humano	96
3.4 Estructura organizacional y funcional de la empresa.....	100
3.4.1 Base Legal.....	100
3.4.2 Requisitos legales.....	103
3.4.3 Nombre o Razón Social	103
3.5 Plan financiero	112
3.5.1 Inversión Inicial.	112
3.5.2 Activos diferibles.....	118
3.5.4 Financiamiento del proyecto.....	124
3.5.5 Costos e ingresos.....	126
3.5.6 EVALUACIÓN FINANCIERA.....	131
3.5.7 Cálculo de Indicadores de Evaluación.....	136
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	137
Conclusiones	137
Recomendaciones.....	139
ANEXOS	140

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

CLÁUSULA DE DERECHOS DE AUTOR



Universidad de Cuenca
Clausula de derechos de autor

Yo, **Mónica Alexandra Calderón Brito**, autor de la tesis “Propuesta para la creación de una Empresa Capacitadora en la Formación y Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas en el Cantón Paute, periodo 2014 – 2015”, reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Artículo 5 literal C de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de **Ingeniera Comercial**. El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

Cuenca. Enero del 2015

Mónica Alexandra Calderón Brito
030236307-2

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA



Universidad de Cuenca
Clausula de derechos de autor

Yo, **Mónica Alexandra Calderón Brito**, autor de la tesis “Propuesta para la creación de una Empresa Capacitadora en la Formación y Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas en el Cantón Paute, periodo 2014 – 2015”, reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Artículo 5 literal C de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de **Ingeniera Comercial**. El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

Cuenca. Enero del 2015

Mónica Alexandra Calderón Brito
030236307-2

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

CLÁUSULA DE PROPIEDAD INTELECTUAL



Universidad de Cuenca
Clausula de propiedad intelectual

Yo, Wilmer Alejandro Chungata Miranda, autor de la tesis “Propuesta para la creación de una Empresa Capacitadora en la Formación y Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas en el Cantón Paute, periodo 2014 – 2015”, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Cuenca. Enero del 2015

Wilmer Alejandro Chungata Miranda
CI: 010531941-2

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA



Universidad de Cuenca
Clausula de propiedad intelectual

Yo, **Mónica Alexandra Calderón Brito**, autor de la tesis “Propuesta para la creación de una Empresa Capacitadora en la Formación y Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas en el Cantón Paute, periodo 2014 – 2015”, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Cuenca. Enero del 2015

Mónica Alexandra Calderón Brito
CI: 030236307-2

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

DEDICATORIA

CON MUCHO CARIÑO:

El presente trabajo de investigación se la dedico a mis padres: Alejandro Chungata y Luz Miranda, los cuales hicieron posible mi formación universitaria, con su esfuerzo, apoyo, sacrificio y amor, permitiéndome cumplir una meta más en mi vida, este triunfo es para ustedes papitos queridos.

A toda mi familia que cumple un rol muy importante en mi vida, gracias por no dejarme solo y estar conmigo el mayor tiempo posible, siempre apoyándome y animándome a cumplir mis sueños, los quiero mucho.

A todos mis amigos y compañeros que directa o indirectamente siempre estuvieron ahí cuando más lo necesitaba, gracias por compartir y enseñarme a valorar la amistad que nos une.

Wilmer Alejandro Chungata.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

CON MUCHO AMOR...

El esfuerzo, la dedicación y el sacrificio que he puesto durante mi vida universitaria, las adversidades los obstáculos los he enfrentado con gran responsabilidad y todo ello gracias al apoyo de mis padres. Es por eso que dedico con mucho amor y gratitud este gran esfuerzo a los dos pilares fundamentales en mi vida mis padres José Calderón y María Brito.

A mi padre, que con su gran esfuerzo y dedicación hizo en mí una mujer de principios, por su incondicional apoyo en mi carrera universitaria, valoro cada uno de sus sacrificios que bien lo sé han sido muchos, le agradezco desde lo más profundo de mi corazón el gran apoyo que me brindó te quiero mucho papa, no me queda más que decirle lo logramos porque este triunfo es de los dos.

A mi madre gracias por todo su cariño amor y comprensión por ser además de mi madre mi gran amiga, por guiar mi vida y ser una motivación más para seguir adelante le agradezco infinitamente.

Que este aporte llene de orgullo a mis padres, que sigan siendo el motor que me impulsa a luchar día con día, los quiero mucho.

Mónica Alexandra Calderón.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradecerle a Dios por darnos la vida y la oportunidad de lograr lo que un día fue un sueño convertirlo en una realidad, como lo es terminar nuestros estudios profesionales en la Universidad Estatal de Cuenca. El presente estudio es un esfuerzo en el cual intervinieron de manera indirecta o indirectamente algunas personas ya sea examinando, corrigiendo, guiando, apoyando, animando, teniéndonos paciencia entre otras cosas.

Agradecemos de manera especial a nuestra directora la Economista Silvana Vanessa Astudillo Durán por estar siempre presente en cada uno de los capítulos de la tesis corrigiendo, aconsejando, comentando con su sabiduría y amplios conocimientos que la destacan como profesional y ser humano.

A todos los docentes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas en especial a los que fueron nuestros profesores en la carrera de Administración de Empresas que compartieron con nosotros sus conocimientos durante toda nuestra vida universitaria.

A nuestros padres que siempre estuvieron pendientes de nuestras necesidades muchas gracias por su apoyo incondicional, les estamos agradecidos infinitamente por apoyarnos en este nuevo logro que como siempre será dedicado para Uds. padres queridos.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

INTRODUCCIÓN

El presente estudio tiene la finalidad de apoyar a las empresas pymes (pequeñas y medianas empresas) del cantón Paute a cubrir sus necesidades de capacitación.

La capacitación empresarial constituye un herramienta poderosa para poder existir como empresa en un ambiente globalizado y altamente competitivo, adoptando un plan de capacitación adecuado reflejará resultados como: la disminución de desperdicios, la calidad en la mano de obra, generar valor agregado ya sea un bien o servicio, optimizar recursos, mayor eficiencia entre otros. Lo que se pretende al momento de brindar una capacitación es mejorar habilidades y aptitudes del recurso humano de una empresa y lograr que cada trabajador realice actividades determinadas de la mejor manera posible. A demás con la capacitación se busca generar conciencia en los empleados mediante la actitud logrando tener un adecuado ambiente de trabajo.

La especialización en las diferentes áreas de gerencia permitirá al empresario contar con una mano de obra calificada, mejorar los procesos, minimizar costos alcanzando mayores beneficios productivos, eficientes y económicos

El término capacitación se utiliza con mucha frecuencia; son conocimientos teóricos y prácticos que incrementan el desempeño de las actividades de un colaborador dentro de una organización. En la actualidad la capacitación en las organizaciones es de vital importancia porque contribuye al desarrollo de los colaboradores tanto personal como profesional.

Por ello, las empresas deben encontrar mecanismos que den a sus colaboradores los conocimientos, habilidades y actitudes que se requiere para lograr un desempeño óptimo.

En la capacitación se diseñan programas para transmitir la información relacionada a las actividades de cada organización. Mediante el contenido de

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

éstos, los colaboradores tienen la oportunidad aprender cosas nuevas, actualizar sus conocimientos, relacionarse con otras personas, en otras palabras, satisfacen sus propias necesidades, mediante técnicas y métodos nuevos que ayudan a aumentar sus competencias, para desempeñarse con éxito en su puesto, permitiendo a su vez a las organizaciones alcanzar sus metas (Barrios, 2012).

Ante los cambios en el entorno laboral y empresarial, la capacitación es la respuesta a la necesidad que tienen las empresas de contar con un personal calificado, productivo y con un mejor sentimiento de autorrealización.

Las pequeñas y medianas empresas se caracterizan por tener un alto grado de adaptabilidad ante los cambios en su entorno, principalmente ante efectos nocivos en el ambiente macroeconómico, la obsolescencia de conocimientos y competencias es una de las razones por la cual, las empresas se preocupan por capacitar a su personal, pues ésta persigue actualizarlos con nuevas técnicas y métodos de trabajo que garantizan eficiencia y mejora en la productividad.

La capacitación del personal debe ser de vital importancia para las empresas u organizaciones, porque contribuye al desarrollo personal y profesional de los individuos, a la vez que redundando en beneficios para la empresa (Guevara, 2012).

De esta forma se logra visualizar lo importante que es mantener capacitados a los empresarios de las pequeñas y medianas empresas en diversas técnicas metodológicas, en la calidad total todo en cuanto se refiere a técnicas que optimicen los resultados constituyendo mejores ingresos para los dueños por ende para los empleados de las pymes apoyando en la generación de empleo e impulsando el crecimiento económico del sector.

En la primera fase del proyecto se presenta un estudio de mercado, con el objetivo principal de analizar la interacción y probable vinculación con el mercado objetivo, el mismo que permitió conseguir la información necesaria para poder incidir con efectividad en el mercado proyectado.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Como segunda fase del proyecto está el estudio técnico, el mismo que contiene los aspectos técnicos operativos y necesarios para el uso eficiente de los recursos disponibles, se dará a conocer también la organización, capacidad y ubicación de la empresa con el objetivo de estar al tanto de los recursos y actividades necesarias para su ejecución, así como también las actividades legales que se habrían realizar para su constitución y funcionamiento de la empresa.

En la última fase se encuentra el Estudio Económico cuyo objetivo es analizar la estimación del valor económico necesario para la ejecución del proyecto, como también el valor del costo total requerido para el periodo de ejercicio el cual es muy importante para comprobar si la propuesta cumple o no con los intereses de los inversores y de esta forma determinar si la propuesta es factible o no.

Después de haber cumplido con los objetivos planteados y haber determinado los diversos aspectos del proyecto, se hace algunas conclusiones y recomendaciones.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

CAPITULO I

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANASEMPRESAS EN EL CANTÓN PAUTE.

1.1 Antecedentes

El cantón Paute ubicado en la provincia del Azuay es considerado un lugar en donde se desarrolla múltiples actividades económicas, siendo las principales: la agricultura, floricultura, ganadería, turismo-gastronomía y el comercio al por mayor y menor. De hecho, para que la economía de Paute y del país crezca es necesario impulsar el desarrollo de estas actividades, como también a empresas que participan de ello, del mismo modo a proyectos innovadores que permitan forjar un movimiento positivo en la economía como es la generación de empleos, ingresos en los hogares y estabilidad de los negocios.

Teniendo pleno conocimiento que actualmente el principal motor de crecimiento en el Ecuador en la economía son las pymes (pequeñas y medianas empresas, que en adelante se denominarán pymes) y que su contribución representa más del 90% de las unidades productivas, con una representación del 60% en el empleo, una participación del 50% de la producción. (Enroke, Grupo, 2011)

En cuanto a la capacidad de adaptación y redistribución este tipo de empresas al no contar con muchos trabajadores tienen estructuras organizacionales que se adaptan más rápidamente a los cambios de la economía. Adicionalmente, los cargos gerenciales tienen sueldos más cercanos a los del resto de la empresa, a diferencia de los cargos gerenciales de una gran empresa (donde un Gerente General gana cientos de veces más que un empleado promedio), y esta particularidad de las Pymes ayuda a una mejor redistribución de la riqueza de una economía. (Enroke, Grupo, 2011)

El presente trabajo investigativo está enfocado en realizar un diseño para ayudar a este tipo de negocios con el fin de capacitar en formación y gestión de

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

empresas en el cantón Paute, en donde se estará reflejando las actividades administrativas necesarias para manejar una organización de este tipo y para su correcto funcionamiento, mismo que estará realizada bajo criterios técnicos de contenido y diseño.

1.1.1 Actividad Ocupacional de la población para el desarrollo económico

El cantón Paute está ubicado en la provincia del Azuay a 42 kilómetros de Cuenca al noreste de la ciudad, posee una extensión de 271 km cuadrados, el mismo que fue fundado el 26 de febrero de 1860. Por su clima y paisaje se ha constituido en un lugar paradisíaco, mismo que está formado por 7 parroquias que son: San Cristóbal, El Cabo, Chicán, Bulán, Dug Dug, Tomebamba y Guarainag. (Orellana, 2012, pág. 4).

Sus habitantes se han dedicado desde tiempos pasados al cultivo de sus campos en donde prevalece la producción de caña de azúcar, los invernaderos de flores, cultivo de tomate, los cultivos frutales típicos de la zona, el cultivo de legumbres y a la crianza de diferentes animales domésticos que han permitido a las personas de este territorio poder sobrevivir a lo largo del tiempo.

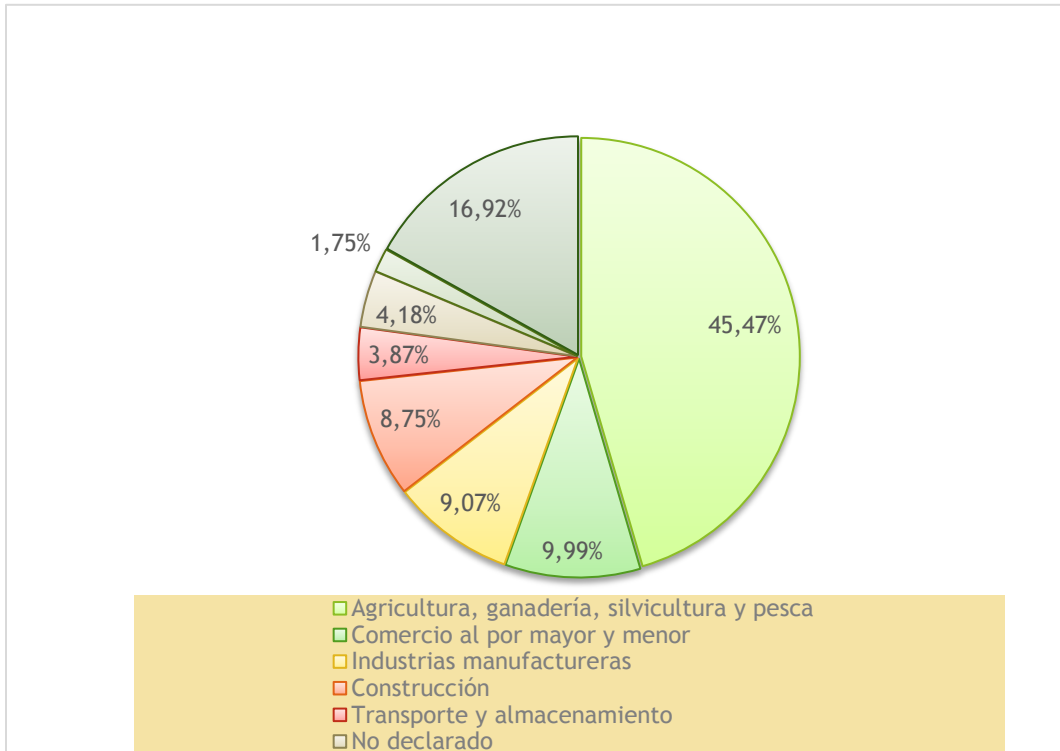
En el ámbito del empleo a nivel de todo el cantón, la PEA (Población Económicamente Activa) es de 10.4 mil personas. De los cuales más de la mitad (56.3%) son hombres. El 69.5% de la PEA está ocupada. La principal rama de actividad de la PEA es la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca (45.47%), y comercio al por mayor y menor (9.99%). A estas les siguen las industrias manufactureras y la construcción, con valores del 9.07% y 8.75% respectivamente (Moyano, 2011).

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



Grafico N° 1 Principales Actividades del cantón Paute.



Actividad Ocupacional del Cantón Paute Fuente: INEC – 2010(Moyano, 2011, pág. 23)

El cantón ha ido creciendo económicamente con el pasar de los años, la agricultura, la ganadería ha sido la actividad tradicional de la mayoría de la población económicamente activa del cantón, es un sector importante dentro del área de la producción, de acuerdo con los datos del Censo realizado en el 2001 donde existían un total de 6.535 UPAs (unidad de producción agropecuaria) , ahora en el Censo del 2010 del INEC la cantidad subió a 22.698 UPAs, que están divididas entre, cultivos, pastos naturales, páramos, montes y bosques, ocupando una extensión de 255.93 km², es decir, más del 95% del total de la extensión cantón en total (Moyano, 2011).

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

En Paute, tradicionalmente la agricultura y la ganadería son las principales ocupaciones de sus habitantes (sector primario) abarcando un 62% según los datos del censo del 2010. El sector agroindustrial y agropecuario cuenta con un buen número de unidades productivas que generan alimentos y bebidas para el consumo local, nacional e internacional teniendo este sector un 18 %, mientras que el sector terciario abarca el 20%.(Moyano, 2011, pág. 31).

En la fecha de su cantonización todos los años siempre ha sido un festejo en la que se presenta una variada exhibición de los diferentes productos que se cultivan en la zona, sus platos típicos y las diferentes tradiciones del lugar.

El tiempo y el paso de los años han permitido a Paute ir creciendo poco a poco e irse convirtiendo en un territorio agradable y ameno para vivir, como para ser visitado por muchas personas extranjeras especialmente en sus fiestas de cantonización por su ambiente y también por su atractivo turístico que brinda este pequeño lugar del Ecuador.

1.2 Análisis de las pequeñas y medianas empresas en el cantón Paute

En la actualidad las pequeñas y medianas empresas existentes en el cantón han sido el motor fundamental para su crecimiento.

En cuanto a la contribución económica estas empresas representan un gran porcentaje de las unidades productivas, dan empleo, participan en la de producción, y generan casi la mayoría de los servicios que una persona usa en el día.

Al no contar con muchos trabajadores, las pequeñas y medianas empresas tienen estructuras organizacionales que se adaptan más rápidamente a los cambios de la economía. Adicionalmente colaboran con la disminución de la tasa de desempleo, y esta particularidad de las pymes ayuda al desarrollo del mismo, teniendo en cuenta que la finalidad de la economía es distribuir equitativamente los recursos económicos.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



Cuadro N°1 Establecimientos económicos en Paute según el censo económico 2010¹

AREA # 0105	PAUTE
Descripción CIIU a dos Dígitos	Casos
Agricultura, ganadería, caza y actividades de servicios conexas.	47
Silvicultura y extracción de madera.	1
Explotación de otras minas y canteras.	1
Elaboración de productos alimenticios.	25
Elaboración de bebidas.	1
Fabricación de productos textiles.	2
Fabricación de prendas de vestir.	34
Fabricación de cueros y productos conexos.	1
Producción de madera y fabricación de productos de madera y corcho, excepto muebles; fabricación de artículos de paja y de materiales trenzables.	4
Impresión y reproducción de grabaciones.	1
Fabricación de otros productos minerales no metálicos.	13
Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo.	22
Fabricación de muebles.	15
Reparación e instalación de maquinaria y equipo.	2
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado.	1
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.	40
Comercio al por mayor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas.	4
Comercio al por menor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas.	525
Transporte por vía terrestre y por tuberías.	7
Almacenamiento y actividades de apoyo al transporte.	2
Actividades postales y de mensajería.	6
Actividades de alojamiento.	3
Servicio de alimento y bebida.	106
Actividades de producción de películas cinematográficas, vídeos y programas de televisión, grabación de sonido y edición de música.	2

¹“Descripción CIIU principal a dos dígitos por cantones, Censo Económico 2010, descargado de la página web <http://redatam.inec.gob.ec/cgibin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CENEC&MAIN=WebServerMain.inl>.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Actividades de programación y transmisión.	1
Telecomunicaciones.	22
Actividades de servicios financieros, excepto las de seguros y fondos de pensiones.	6
Actividades inmobiliarias.	4
Actividades jurídicas y de contabilidad.	26
Actividades de arquitectura e ingeniería; ensayos y análisis técnicos.	1
Publicidad y estudios de mercado.	4
Otras actividades profesionales, científicas y técnicas.	4
Actividades veterinarias.	1
Actividades de alquiler y arrendamiento.	2
Actividades de agencias de viajes, operadores turísticos, servicios de reservas y actividades conexas.	1
Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades de apoyo a las empresas.	3
Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria.	13
Enseñanza.	17
Actividades de atención de la salud humana.	17
Actividades de atención en instituciones.	1
Actividades de asistencia social sin alojamiento.	1
Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales.	1
Actividades de juegos de azar y apuestas.	4
Actividades deportivas, de esparcimiento y recreativas.	4
Actividades de asociaciones.	21
Reparación de computadores y de efectos personales y enseres domésticos.	21
Otras actividades de servicios personales.	27
Total	1067

1.2.1 Definición y clasificación de las MIPYMES.

Según el código de la producción en el libro III del Desarrollo Empresarial de las Micro, Pequeñas y Medianas empresas y de la Democratización de la Producción en su capítulo I del Fomento y desarrollo de las Micro, Pequeñas y Medianas empresas. Registro Oficial TM Quito, miércoles 29 de diciembre del 2010 N° 351.

DEFINICION DE LAS MIPYMES:

Art. 53.- Definición y Clasificación de las MIPYMES

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código.

En caso de inconformidad de las variables aplicadas, el valor bruto de las ventas anuales prevalecerá sobre el número de trabajadores, para efectos de determinar la categoría de una empresa. Los artesanos que califiquen al criterio de micro, pequeña y mediana empresa recibirán los beneficios de este Código, previo cumplimiento de los requerimientos y condiciones señaladas en el reglamento.

Según el Art.106 del reglamento al código de la producción diciembre 2010 N° 351.

CLASIFICACIÓN DE LAS MIPYMES

Art. 106.- Clasificación de las MYPIMES

Para la definición de los programas de fomento y desarrollo empresarial a favor de micro, pequeñas y medianas empresas, estas se considerarán de acuerdo a las categorías siguientes:

a.- Micro empresa: Es aquella unidad productiva que tiene entre 1 a 9 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales iguales o menores de cien mil (US \$ 100.000,00) dólares de los Estados Unidos de América;

b.- Pequeña empresa: Es aquella unidad de producción que tiene de 10 a 49 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales entre cien mil uno (US \$ 100.001,00) y un millón (US \$ 1'000.000,00) de dólares de los Estados Unidos de América; y,

c.- Mediana empresa: Es aquella unidad de producción que tiene de 50 a 199 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales entre un millón uno

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

(USD 1'000.001,00) y cinco millones (USD 5'000.000,00) de dólares de los Estados Unidos de América.

En caso de inconformidad frente a las variables aplicadas, se estará a lo señalado en el inciso segundo del Artículo 53 del Código de la Producción, Comercio e Inversiones.

1.2.2 Análisis de las Principales Actividades Económicas de Paute

Las principales actividades económicas que se realizan en este sector son las siguientes:

1.2.2.1 Extracción de piedra, arena y arcilla.- Esta actividad se lo realiza en las orillas del Rio Paute y en sus alrededores, en esta actividad se dedican principalmente a la extracción de materiales de construcción como lo son piedra, grava, arena, ripio, arcilla y que a la vez son utilizadas en diferentes obras de construcción en el territorio de Paute y sus cantones aledaños.

1.2.2.2 Transporte de carga por carreteras.- Se podría empezar diciendo que está es una de las actividades complementarias a la que se dedica el cantón debido a que tiene actividades extractivas antes mencionadas. Como también la población que se dedica a la agricultura, traslada su mercancía de las distintas parroquias. Siendo así una más de las actividades que se realiza en este cantón y a la que se dedican sus moradores.

1.2.2.3 Otros tipos de transporte regular de pasajeros por vía terrestre.- Está es una de las actividades que a diario las personas utilizan, ya sea para llegar a sus sitios de trabajo y a los diferentes centros educativos como también un sin número de actividades que conllevan a trasladarse. A falta de recursos económicos, muchos de ellos no disponen de un vehículo y por lo tanto este servicio es primordial para los habitantes del sector y para ello se dispone de diferentes compañías de buses y camionetas destinadas a este servicio.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

1.2.2.4 Cultivo de hortalizas y legumbres, especialidades hortícolas y productos de vivero.-A estas actividades generalmente se dedican las personas que viven en los campos de Paute. Los principales productos que se cultivan son: cebolla, lechuga, remolacha, zanahoria, papas, melloco, arvejas, frejol, choclo, su producción se realiza principalmente en las parroquias de Chicán y Dug Dug. Así como también el cultivo de plantas frutales tales como: tomate, babaco, mora, aguacate, fresa, guayaba, chirimoya estas son cultivadas principalmente en la parroquia Bulán.

El clima sub tropical-templado de Paute, permite la producción de un gran variedad de flores y frutos, por esta razón es conocido como “La tierra de las flores y las frutas”. La industrialización de estos productos, específicamente las flores (Floricultura), ha permitido al Cantón Paute comercializar sus productos tanto a nivel regional, nacional como internacional, se trata de las empresas Malima y Flores del Valle(Moyano, 2011, pág. 37).

1.2.2.5 Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas, producción de alcohol etílico a partir de sustancias fermentadas.- La empresa conocida en anteriores fechas como Destilería Zhumir que hoy en día lleva su razón social como Corporación AZENDE es una de las principales industrias en el cantón, se dedica a la producción de distintos tipos de licores, siendo así otro de los principales motores de la economía pauteña.(Cobos, 2006, pág. 350).

1.2.2.6 Cría de ganado para producción de carne, o como ganado reproductor.- En este sector la población se dedica a esta actividad para producción de carne, el comercio de estos animales se lo realiza en la plaza de ganado ubicado en el sector Chicty los días domingos, pero además de esto también las personas se dedican al comercio de los productos derivados (leche, quesos) en los mercados del cantón los días de feria.

1.2.2.7 Cría de otros animales domésticos, elaboración de productos animales.-A esta actividad se dedican principalmente las personas que habitan en

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

la parroquia de Chican. Debido a que los habitantes de este sector, en especial las mujeres no tienen los estudios necesarios para realizar otro tipo de actividad se dedican a ésta, como es la crianza de cuyes, pollos, chanchos. Para luego venderlos en las feria de animales.

1.2.2.8 Gastronomía.- El cantón Paute, en los últimos años, ha demostrado principal interés en el desarrollo de ésta actividad que cautivan a los turistas, atrayendo a propios y extraños especialmente en las fiestas de su cantonización y sus festividades tradicionales de carnaval.

La gastronomía pauteña es una de las actividades más productivas y a la vez una estrategia para atraer a turistas hasta éste lugar. Uno de los lugares que más es visitado los fines de semana es la parroquia El Cabo por su succulenta gastronomía y de esta manera se afirma que estas actividades son practicadas de manera eficiente por los moradores de la parroquia.

1.2.2.9 Turismo.- Paute presenta varios lugares de interés turístico, la mayoría están ubicados en la zona urbana en el margen del río Paute. Los lugares de atracción son: El puente peatonal de Tony “El Suizo”, el parque lineal, la pista de bicigrós, el parque infantil, las cabañas municipales a lo largo del parque lineal, la plazoleta central para deleitarse de hornado pauteño, el parque central, y otros.(Moyano, 2011, pág. 38)

1.2.2.10 Comercio.-En Paute se puede encontrar un gran movimiento comercial de productos propios y productos externos. A sabiendas de que este es un lugar productivo de agricultura y ganadería donde todos los moradores venden sus productos los fines de semana, realizando así las actividades de comercio. Y a esta actividad no solo se dedican las personas del lugar si no también comerciantes de la zona austral.(Moyano, 2011, pág. 37).

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

1.3 Análisis del sistema de apoyo a la microempresa en el cantón Paute

1.3.1 Un sistema de apoyo.-

Es un conjunto de procesos desarrollados en una organización para crear, obtener, almacenar, transferir y aplicar el conocimiento de la empresa, ayuda a los gerentes con problemas no estructurados y se enfocan en las necesidades de información de la alta dirección, combinando los datos de fuentes internas y externas, ayudan a los directores a monitorear el desempeño organizacional, dar seguimiento a las actividades de los competidores, señalar problemas, identificar oportunidades y a pronosticar tendencias (Enriquez, s.f.).

1.3.2 Los sistemas de apoyo a la microempresa en Paute son los siguientes

1.3.2.1 Sistemas de Apoyo de Capacitación

a) Gobierno Autónomo Descentralizado.- El Gobierno Municipal artífice del desarrollo físico, social, cultural y ambiental del Cantón Paute, reduciendo los índices de pobreza, reactivando la economía del cantón y logrando una vida decente para los ciudadanos, cuenta con un departamento de Producción y el Centro de desarrollo empresarial y apoyo al emprendimiento, dirigido por el Ing. Ismael Ortiz Técnico de este departamento, brinda asesoramiento a las personas que quieran emprender algún tipo de negocio, este departamento ofrece los siguientes servicios: Elaboración de Planes de Negocios y el análisis de la propuesta tanto en la factibilidad técnica como también la financiera , estos a la vez son utilizados para ser presentados en el Banco Nacional de Fomento para poder acceder a un crédito para las personas que necesiten financiamiento. Este servicio del GAD está disponible para todo el público, pero en especial a personas de escasos recursos y a las que no cuentan con conocimiento acerca de su elaboración.

b) El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP).-Es la institución rectora multisectorial, para regular, normar, facilitar, controlar, y

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

evaluar la gestión de la producción agrícola, ganadera, acuícola y pesquera del país; promoviendo acciones que permitan el desarrollo rural y propicien el crecimiento sostenible de la producción y productividad del sector impulsando al desarrollo de productores, en particular representados por la agricultura familiar campesina, manteniendo el incentivo a las actividades productivas en general (Ministerio de Agricultura, s.f.).

El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca (MAGAP) incentivando a la producción nacional brinda diversos tipos de capacitación como es: capacitación en el tratamiento de suelos, elaboración de abonos orgánicos, elaboración de conservas, crianza de animales domésticos, crianza de ganado vacuno, entrega de semillas, cediendo incentivos a la agricultura de nuestro país.

La asociación de productores de la Parroquia Chicán ha tenido el privilegio de ser formada y capacitada en las actividades antes mencionadas por le MAGAP permitiendo así el estímulo para la formación de nuevas fuentes de empleo en la parroquia².

Cuadro N°2

Organismos que Brindan Apoyo de Capacitación a Pequeñas y Medianas Empresas en Paute

NOMBRE	UBICACIÓN	TELF	SERVICIOS OFRECIDOS
Centro de Emprendimientos	Bahía San José y calle Sucre, segundo piso	072250630	Apoya a en la elaboración de planes de negocio. Apoya a en las necesidades de los negocios.
MAGAP	Vega Muñoz 240 Tomás Ordoñez Sector de la Chola Cuencana.	2842139	Asesoramiento en los cultivos, crianza de animales domésticos. Cuentan con un sistema de apoyo para productores.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autores de la tesis.

² Se realizó una entrevista el 20 de Enero del 2014 a la Sra. Consuelo Villalta secretaria de la Asociación de Agricultores de la Parroquia Chicán con fin de conocer el tipo de beneficios que brinda el MAGAP.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

1.3.2.2 Instituciones que brindan Apoyo de Financiamiento a microempresas

a) El Banco Nacional de Fomento (BNF).-Dedicado a fomentar el desarrollo socio-económico y sostenible del país con equidad territorial, enfocado principalmente en los micro, pequeños y medianos productores a través de servicios y productos financieros al alcance de la población (Banco Nacional de Fomento, s.f.).

Esta entidad bancaria brinda el servicio de financiamiento a empresas que lo necesiten desde emprendimientos hasta empresas ya constituidas con una tasa intereses del 11% anual para agricultura, pecuario, turismo y empresa artesanal , el 15% anual para empresas de comercio y servicios. El periodo para la cancelación del crédito depende de la actividad que se realice y puede ser hasta de 10 años con un periodo de gracia hasta de 2 años.

b) La cooperativa Jardín Azuayo.-Es un instrumento de desarrollo de los pueblos en el sur del Ecuador, que ha robustecido a las economías populares a través de una ética de servicio, de solidaridad, de apoyo mutuo, con educación, con procesos de buen gobierno, hacia la vida digna de todas y todos (La Cooperativa Jardín Azuayo, s.f.).

Esta cooperativa concede a sus socios créditos para financiamiento de microempresas, a una tasa de 12.77% anual hasta 3 y 6 meses de gracia dependiendo del tipo de inversión y con un lapso de cancelación del préstamo de 3 a 5 años los cuales están listos para atender las necesidades del cantón y fomentar el crecimiento de Paute.

c) La cooperativa JEP es una entidad dedicada a las finanzas sociales lo cuales dan micro créditos para actividades productivas.

Los microcréditos de la Cooperativa JEP son efectivas soluciones financieras para darle impulso a actividades productivas de pequeña escala, bien sea en la producción de bienes, la comercialización o la prestación de servicios. El préstamo

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

se aprueba en 24 horas y según su modalidad, puede alcanzar un tope de US\$100.000 (cuando por ejemplo, se trata de Pymes).

Los créditos de consumo de la Cooperativa JEP están destinados a la libre inversión; desde adquisición de vehículos hasta financiamiento en la compra de bienes inmuebles. Con tasas nominales entre el 15% y el 15.20% (dependiendo del plazo), este crédito se ubica entre los más favorables para los consumidores financieros (La Cooperativa JEP, s.f.).

d) Banco del Pichincha esta entidad bancaria ofrece:

El crédito Productivo financia la operación o ampliación de su negocio, con capital de trabajo o compra de activos fijos.

Beneficios

- ❖ Le ofrecemos los montos y plazos ajustados a su necesidad y posibilidad de su negocio.
- ❖ Tan pronto como usted requiere. Productivo le da la aprobación y desembolso de su crédito en el menor tiempo.
- ❖ Le ofrecemos períodos de pago y valor de las cuotas de acuerdo al flujo del negocio.
- ❖ Usted y su negocio se encuentran protegidos ante imprevistos ya que cuenta con un seguro de desgravamen e incendio.
- ❖ Su crédito puede ser garantizado por una hipoteca o aval personal (Banco del Pichincha, s.f.).

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



Cuadro N°3
Organismos que Brindan Servicios Financieros a Pequeñas y Medianas
Empresas en Paute

NOMBRE	UBICACIÓN	TELEFONO	SERVICIOS OFRECIDOS
Banco Nacional de Fomento	Calles Luntur y Daniel Palacios	072250318	Otorgamiento de créditos a emprendimientos y empresas ya constituidas
Cooperativa Jardín Azuayo	Calles Simón Bolívar y Sucre	072250465	Otorgamiento de créditos a empresas ya constituidas
Cooperativa jep	Calles Ignacio Calderón y Rodríguez Parra	072251767	Otorgamiento de créditos a Pymes.
Banco del pichincha	Calles Abdón Calderón y Simón Bolívar	07220183	Otorgamiento de créditos a empresas ya constituidas.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autores de la tesis.

El presente trabajo investigativo está establecido con el fin de establecer un centro de asesoramiento en la formación y gestión de pequeñas y medianas, para mantener una constante asesoría en las áreas que sean requeridas por las empresas como también ser un centro de apoyo a emprendedores en donde se evaluará su viabilidad técnica, financiera y de mercado, facilitando la creación de nuevas organizaciones mediante servicios integrales durante su etapa de creación y maduración como negocio. Esta propuesta de investigación se ha constituido por dos motivos:

1) Debido a que en el cantón no existe un centro de apoyo en lo que se refiere a gestión y formación de empresas, como es el asesoramiento en: el manejo de materias primas, control de inventarios, análisis financieros, análisis técnicos, administración de recursos humanos y el servicio al cliente, servicios vitales en una organización para su existencia.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

2) La competitividad, la eficacia y eficiencia son esencial para todo tipo de empresa. En las pequeñas y medianas empresas es necesario que se manipulen bien estos 3 factores. En Paute se ha observado que no todas las pymes cuentan con un asesoramiento adecuado en estos componentes muy significativos y necesarios para el prosperidad de una empresa y es por ese motivo la implementación de esta propuesta investigativa.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

CAPITULO II

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA CAPACITADORA EN LA FORMACIÓN Y GESTIÓN DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EN EL CATÓN PAUTE.

2.1 Análisis de la Demanda

La capacitación es actualmente la clave para que las empresas puedan sobrevivir en un ambiente de globalización y competencia. Las empresas deben capacitar a sus empleados pero para eso se debe realizar un estudio previo para determinar quiénes necesitan de la capacitación con el fin de mejorar el desempeño en sus funciones.

El diagnosticar las necesidades de capacitación es de suma importancia para la empresa para que de esta manera pueda ser competitiva en el mercado, contando con recursos humanos capacitados y preparados para las fluctuaciones que se produzcan en el ámbito externo de la organización.(Sergio, 2013).

2.1.1. Diagnóstico de las necesidades de capacitación en las pequeñas y medianas empresas del cantón Paute.

La capacitación es un factor estratégico para que las empresas puedan ser competitivas, por lo que es necesario capacitar constantemente a los colaboradores de confianza y a todos los empleados para que las empresas puedan aspirar a tener una alta competitividad y un desempeño eficiente que las introduzca a la excelencia.

La determinación de las necesidades de capacitación permite conocer los requerimientos del personal, lo que es de gran utilidad para establecer los objetivos y las acciones del plan de capacitación(Fleitman, 2013).

Para el conocimiento de las necesidades de capacitación de las pequeñas y medianas empresas del cantón Paute se realizó una investigación mediante una

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

encuesta a los gerentes de las 45 empresas del cantón registradas en la Superintendencia de Compañías. A través de las encuestas fueron clasificadas cada una de las empresas según el Código Orgánico de la Producción (Registro Oficial, 2010) en donde las micro empresas tienen de 1 a 9 empleados, las pequeñas empresas de 10 a 49 y las medianas empresas de 50 a 199 empleados. La caracterización de la muestra dio como resultado 24 microempresas, 17 pequeñas empresas y 4 medianas empresas, considerando a las pequeñas y medianas empresas como el objeto de estudio para la investigación de la tesis.

Las pequeñas y medianas empresas en el cantón Paute según las encuestas realizadas 20 de estas tienen necesidades de capacitación en sus distintas áreas, siendo las más representativas el área de recursos humanos con un 29%, el área de ventas con un 25% y el área gerencial con un 22%, las pequeñas y medianas empresas con tienen residencia en Paute necesitan de forma inmediata un adiestramiento en las áreas antes mencionadas para su correcto funcionamiento tal como lo muestra el siguiente cuadro.

Cuadro N°4

Indicadores de necesidades de capacitación de las pymes del cantón Paute.

Necesidades de Capacitación	Porcentaje
Área Gerencial	22%
Área de Finanzas	10%
Área de Recursos Humanos	29%
Área de Producción	14%
Área de Ventas	25%

Fuente: Encuestas (Investigación realizada en abril de 2014)

Elaborado por: Autores de la tesis.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Cuadro N° 5

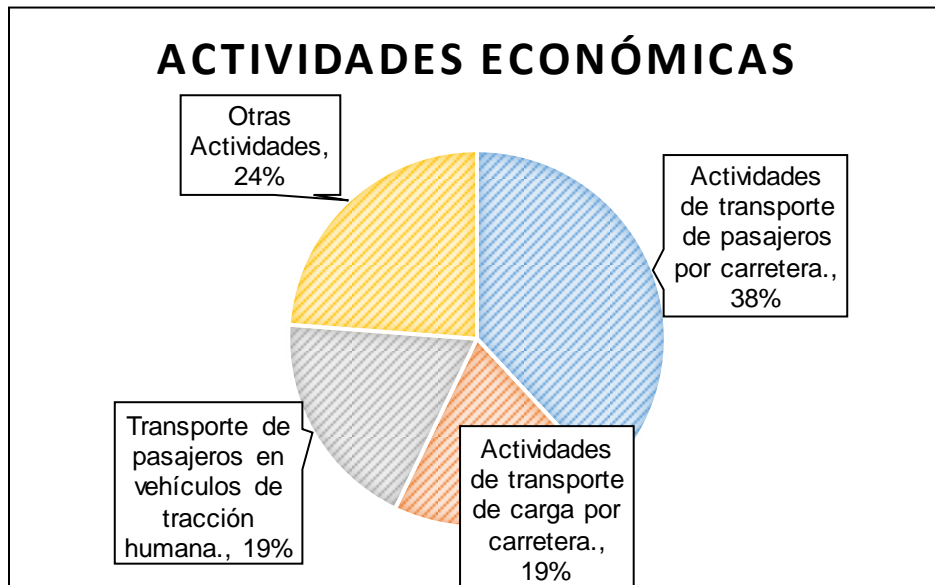
Actividades Económicas de las pymes del cantón, según el CIU del SRI

Actividades Económicas de Pequeñas y Medianas Empresas en el Cantón Paute.	Código CIU	Resultado	Porcentaje
Actividades de transporte de pasajeros por carretera.	I63030101	8	38%
Actividades de transporte de carga por carretera.	I63030102	4	19%
Transporte de pasajeros en vehículos de tracción humana.	I60220301	4	19%
Servicios de transporte urbano, suburbano e interurbano de pasajeros en autobuses escolares.	I60210101	1	5%
Explotación de graveras y canteras de arena.	C14101101	1	5%
Sustitución de Bandas de Rodadura en Cubiertas de Neumáticos Usados.	D25111202	1	5%
Actividades de Fomento del Turismo, Hotelería y Restaurantes.	L15130202	1	5%
Destilación y Producción de Otras Bebidas Alcohólicas.	D15510901	1	5%
Total		21	100%

Fuente: Encuestas (Investigación realizada en abril de 2014)

Elaborado por: Autores de la tesis.

Gráfico N° 2



Fuente: Encuestas (Investigación realizada en abril de 2014)

Elaborado por: Autores de la tesis.

En cuanto a las actividades económicas, la actividad más significativa es la de transporte de pasajeros por carretera con un (38%), con un (19%) están las actividades de pasajeros en vehículos de tracción humana y las actividades de carga por carretera de similar porcentaje y finalmente con un (24%) representando

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

a diferentes tipos de actividades económicas que realizan las pequeñas y medianas empresas en Paute.

2.- ¿Cuántos empleados tiene en su empresa?

Cuadro N° 6

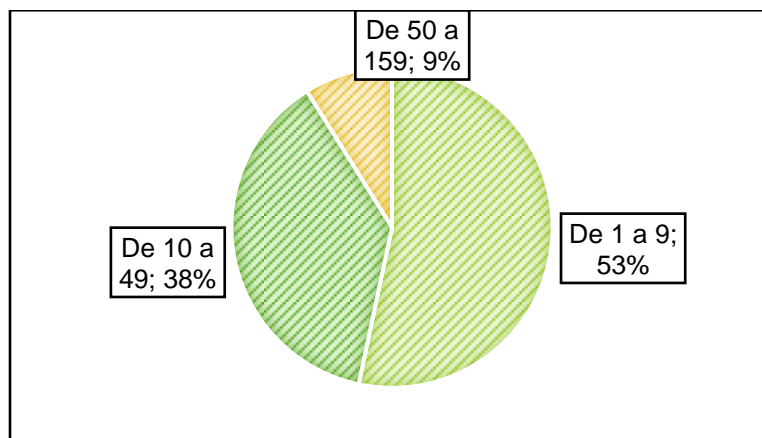
Los empleados de las pequeñas y medianas empresas en Paute

Opciones	Resultado	Porcentaje
De 1 a 9	24	53%
De 10 a 49	17	38%
De 50 a 159	4	9%
Total	45	100%

Fuente: Encuestas (Investigación realizada en abril de 2014)

Elaborado por: Autores de la tesis

Gráfico N° 3



Fuente: Encuestas (Investigación realizada en abril de 2014)

Elaborado por: Autores de la tesis.

Con referencia al número de empleados que tiene las empresas se obtuvo los siguientes resultados, el (53%) tienen de 1 a 9 por lo que se definen como microempresas, el (38%) tienen entre 10 y 49 siendo éstas pequeñas empresas, por último el (9%) tienen entre 50 a 159 empleados formando las medianas

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

empresas del cantón. De lo anteriormente descrito se analizará a las pequeñas y medianas empresas porque éstas son el objeto de estudio.

3.- ¿Cuál es el año de fundación de su empresa?

Cuadro N° 7

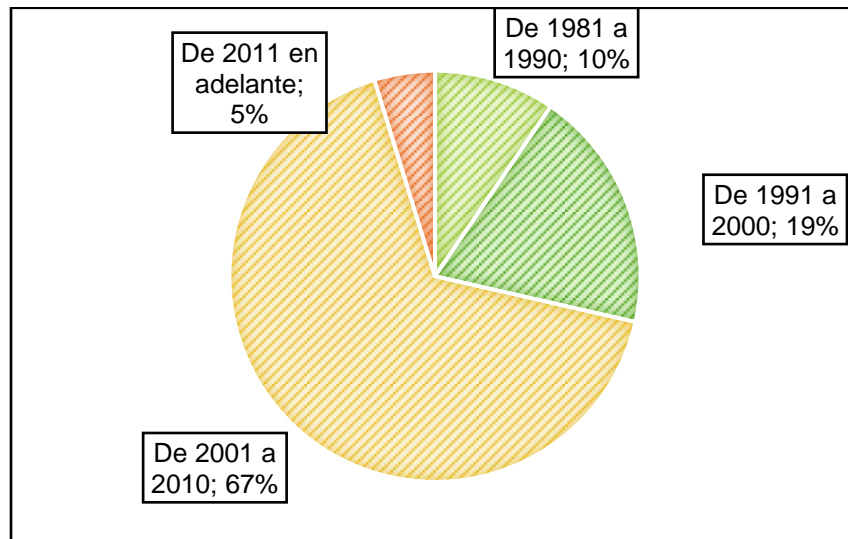
El año de fundación de las pequeñas y medianas empresas.

Opciones	Resultado	Porcentaje
De 1981 a 1990	2	10%
De 1991 a 2000	4	19%
De 2001 a 2010	14	67%
De 2011 en adelante	1	5%
Total	21	100%

Fuente: Encuestas (Investigación realizada en abril de 2014)

Elaborado por: Autores de la tesis.

Gráfico N° 4



Fuente: Encuestas (Investigación realizada en abril de 2014)

Elaborado por: Autores de la tesis.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

En cuanto al año de fundación de las pequeñas y medianas empresas según el cuadro N°6 muestra los siguientes resultados, en primer lugar se encuentra el año de fundación 2001 a 2010 con el (67%), con un (19%) el año 1991 a 2000, con el (10%) el año 1982 a 1990 y por último se encuentra el año 2011 en adelante con un (5%).

4.- ¿Actualmente tiene necesidades de capacitación su empresa?

Cuadro N° 8

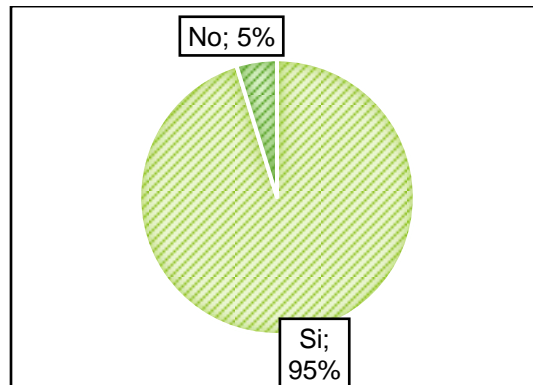
Las necesidades de capacitación de las pequeñas y medianas empresas.

Opciones	Resultado	Porcentaje
Si	20	95%
No	1	5%
Total	21	100%

Fuente: Encuestas (Investigación realizada en abril de 2014)

Elaborado por: Autores de la tesis.

Gráfico N° 5



Fuente: Encuestas (Investigación realizada en abril de 2014)

Elaborado por: Autores de la tesis.

Los resultados de la encuesta aplicada se visualiza la existencia de la necesidad de capacitarse en un porcentaje representativo como es el (95%) lo que

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

garantiza la existencia y aceptación del servicio que brindará el centro de capacitación.

5.- En el 2012 y 2013 ¿Ha recibido algún tipo de capacitación?

Cuadro N° 9

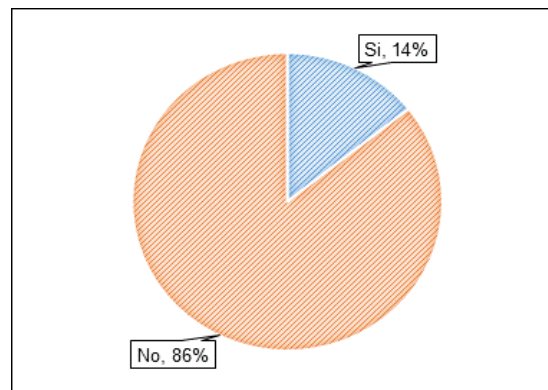
Pequeñas y medianas empresas del cantón que han recibido capacitación y las que no han recibido capacitación

Opciones	Resultado	Porcentaje
Si	3	14%
No	18	86%
Total	21	100%

Fuente: Encuestas (Investigación realizada en abril de 2014)

Elaborado por: Autores de la tesis.

Gráfico N° 6



Fuente: Encuestas (Investigación realizada en abril de 2014)

Elaborado por: Autores de la tesis.

En cuanto a la capacitación recibida por las pequeñas y medianas empresas el (86%) manifestaron que no han recibido ningún tipo de capacitación siendo este un porcentaje interesante para nuestro estudio, y el (14%) restante si han recibido capacitación.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

6.- A continuación marque ¿En que áreas ha recibido cursos de capacitación en los años 2012 y 2013?

Cuadro N° 10

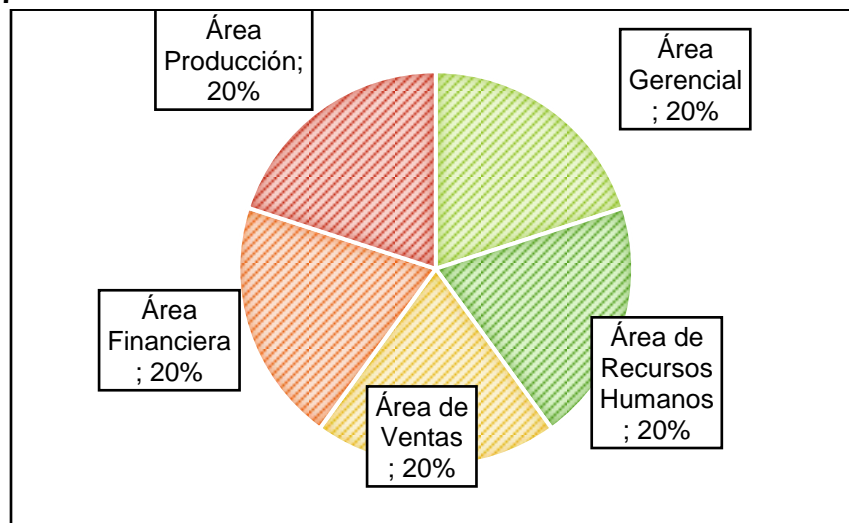
Áreas capacitadas de las pequeñas y medianas empresas.

Opciones	Resultado	Porcentaje
Área Gerencial	1	20%
Área de Recursos Humanos	1	20%
Área de Ventas	1	20%
Área Financiera	1	20%
Área Producción	1	20%
Total	5	100%

Fuente: Encuestas (Investigación realizada en abril de 2014)

Elaborado por: Autores de la tesis.

Gráfico N° 7



Fuente: Encuestas (Investigación realizada en abril de 2014)

Elaborado por: Autores de la tesis.

En cuanto a las áreas capacitadas tenemos que las 3 empresas que manifestaron si haber recibido capacitación lo han hecho en áreas tales como: gerencial, finanzas, recursos humanos, producción y ventas como se muestra en el cuadro n° 9 representado un 20% cada una.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

7.- ¿Cuál ha sido la duración aproximada de los cursos de capacitación que ha recibido?

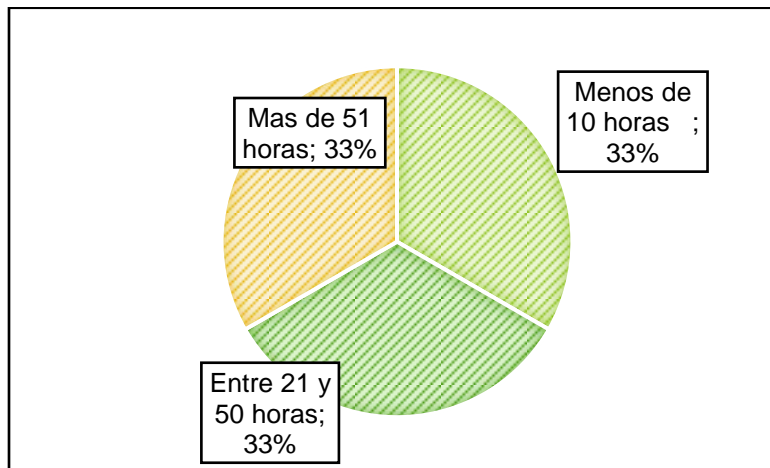
Cuadro N° 11 La duración de capacitación aproximada de las pequeñas y medianas empresas.

Opciones	Resultado	Porcentaje
Menos de 10 horas	1	33%
Entre 21 y 50 horas	1	33%
Más de 51 horas	1	33%
Total	3	100%

Fuente: Encuestas (Investigación realizada en abril de 2014)

Elaborado por: Autores de la tesis

Grafico N° 8



Fuente: Encuestas (Investigación realizada en abril de 2014)

Elaborado por: Autores de la tesis.

Referente a la duracion de las capacitaciones dadas a estas 3 empresas que mencionaron haber recibido capacitacion, se obtuvieron en distintos rangos de tiempo teniendo como resultado una empresa en menos de 10 horas (33%), otra entre 21 y 50 horas (33%) y la otra en mas de 51 horas (33%) como lo muestra el cuadro n°10.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



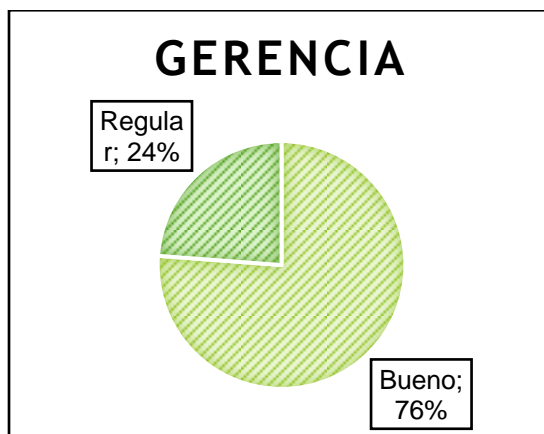
8.- Califique el nivel de dominio de las principales funciones que realiza en las siguientes áreas:

Cuadro N° 12 Dominio en el área Gerencial de las pequeñas y medianas empresas.

Gerencial	Resultado	Porcentaje
Bueno	16	76%
Regular	5	24%
Total	21	100%

Fuente: Encuestas (Investigación realizada en abril de 2014)
Elaborado por: Autores de la tesis.

Gráfico N° 9



Fuente: Encuestas (Investigación realizada en abril de 2014)
Elaborado por: Autores de la tesis.

Los gerentes de las pequeñas y medianas califican en lo cuanto al dominio de sus funciones que un (76%) es bueno y un (24%) consideran que su dominio es regular.

Cuadro N° 13 Dominio en el área Producción/Servicio de las pequeñas y medianas empresas.

Producción/Servicio	Resultado	Porcentaje
Bueno	11	52%
Regular	10	48%
Total	21	100%

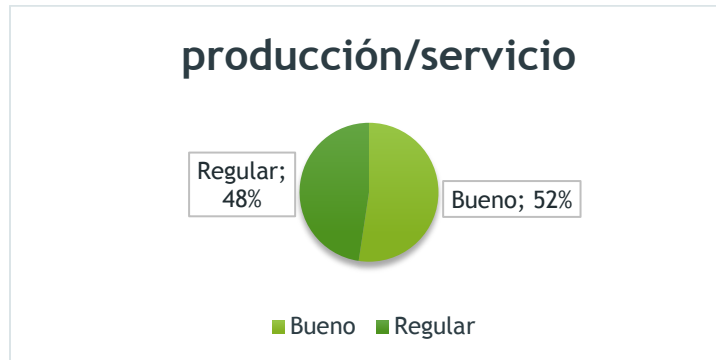
Fuente: Encuestas (Investigación realizada en abril de 2014)
Elaborado por: Autores de la tesis.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



Gráfico N° 10



Fuente: Encuestas (Investigación realizada en abril de 2014)

Elaborado por: Autores de la tesis.

En lo que tiene que ver al dominio en las actividades de producción o servicio el (52%) de los gerentes consideran que su dominio es bueno y el (48%) considera que su dominio es regular.

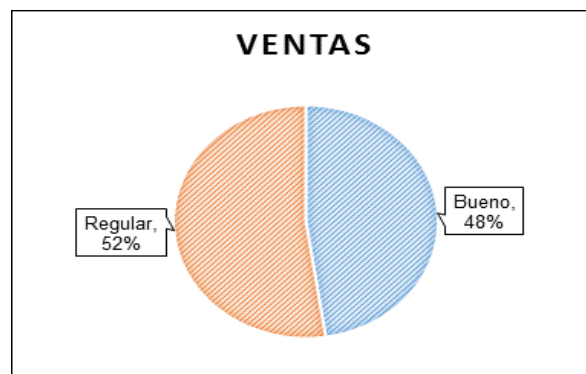
Cuadro N° 14 Dominio en el área de Ventas de las pequeñas y medianas empresas.

Ventas	Resultado	Porcentaje
Bueno	10	48%
Regular	11	52%
Total	21	100%

Fuente: Encuestas (Investigación realizada en abril de 2014)

Elaborado por: Autores de la tesis.

Gráfico N° 11



Fuente: Encuestas (Investigación realizada en abril de 2014)

Elaborado por: Autores de la tesis.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Respecto al dominio en cuanto a los temas relacionados con ventas el (48%) de los gerentes encuestados consideran tener buenos conocimientos y el (52%) de ellos dicen que son regulares.

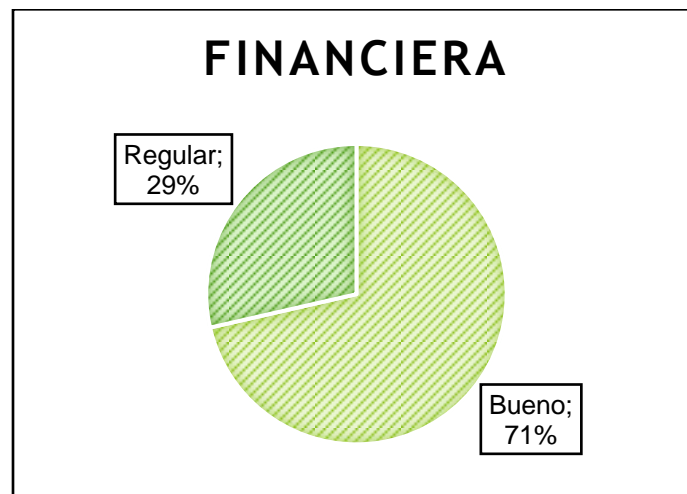
Cuadro N° 15 Dominio en el área Financiera de las pequeñas y medianas empresas.

Financiera	Resultado	Porcentaje
Bueno	15	71%
Regular	6	29%
Total	21	100%

Fuente: Encuestas (Investigación realizada en abril de 2014)

Elaborado por: Autores de la tesis.

Gráfico N° 12



Fuente: Encuestas (Investigación realizada en abril de 2014)

Elaborado por: Autores de la tesis.

Relativo al dominio de área financiera el (71%) considera que el desempeño en ésta es buena y el (29%) dice que el dominio es regular.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

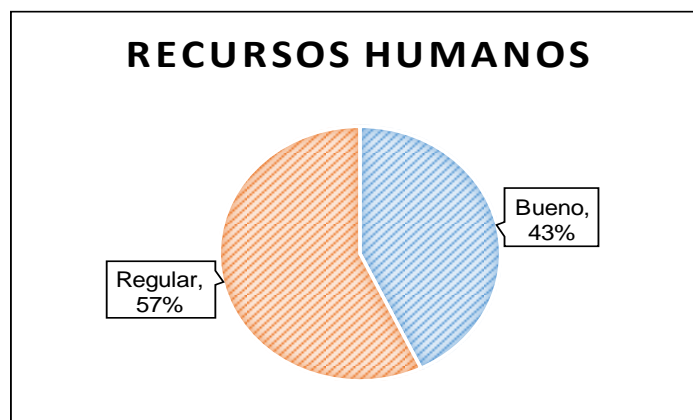
Cuadro N° 16 Dominio en el área de Recursos Humanos de las pequeñas y medianas empresas.

Recursos Humanos	Resultado	Porcentaje
Bueno	9	43%
Regular	12	57%
Total	21	100%

Fuente: Encuestas (Investigación realizada en abril de 2014)

Elaborado por: Autores de la tesis.

Gráfico N° 13



Fuente: Encuestas (Investigación realizada en abril de 2014)

Elaborado por: Autores de la tesis.

Respecto al desempeño en el área de recursos humanos el (43%) de las gerentes consideran que su dominio es bueno y el (57%) de los empresarios opina que es regular.

9. Marque las actividades de las siguientes áreas que considere podrían mejorar en su empresa.

Cuadro N° 17 Actividades gerenciales que podrían mejorar de las pequeñas y medianas empresas.

GERENCIA	Resultado	Porcentaje
Planificación y Organización	12	46%
Dirección	9	35%
Control	5	19%
Total	26	100%

Fuente: Encuestas (Investigación realizada en abril de 2014)

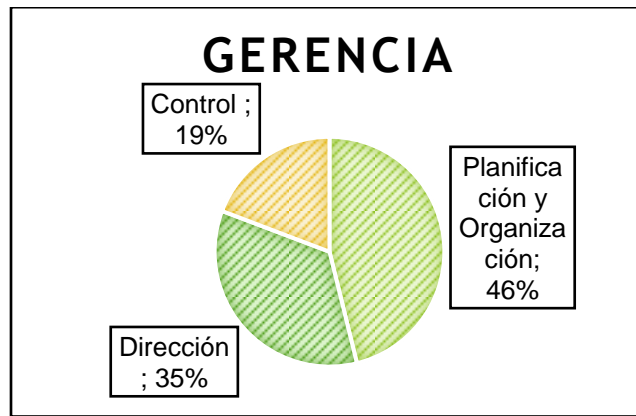
Elaborado por: Autores de la tesis.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



Gráfico N°14



Fuente: Encuestas (Investigación realizada en abril de 2014)

Elaborado por: Autores de la tesis.

En cuanto a las actividades del área Gerencial que consideran podrían mejorar con una capacitación los resultados según el gráfico n°14 son: con un 46% se encuentra la planificación y organización siendo este el mayor porcentaje, le sigue con un 35% la dirección y finalmente con un 19% dicen que se mejoraría el control.

Cuadro N°18 Actividades financieras que podrían mejorar de las pequeñas y medianas empresas.

FINANCIERA	Resultado	Porcentaje
Administración / contabilidad	8	53%
Contraloría	7	47%
Total	15	100%

Fuente: Encuestas (Investigación realizada en abril de 2014)

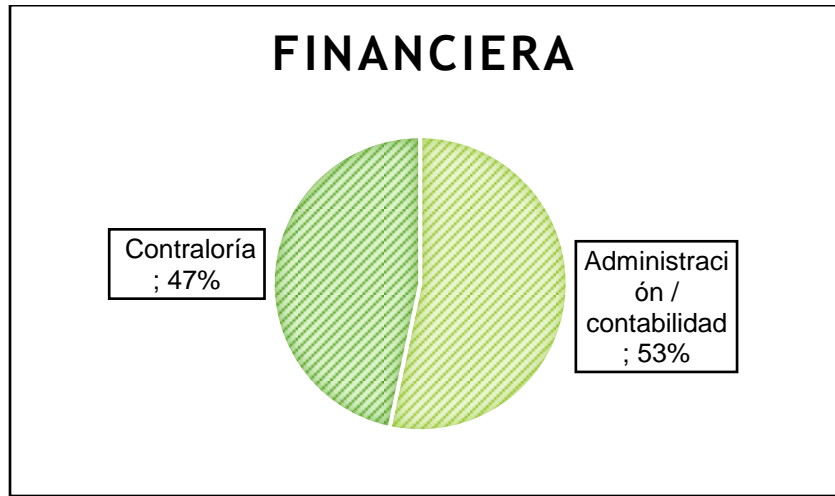
Elaborado por: Autores de la tesis.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



Gráfico N°15



Fuente: Encuestas (Investigación realizada en abril de 2014)
Elaborado por: Autores de la tesis.

Según el grafico n°15 en el área financiera las actividades que se podrían mejorar son administración y contabilidad (47%) y las actividades de contraloría (53%).

Cuadro N° 19 Actividades de Recursos Humanos que podrían mejorar en las pequeñas y medianas empresas.

RECURSOS HUMANOS	Resultado	Porcentaje
Contratación de personal	5	14%
Capacitación y desarrollo	17	49%
Sueldos y salarios	2	6%
Relaciones laborales	11	31%
Total	35	100%

Fuente: Encuestas (Investigación realizada en abril de 2014)
Elaborado por: Autores de la tesis.

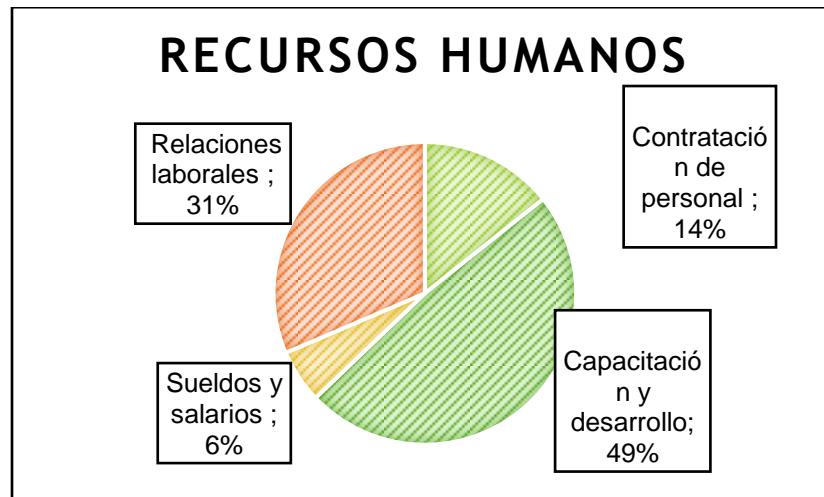
Gráfico N°16.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA



Fuente: Encuestas (Investigación realizada en abril de 2014)
Elaborado por: Autores de la tesis.

En el área de recursos humanos las actividades que se pueden mejorar son: el 49% las actividades de capacitación y desarrollo, un 31% las relaciones laborales, el 14% la contratación de personal y finalmente el 6% los sueldos y salarios.

Cuadro N° 20 Actividades de ventas que podrían mejorar en las pequeñas y medianas empresas.

VENTAS	Resultado	Porcentaje
Servicio al cliente	16	46%
Marketing	10	29%
Planeación de ventas	9	26%
Total	35	100%

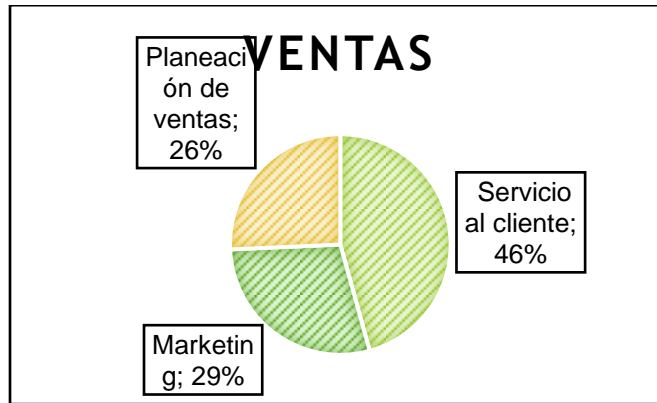
Fuente: Encuestas (Investigación realizada en abril de 2014)
Elaborado por: Autores de la tesis.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



Gráfico N°17



Fuente: Encuestas (Investigación realizada en abril de 2014)
Elaborado por: Autores de la tesis.

En el área de ventas, las actividades que se podrían mejorar con una capacitación según los encuestados es el servicio al cliente (46%), actividades en marketing (29%) y el (26%) con actividades en planeación de ventas.

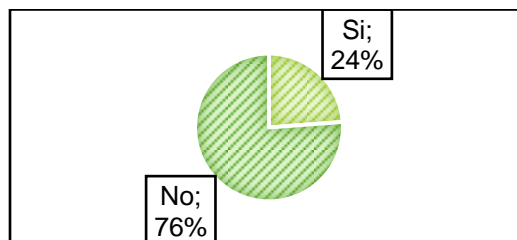
10. ¿Conoce de la existencia de algún centro de formación y gestión de empresas?

Cuadro N°21 Los gerentes de pequeñas y medianas empresas que conocen la existencia de centros de formación y gestión de empresas.

Opciones	Resultado	Porcentaje
Si	5	24%
No	16	76%
Total	21	100%

Fuente: Encuestas (Investigación realizada en abril de 2014)
Elaborado por: Autores de la tesis.

Gráfico N°18



Fuente: Encuestas (Investigación realizada en abril de 2014)
Elaborado por: Autores de la tesis.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

El (76%) de los gerentes comentan que no conocen empresas que brinden capacitación, mientras que el (24%) si conocen de la existencia de empresas que brinden este tipo de servicios.

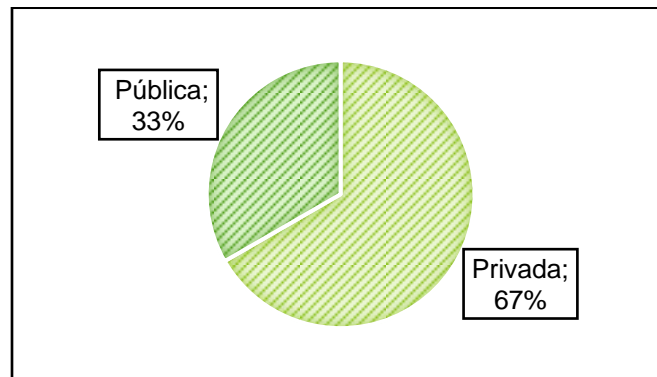
11. Señale el tipo de entidad que le brindaba el servicio de capacitación.

Cuadro N°22 El tipo de entidades que brinda capacitaciones a las pequeñas y medianas empresas en Paute.

Opciones	Resultado	Porcentaje
Privada	2	67%
Pública	1	33%
Total	3	100%

Fuente: Encuestas (Investigación realizada en abril de 2014)
Elaborado por: Autores de la tesis.

Gráfico N°19



Fuente: Encuestas (Investigación realizada en abril de 2014)
Elaborado por: Autores de la tesis.

De las 3 empresas analizadas las cuales si recibieron servicios de capacitación se determina el tipo de entidad que ofertó el servicio el (67%) se capacitó con empresas privadas y el restante (33%) con empresas públicas.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



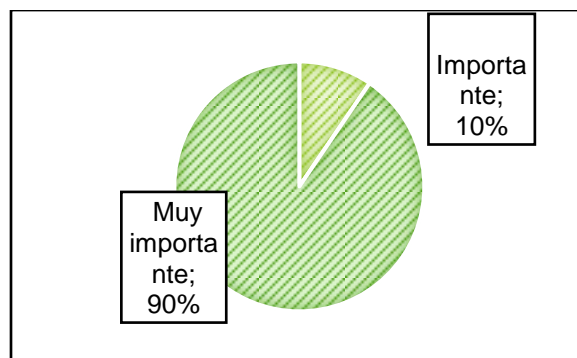
12. Valore el nivel de importancia de implementar un sistema de capacitación en su empresa.

Cuadro N° 23 El nivel de importancia de implementar un sistema de capacitación por parte de los gerentes de pequeñas y medianas empresas.

Opciones	Resultado	Porcentaje
Importante	2	10%
Muy importante	19	90%
Total	21	100%

Fuente: Encuestas (Investigación realizada en abril de 2014)
Elaborado por: Autores de la tesis.

Gráfico N°20



Fuente: Encuestas (Investigación realizada en abril de 2014)
Elaborado por: Autores de la tesis.

Según el gráfico n° 20 del análisis en cuanto al nivel de importancia que consideran los gerentes al sistema de capacitación para implementar el servicio se obtuvieron los resultados siguientes: el (90%) calificó como muy importante y con un (10%) la calificación de importante, recalando que ninguno de los encuestados consideran que la capacitación no es importante.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

13. ¿Estaría dispuesto a capacitar a sus empleados y a realizar posibles cambios en su organización si hubiese una empresa que disponga de estos servicios?

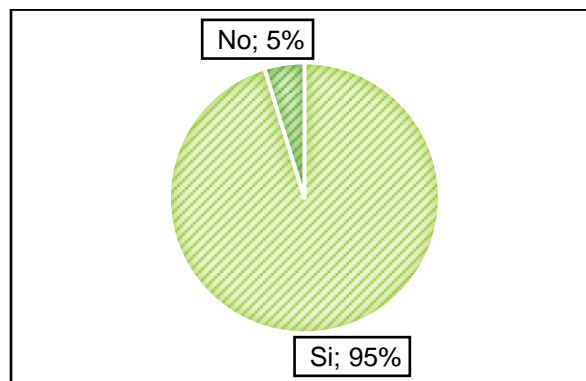
Cuadro N°24 Las pequeñas y medianas empresas que estarían dispuestos a adiestrar a sus empleados y a realizar posibles cambios en sus organizaciones.

Opciones	Resultado	Porcentaje
Si	20	95%
No	1	5%
Total	21	100%

Fuente: Encuestas (Investigación realizada en abril de 2014)

Elaborado por: Autores de la tesis.

Gráfico N°21



Fuente: Encuestas (Investigación realizada en abril de 2014)

Elaborado por: Autores de la tesis.

En referencia a si los gerentes estarían dispuestos a capacitar a sus empleados si existiera una empresa que disponga de estos servicios el (95%) manifestó que sí lo haría, siendo este un dato que da factibilidad de incurrir en el mercado con una empresa de servicios de capacitación.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

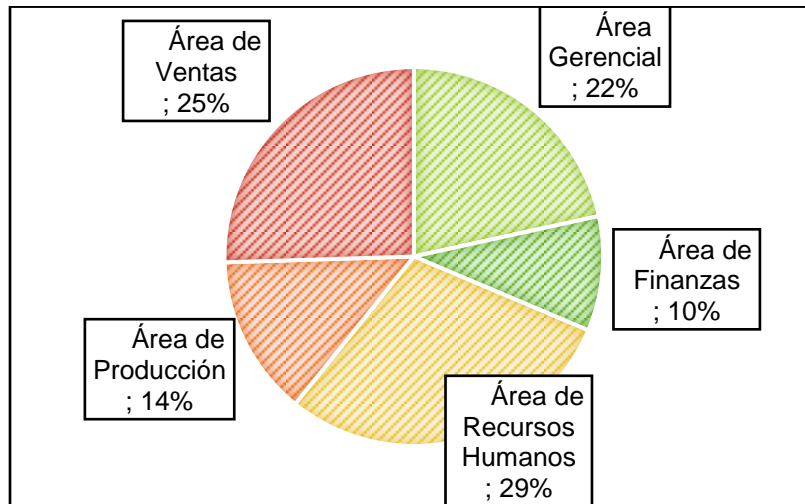
14. Si la respuesta fue afirmativa en la pregunta anterior ¿En qué áreas le gustaría recibir el servicio capacitación para su empresa?

Cuadro N°25 Representación de las distintas áreas en donde necesitan adiestramiento los gerentes de las pequeñas y medianas empresas.

Opciones	Resultado	Porcentaje
Área Gerencial	11	22%
Área de Finanzas	5	10%
Área de Recursos Humanos	15	29%
Área de Producción	7	14%
Área de Ventas	13	25%
Total	51	100%

Fuente: Encuestas (Investigación realizada en abril de 2014)
Elaborado por: Autores de la tesis.

Gráfico N°22



Fuente: Encuestas (Investigación realizada en abril de 2014)
Elaborado por: Autores de la tesis.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Como se puede observar el área que más necesita atención es la de recursos humanos seguida por la ventas y la de finanzas, es decir áreas básicas gerenciales.

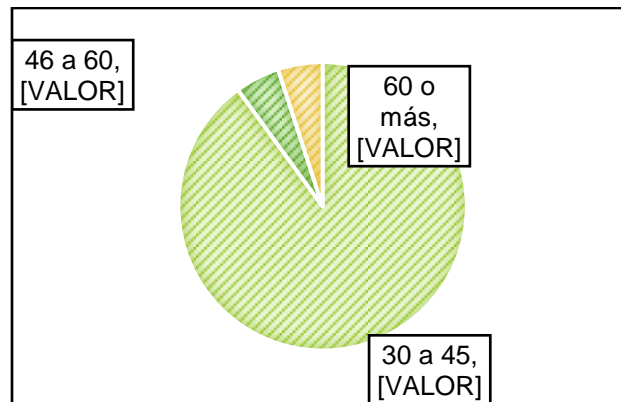
15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada hora de capacitación brindada a su empresa?

Cuadro N° 26 Cantidades que estarían dispuestos a pagar los gerentes de las pequeñas y medianas empresas por cada hora capacitación.

Opciones	Resultado	Porcentaje
30 \$-45 \$	18	90%
46 \$- 60 \$	1	5%
60 \$ o más	1	5%
Total	20	100%

Fuente: Encuestas (Investigación realizada en abril de 2014)
Elaborado por: Autores de la tesis.

Gráfico N°23



Fuente: Encuestas (Investigación realizada en abril de 2014)
Elaborado por: Autores de la tesis.

Los resultados muestran que la mayoría de empresarios de las pymes están dispuestos a pagar por un curso de capacitación entre 30 y 45 dólares (90%) por cada hora de capacitación brindada.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

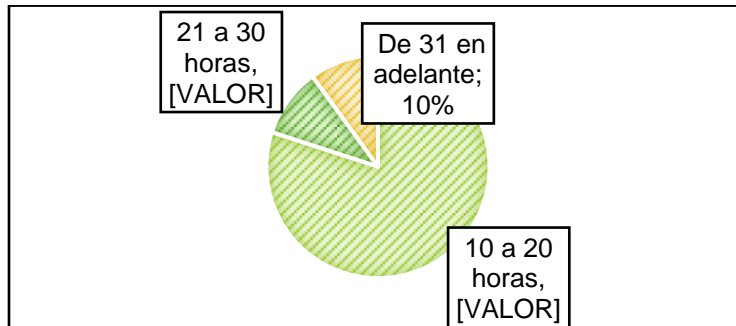
16. Marque ¿Cuántas horas estaría dispuesto a contratar el servicio de capacitación?

Cuadro N°27 El número de horas que estaría dispuestos contratar los gerentes de las pequeñas y medianas empresas el servicio de capacitación.

Opciones	Resultado	Porcentaje
10 hora – 20 horas	16	80%
21 horas – 30horas	2	10%
De 31 en adelante	2	10%
Total	20	100%

Fuente: Encuestas (Investigación realizada en abril de 2014)
Elaborado por: Autores de la tesis.

Gráfico N° 24



Fuente: Encuestas (Investigación realizada en abril de 2014)
Elaborado por: Autores de la tesis.

Las horas que estarían dispuestos a contratar el servicio de capacitación, el 80% de encuestados dicen que entre 10 a 20 horas, entre 21 a 30 horas el 10% y 31 horas en adelante se encuentran el 10%.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



2.2 Análisis de la Oferta

Este componente del estudio de mercado tiene como propósito, investigar la existencia y capacidad operativa de las unidades productivas que están ofertando un bien o servicio similar al que se va a ofertar en el proyecto, lo que puede englobarse conceptualmente bajo la denominación de competencia.

En este sentido, esta investigación hará posible situar el nuevo emprendimiento en un contexto realista, a fin de adoptar decisiones válidas vinculadas con la fijación de precios, estrategias publicitarias, canales de comercialización, expectativas de participación en el mercado total, etc. (Roldán, 2010)

El tipo de oferta en la que se desenvolverá el servicio del centro de capacitación es de tipo competitivo, ya que existen algunos gremios e instituciones que desarrollan esta actividad sin existir mayores impedimentos para la creación de nuevos centros.

Actualmente en el cantón las empresas que ofrecen servicios de capacitación son:

a. **EL MAGAP**

Es la institución rectora multisectorial, para regular, normar, facilitar, controlar, y evaluar la gestión de la producción agrícola, ganadera, acuícola y pesquera del país; promoviendo acciones que permitan el desarrollo rural y propicien el crecimiento sostenible de la producción y productividad del sector impulsando al desarrollo de productores, en particular representados por la agricultura familiar campesina, manteniendo el incentivo a las actividades productivas en general.

El MAGAP a través de la estrategia para El Desarrollo de la Productividad de Pequeños Productores brinda capacitación, asistencia técnica e innovación tecnológica gratuita a los pequeños productores para el mejoramiento de sus cultivos.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Brinda diversos tipos de capacitación como es: capacitación en el tratamiento de suelos, elaboración de abonos orgánicos, elaboración de conservas, crianza de animales domésticos, crianza de ganado vacuno, entrega de semillas, cediendo incentivos a la agricultura de nuestro país

También, se capacita a las empresas en las áreas de administración y organización con el objetivo de ayudar a que los productores manejen eficientemente los costos de producción, se fortalezcan a través de la asociatividad y se administren con criterio empresarial (MAGAP, 2013).

b. El centro de emprendimiento del Municipio de Paute.

El gobierno municipal creador del desarrollo físico, social, cultural y ambiental del cantón, reduciendo los índices de pobreza, reactivando la economía, logrando una vida decente para los ciudadanos, cuenta con un centro denominado Desarrollo empresarial y apoyo al emprendimiento, dirigido por el Ing. Ismael Ortiz, mismo que brinda asesoramiento en cuanto a emprender negocios, este departamento ofrece los siguientes servicios: elaboración de planes de negocios, análisis de la propuesta tanto en la factibilidad técnica como también la financiera, estos a la vez son utilizados como un requisito para acceder a créditos micro empresariales ser presentados en el Banco Nacional de Fomento. Este servicio del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) está disponible para todo el público, pero en especial a personas de escasos recursos y a las que no cuentan con conocimiento acerca de su elaboración.

c. SECAP

El Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional-SECAP, en su afán de optimizar sus procesos y alinear toda su estructura a la atención de la ciudadanía para responder a los desafíos de la capacitación y formación profesional en diversas áreas que contribuyen al desarrollo productivo y estratégico del país, con tecnologías modernas y especializadas que genera la empleabilidad en los participantes y fortalece las capacidades emprendedoras de los mismos, se

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

realizan acciones oportunas encaminadas a ofrecer un servicio de calidad. Así como también desarrollar competencias, conocimientos, habilidades y destrezas en las y los trabajadores y servidores ecuatorianos a través de procesos de perfeccionamiento, capacitación y formación profesional que respondan a la demanda del sistema laboral, propendiendo al uso del enfoque de competencias laborales en los procesos formativos e incluyendo en estas acciones a los grupos de atención prioritaria y actores de la economía popular y solidaria.(SECAP, 2011)

2.2.1 Diseño de planes de capacitación

Para la elaboración de planes de capacitación es necesario conocer y revisar algunos términos:

La capacitación.-Consiste en una serie de actividades planeadas y basadas en las necesidades de la empresa que se orientan hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y aptitudes de los empleados que les permitan desarrollar sus actividades de manera eficiente, capacitar también implica proporcionar al trabajador las habilidades y conocimientos que lo hagan más apto y diestro en la ejecución de su propio trabajo. Esos conocimientos pueden ser de varios tipos y pueden enfocarse a diversos fines individuales y organizacionales(Instituto PYME, 2011).

Es un proceso educativo a corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, mediante el cual las personas aprenden conocimientos, actitudes y habilidades, en función de objetivos definidos. El entrenamiento implica la transmisión de conocimientos específicos relativos al trabajo, actitudes frente a aspectos de la organización, de la tarea, del ambiente, y desarrollo de habilidades. Cualquier tarea, ya sea compleja o sencilla, implica necesariamente estos tres aspectos. (Idalberto Chiavenato)

Plan de capacitación.- El Plan de Capacitación es un instrumento de gestión que contribuye al desarrollo de las estrategias de la organización, en materia de cualificación y desarrollo de las personas a las que va dirigido. Además está

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

orientado a colaborar al logro de los objetivos de la institución (Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, 2008).

1. ACTIVIDADES DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EN PAUTE

Las pequeñas y medianas empresas domiciliadas en el cantón Paute se dedican a las siguientes actividades : transporte de pasajeros por carretera, transporte de carga por carretera, transporte de pasajeros en vehículos de tracción humana, servicios de transporte urbano, suburbano e interurbano de pasajeros en autobuses escolares, explotación de graveras y canteras de arena, sustitución de bandas de rodadura en cubiertas de neumáticos usados, actividades de fomento de turismo, hotelería, restaurantes y a la destilación y producción de bebidas alcohólicas.

2. JUSTIFICACIÓN

El plan de capacitación en las áreas de Recursos Humanos, Gerencial, Financiera, Ventas y Producción/servicio constituye un instrumento que determinan las prioridades de capacitación de los gerentes y empleados de las pymes en el cantón Paute.

La capacitación, es un proceso educacional de carácter estratégico aplicado de manera organizada y sistémica, mediante el cual el personal adquiere o desarrolla conocimientos y habilidades específicas relativas al trabajo, y modifica sus actitudes frente a aspectos de la organización, el puesto o el ambiente laboral. Como componente del proceso del desarrollo de las áreas de la empresa, la capacitación implica por un lado, una sucesión definida de condiciones y etapas orientadas a lograr la integración del colaborador a su puesto en la organización, el incremento y mantenimiento de su eficiencia, así como su progreso personal y laboral en la empresa. Y, por otro un conjunto de métodos técnicas y recursos para el desarrollo de los planes y la implantación de acciones específicas de la empresa para su normal desarrollo. En tal sentido la capacitación constituye factor importante para que el colaborador

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

brinde el mejor aporte en el puesto asignado, ya que es un proceso constante que busca la eficiencia y la mayor productividad en el desarrollo de sus actividades, así mismo contribuye a elevar el rendimiento, la moral y el ingenio creativo del colaborador(Escuela de Organización Industrial, 2013).

El plan de capacitación incluye a los gerentes, empleados y a todos que integran la empresa, agrupados de acuerdo a las áreas de actividad y con temas puntuales, se cuenta con la certeza que los planes de capacitación programadas apoyarán y guiarán para cumplir con metas y objetivos planteados por las empresas.

3. ALCANCE

El presente plan de capacitación tiene una aplicación para todas las áreas y departamentos con las que cuenta las pequeñas y medianas empresas del cantón Paute.

4. FINES DEL PLAN DE CAPACITACIÓN

Siendo el propósito general impulsar la eficiencia y eficacia en las organizaciones, la capacitación se lleva a cabo para contribuir a:

- Elevar el nivel de rendimiento de los individuos que conforman la empresa.
- Agilizar la toma de decisiones y la solución de problemas
- Incrementar la productividad y la calidad del trabajo.
- Ayudar a la orientación de nuevos empleados.
- Convertir a la empresa en un entorno de mejor calidad para trabajar.
- Mejorar la interacción entre los colaboradores y elevar el interés por el aseguramiento de la calidad en el servicio.
- Generar conductas positivas y mejoras en el clima de trabajo, la productividad y la calidad.
- Ayuda en la conversión y adopción de políticas empresariales

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

5. OBJETIVOS DEL DISEÑO DE CAPACITACIÓN.

OBJETIVO GENERAL.-Proporcionar un modelo que permita a las pequeñas y medianas empresas del cantón Paute, cubrir las necesidades de capacitación en lo referente a la formación y gestión de empresas.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Diseñar un modelo con el cual se logre satisfacer las necesidades de capacitación en gestión y formación de pymes.
- Promover a los dueños, gerentes y trabajadores los conocimientos, habilidades y aptitudes para un manejo eficiente de sus empresas.
- Lograr cambios en el conocimiento del empleado con la finalidad de mejorar las relaciones interpersonales entre los miembros de la empresa, logrando así un ambiente de trabajo propicio.
- Contribuir a elevar y mantener un buen nivel de eficiencia individual y rendimiento colectivo.
- Apoyar la continuidad y desarrollo institucional.

6.- METAS

Capacitar a gerentes, jefes de departamento y personal operativo de las pymes domiciliadas en Paute.

7.- ESTRATEGIAS

Las estrategias a emplear son.

- Instruir en cuanto a la planificación, organización, dirección y control de empresas.
- Desarrollar temas sobre el aporte significativo que un área de recursos humanos capacitado brinda a la empresa.
- Proporcionar cursos sobre la importancia del Talento Humano capacitado en una empresa.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Dar a conocer la importancia, la influencia y valor que tiene el área de ventas dentro de la empresa.
- Adiestrar al personal de ventas lo importante de conservar a los clientes en la empresa.

8.- TIPOS, MODALIDADES Y NIVELES DE CAPACITACIÓN

a) TIPOS DE CAPACITACIÓN.- Existen dos tipos de capacitación:

Capacitación Preventiva.-Tiene por objeto preparar al personal para enfrentar con éxito la adopción de nuevas metodología de trabajo, nueva tecnología o la utilización de nuevos equipos, llevándose a cabo una estrecha relación al proceso de desarrollo empresarial.

Capacitación Correctiva.-Está orientada a solucionar “problemas de desempeño”. En tal sentido, su fuente original de información es la Evaluación de Desempeño realizada normalmente en la empresa, pero también los estudios de diagnóstico de necesidades dirigidos a identificarlos y determinar cuáles son factibles de solución a través de acciones de capacitación(Slideshare, 2012).

b) MODALIDADES DE CAPACITACIÓN

Los tipos de capacitación enunciados se desarrollarán a través de las siguientes modalidades:

Formación.-Su propósito es impartir conocimientos básicos orientados a proporcionar una visión general y amplia con relación al contexto de desenvolvimiento.

Actualización.-Se orienta a proporcionar conocimientos y experiencias derivados de recientes avances científico – tecnológicos en una determinada actividad.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Perfeccionamiento.-Se propone completar, ampliar o desarrollar el nivel de conocimientos y experiencias, a fin de potenciar el desempeño de funciones técnicas, profesionales, directivas o de gestión.

c) NIVELES DE CAPACITACIÓN

Los tipos como en las modalidades de capacitación a las PYMES se dará en los siguientes niveles:

Nivel Intermedio.-Se orienta al personal que requiere profundizar conocimientos y experiencias en una ocupación determinada o en un aspecto de ella. Su objeto es ampliar conocimientos y perfeccionar habilidades con relación a las exigencias de especialización y mejor desempeño en la ocupación.

Nivel Avanzado.-Se orienta al personal que requiere obtener una visión integral y profunda sobre un área de actividad o un campo relacionado con esta. Su objeto es preparar cuadros ocupacionales para el desempeño de tareas de mayor exigencia y responsabilidad dentro de la empresa.

9.- ACCIONES A DESARROLLAR

Las acciones para el desarrollo del plan de capacitación están respaldadas por los temarios que permitirán a los asistentes ser capacitados en los diversos temas, y mediante el aprendizaje capitalizar los logros obtenidos como personas también como empresa.

Temas a Capacitar

Estos temas para tratar en los programas de capacitación parten de la investigación realizada y son sugeridos por los autores.

a) GERENCIAL

- Planeamiento Estratégico
- Administración y organización
- Cultura Organizacional
- Gestión del Cambio

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

b) RECURSOS HUMANOS

- Contratación de personal
- Capacitación y desarrollo
- Sueldos y salarios
- Relaciones laborales

c) FINANCIERA

- Administración y Contabilidad
- Contraloría

d) VENTAS

- Servicio al cliente
- Marketing
- Planeación de Ventas.

El diseño del Plan de capacitación descrito fue adaptado del Plan de Capacitación de Recursos Humanos de la empresa PALMERA AMAZONICA S.A.³

³El diseño del plan de capacitación a ha sido tomado como modelo a seguir de la Escuela de Organización Industrial. Acceso el 14 de abril del 2014. Dirección web:
<http://www.eoi.es/blogs/mintecon/2013/05/14/modelo-de-un-plan-de-capacitacion-2/>

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

CAPITULO III

PLAN DE NEGOCIOS DE LA EMPRESA DE CAPACITACIÓN DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EN EL CANTON PAUTE

3.1 ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA

3.1.1 Introducción

La administración estratégica se la define como el arte y la ciencia de formular, implementar y evaluar las relaciones internacionales que permite a la organización alcanzar sus objetivos (FREDD, 1997)

Cada empresa antes de empezar debe identificar de manera primordial su razón de ser, su propósito de existencia, a donde quiere llegar en el futuro, preguntándose siempre de qué manera, con qué recursos alcanzará sus propósitos y bajo qué normas o reglamentos va a regir sus funciones para que todo el equipo de trabajo actúe bajo los mismos lineamientos. En definitiva la planeación estratégica permite que la empresa u organización alcance metas y objetivos planeados.

El proceso de planeamiento estratégico implica la realización de una serie de actividades formalizadas por parte de las empresas encaminadas a identificar objetivos y metas, y analizar el ambiente externo y los recursos internos para así conseguir identificar oportunidades y amenazas del entorno y determinar fortalezas y debilidades de la organización. Este proceso permitirá a la empresa formular estrategias adecuadas a sus objetivos, teniendo en cuenta la situación interna y externa. (Sánchez., 2004)

3.1.2 Misión

Capacitar a las pequeñas y medianas empresas del cantón Paute con la finalidad de contribuir con el desarrollo íntegro del recurso humano y el

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

enriquecimiento del capital intelectual de las empresas, a través de un diseño, implementación y desarrollo de estrategias de capacitación, ofreciendo soluciones innovadoras y ajustadas a sus requerimientos.

3.1.3 Visión

Para el año 2019 ser la primera, la mejor y la más reconocida empresa de capacitación con la mejor alternativa en solución de problemas empresariales, promoviendo servicios personalizados y virtuales (online) de capacitación a las empresas pymes a nivel cantonal.

3.1.4 Objetivos

GENERAL

Brindar a las pequeñas y medianas empresas de Paute una nueva e innovadora forma de capacitar a sus colaboradores de manera rápida, eficiente y oportuna.

ESPECÍFICOS

- Incrementar la productividad de las empresas.
- Proporcionar a la empresa capital humano altamente calificado en términos de conocimiento, habilidades y actitudes.
- Lograr mejoras en los gerentes y empleados en cuanto al desempeño de sus funciones.
- Mantener a los gerentes y empleados actualizados frente a los cambios científicos y tecnológicos que se den en su entorno.
- Obtener cambios en la conducta del empleado con el propósito de mejorar las relaciones entre todos los miembros de la empresa, obteniendo excelentes condiciones laborales.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

3.1.5 Principios y Valores Corporativos

Los principios y valores que rigen a la empresa de capacitación en gestión y formación pymes son los siguientes:

VALORES

- Cooperación: Significa apoyo mutuo entre todo el personal que forma parte de la empresa, permitiendo brindar un servicio de calidad a los clientes.
- Entusiasmo: Es la actitud que se toma frente a diferentes situaciones pero ésta será siempre de modo positivo.
- Confiabilidad: La cual se logrará cumpliendo con los compromisos, con las expectativas de los clientes, brindándoles un servicio a un precio justo y de calidad.
- Calidad: Es el factor diferenciador que permite ofrecer el mejor servicio en toda actividad al contar con personal altamente calificado.

PRINCIPIOS

- Trabajo en Equipo: Es muy necesario para la empresa, con el trabajo grupal se logra crecer cumpliendo con los ideales empresariales además porque así se logra brindar un servicio de calidad.
- Honestidad: Empleada en todas las actividades empresariales, buscando la satisfacción de empleados y clientes para generar confianza.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Responsabilidad: Creada como la aceptación de las consecuencias que cada trabajador debe tener por actividades realizadas y las que se le encomienda.
- Lealtad: Cumplir con compromisos adquiridos con los participantes a los cursos de capacitación.
- Creatividad: Para cumplir de forma satisfactoria el trabajo y cumplir con los compromisos de ayuda al sector micro empresarial.

3.1.6 La cadena de valor

La cadena de valor permite diagnosticar la presencia de una ventaja competitiva, como también es un instrumento que permite categorizar las actividades que producen valor agregado en la empresa, las cuales se dividen en dos tipos: actividades primarias y actividades secundarios o de apoyo.

Las actividades primarias de la empresa son aquellas que forman parte de la creación del servicio, actividades tales como:

Marketing y Publicidad

Se relaciona con las actividades publicitarias y herramientas que se utilizarán para promocionar a la empresa e incurrir en el mercado.

Personal de Contacto

Personal que interviene directamente en la prestación del servicio interactuando con el cliente, encargándose permanente de la variabilidad del servicio según sean sus particularidades, el personal de contacto es el

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

portador de una gran parte de la percepción que el mercado logra acerca de oferta de la empresa.

Operaciones

Destinada a establecer relaciones comerciales con las pequeñas y medianas empresas del sector y con los profesionales que puedan ayudar en las capacitaciones en las diferentes áreas.

Mantenimiento

Se responsabiliza de analizar las evaluaciones sobre los servicios de la empresa, realizadas por los participantes (clientes) a los diferentes eventos de capacitación y asesoría.

El proceso de servicio de la empresa se encuentra apoyado en otros subprocesos o actividades secundarias (apoyo), que son:

- **Administrativo:** Gestiona la planificación estratégica de la empresa, metas y objetivos a cumplir.
- **Contabilidad:** Apoya en actividades financieras, legales y tributarias.
- **Recursos humanos:** Orientada a la motivación de los profesionales que dictarán los cursos y desarrollarán las estrategias de capacitación.
- **Desarrollo de tecnología:** Procura la obtención y mejora de la tecnología empleada en la empresa capacitadora para brindar el servicio.

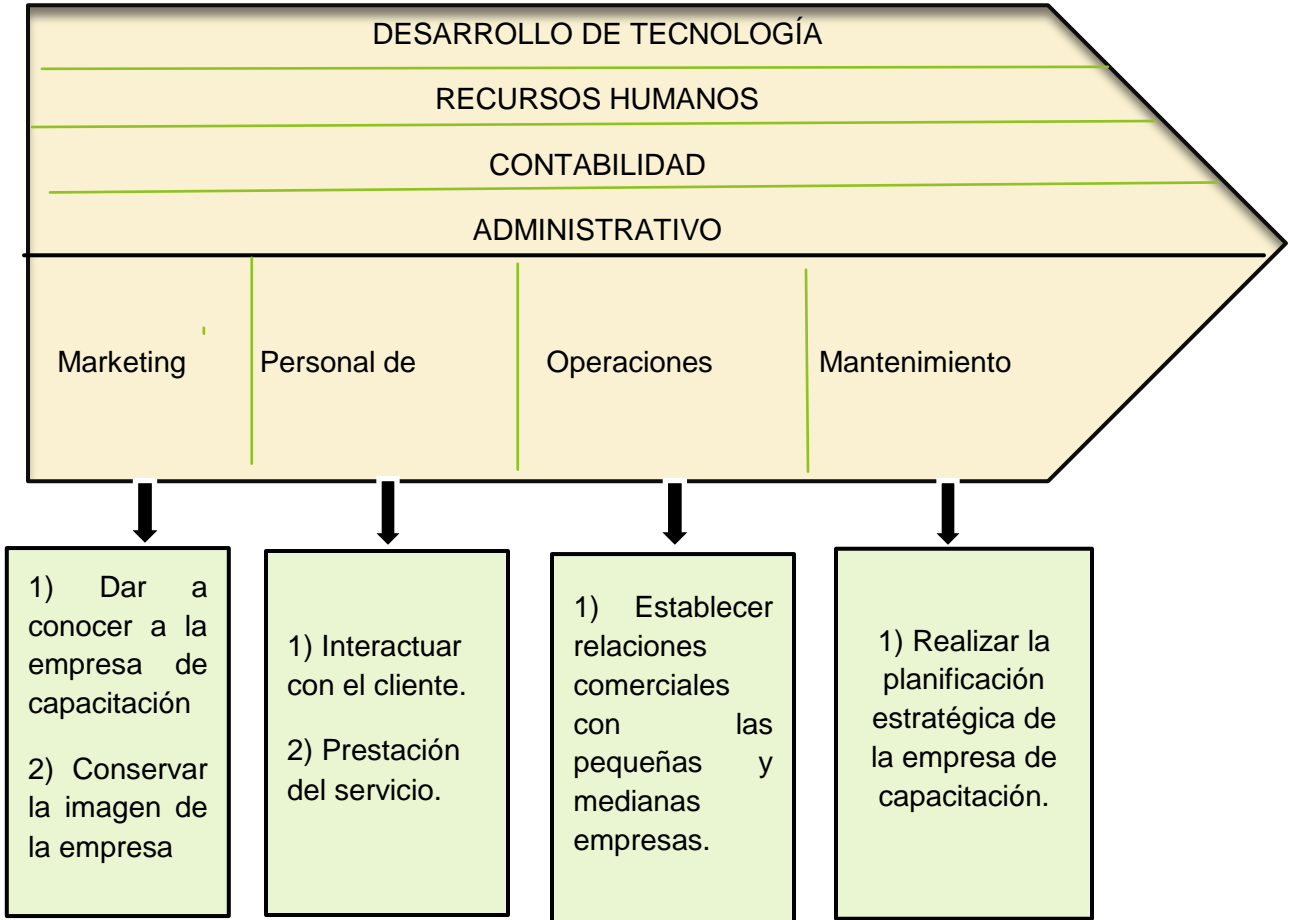
AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



Grafico N° 25

Cadena de Valor de La empresa de Capacitación.



Elaborado por: Autores de la tesis
Fuente: Investigación Propia

3.1.7 Análisis de las 5 fuerzas DE MICHAELL PORTER

Esta herramienta tiene un gran valor debido que muestra las cinco fuerzas de la industria que influyen en las estrategias competitivas de una empresa, y ayuda a determinar las consecuencias de rentabilidad a largo plazo del mercado.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA

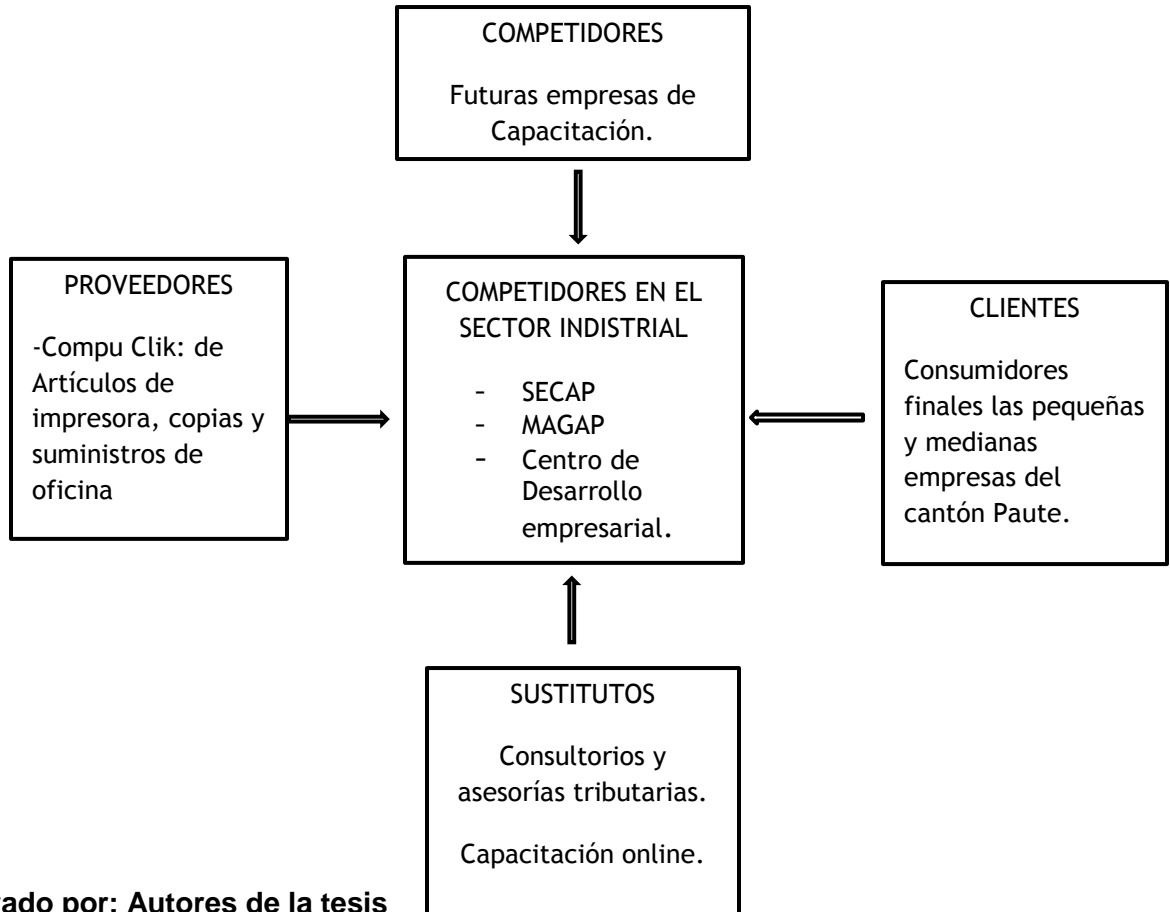


UNIVERSIDAD DE CUENCA

Por medio de este análisis se analizará el sector en el cual se desempeña la empresa, para lo cual es necesario estudiar a sus proveedores, clientes, competidores actuales, posibles competidores, productos sustitutos.

Grafico N° 26

Las fuerzas Competitivas de Porter



Elaborado por: Autores de la tesis

3.1.7.1 Amenaza de nuevos ingresos

En cuanto al análisis de este factor, podemos determinar que el riesgo de entrada de nuevos competidores es alta, ya que la inversión que se requiere para efectuar un negocio de esta naturaleza es accesible y se ve amenazada por la entrada de nuevos competidores por lo que se

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

tendrá que aplicar estrategias para lograr un valor agregado en el servicio.

3.1.7.2 Rivalidad entre los competidores existentes

Las principales empresas que existe en el medio local y que son la competencia para la empresa de capacitación son de naturaleza pública que brindan servicios de capacitación gratuita como lo son: El MAGAP, El centro de desarrollo empresarial y apoyo el emprendimiento, otro centro que da el mismo servicio es el SECAP la diferencia es que esta cobra por dar la prestación del servicio.

Para contrarrestar esta fuerza competitiva la empresa deberá aprovechar la exclusividad que se tendrá en paquetes de capacitación acordes a las necesidades de los clientes ya que la competencia oferta el servicio para determinadas áreas, como por ejemplo el MAGAP se limita a dar capacitaciones en áreas de producción en Agricultura y Ganadería y el centro de desarrollo empresarial en estudios de factibilidad de negocios.

3.1.7.3 Poder negociador de Proveedores

Los proveedores influyen en los costos de producción. Cuantos menos proveedores existan, su poder tiende a ser mayor, lo que resulta una menor ventaja para la empresa. En nuestro medio existen muchos proveedores, por lo que tienen bajo poder de negociación generando así una ventaja competitiva la empresa. Los materiales y el personal idóneo que son vitales para brindar el servicio.

3.1.7.4 Poder negociador de Clientes

Esta empresa de capacitación está dirigida al sector empresarial, con el fin de adiestrar y preparar ante los múltiples cambios que enfrentan las empresas en cuanto a conocimientos.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Existen algunas empresas en el entorno que ofrecen los mismos servicios, el poder negociador de los clientes sí se da en la empresa de capacitación y se refleja en la flexibilidad de costos que ofrece.

3.1.7.5 Amenaza de productos o servicios sustitutivos.

Son productos que satisfacen la misma necesidad pero de distinta manera. En un mercado cualesquiera no es nada atractivo que existan productos sustitutivos reales o potenciales. El escenario se tornaría complicado si los sustitutos están más avanzados tecnológicamente o pueden entrar a precios más bajos que los precios que se van a establecer como por ejemplo las capacitaciones online este producto sustitutivo puede generar una reducción en las utilidades como también una intensa rivalidad de los competidores.

3.1.8 Matriz FODA

Una de las aplicaciones del análisis FODA es la determinación de los factores que pueden favorecer (Fortalezas y Oportunidades) u obstaculizar (Debilidades y Amenazas) el logro de objetivos establecidos con anterioridad para la empresa. (Borrello, pág. 157)

La matriz FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas) es un cuadro con variables en sentido horizontal y vertical. El análisis FODA sirve para diagnosticar la situación de una organización para plantearse objetivos y propósito futuros.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



Gráfico N° 27
Análisis FODA.

<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personal capacitado que realiza de manera eficiente y eficaz su trabajo para ofrecer servicios de calidad. • Creatividad para ofrecer alternativas de aprendizaje. • Precios accesibles y acordes al mercado. • Métodos de enseñanza innovadores • Interés por parte de los socios para adoptar propuestas de cambio. • Ubicación Estratégica • Conocimiento de la Competencia 	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contar con Instituciones de financiamiento. • Ser los primeros en brindar servicios de capacitación en Formación y Gestión de pymes en el cantón Paute. • Capacidad de crecimiento en el mercado objetivo. • Mejora continua de las empresas. • Demanda insatisfecha.
<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ser nuevos en el mercado y no tener el reconocimiento por parte de los clientes. • Falta de infraestructura propia. • No se cuenta con recursos económicos necesarios para el crecimiento del negocio. 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ingreso nuevos competidores en el mercado. • Mensajes publicitarios poco eficientes. • Cambios en las necesidades, deseos y expectativas de clientes que la empresa no puede satisfacer. • Una base reducida de clientes. • Volatilidad de precios

Elaborado por: Autores de la tesis
Fuente investigación propia.

3.2 Plan de Marketing

El Plan de Marketing es una herramienta que sirve para prever cual será el comportamiento comercial en la empresa durante un periodo de tiempo determinado, se desarrolla como la principal herramienta para el impulso de las estrategias de las empresas, es decir, es la guía en la que se basarán

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

las acciones de la empresa contiene desde la base de la estrategia y la conceptualización de la misma, hasta las acciones concretas que se realizarán para conseguir los objetivos (Vega, 2014).

3.2.1 Plan de mercadeo

3.2.1.1 Investigación de Mercado

La investigación de mercado que se realizó fue de tipo exploratorio la misma que tiene por objeto el conocimiento y la familiarización de una empresa capacitadora de pymes en el mercado del cantón Paute, para ello se utilizó una herramienta de alta confiabilidad como son las encuestas, además se identificaron las variables más importantes que intervienen en el desarrollo del plan de negocio, constituyendo el punto de partida la aceptación de la empresa por parte de los gerentes de las pequeñas y medianas empresas. Este estudio examinó los veredictos de los gerentes sobre la posibilidad de realizar cambios en sus empresas con la integración de un servicio de capacitación en áreas requeridas por ellos y de esta manera permitir un desarrollo eficaz en sus acciones empresariales.

3.2.1.2 Segmento al cual se dirigió la investigación

El segmento de mercado es un proceso que permite identificar similitudes dentro de una población denominado segmento a los que se va a dirigir todo el esfuerzo de marketing, con la finalidad de obtener mayor rentabilidad en la empresa.

De lo dicho anteriormente se establece que el mercado que recibirá el servicio de capacitación son las pequeñas y medianas empresas del cantón Paute.

Para la investigación se tomó en cuenta todas las empresas de Paute registradas en la Superintendencia de Compañías que dan un total de 45,

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

mismas que fueron tomadas en cuenta como la muestra para la recolección de información requerida para el estudio.

Para determinar el segmento de mercado se aplicó una encuesta de manera personalizada a todos los gerentes, obteniendo los siguientes resultados en cuanto a su tamaño y fundación.

Cuadro N°28
Muestra.

Características	Micro empresas	Pequeñas Empresas	Medianas Empresa	Total
Empleados	1 a 9	10 a 49	50 a 199	
Monto de Ventas	Igual o Menor a \$100.000,00 anuales	Entre \$100.001,00 y \$1'000.000,00 anuales	Entre \$1'000.001,00 a \$5'000.000,00 anuales	
Año de Fundación				
1981 - 1990			2	2
1991 - 2000	10	2	2	14
2001 - 2010	9	14		23
2011 en adelante	5	1		6
Total	24	17	4	45

Elaborado por: Autores de la tesis.

De las cuales el segmento de interés para este estudio son las pequeñas y medianas empresas constituidas de la siguiente forma 17 pequeñas empresas y 4 medianas como lo muestra en el siguiente cuadro:

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



Cuadro N°29
Segmento de Mercado.

Características	Pequeñas Empresas	Medianas Empresas	Total
Empleados	10 a 49	50 a 199	
Monto de Ventas	Entre 100.001,00 y 1'000.000,00 de dólares anuales	Entre 1'000.001,00 a 5'000.000,00 de dólares anuales	
Año de Fundación			
1981 - 1990		2	2
1991 - 2000	2	2	4
2001 - 2010	14		14
2011 en adelante	1		1
Total	17	4	21

Elaborado por: Autores de la tesis

3.2.2 Estrategias de marketing

3.2.2.1 Producto

SEECA es una empresa que se encuentra ubicada en el cantón Paute, ofrece servicios de capacitación a pequeñas y medianas empresas. Los paquetes de servicios que la empresa oferta son los siguientes:

PAQUETE 1: DESARROLLO DE HABILIDADES GERENCIALES

Horas requeridas del paquete: 8 horas

Contenido:

- a) La Gerencia y el Gerente en la empresa
- b) El Trabajo Gerencial
- c) Las Funciones del Gerente y su importancia

- La Planeación

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Organización
- Dirección
- Control

d) Principios de la Administración Científica.

- Organización Científica del Trabajo
- Selección y Entrenamiento del trabajador
- Cooperación y remuneración por rendimiento individual
- Responsabilidad y especialización de los directivos en la planeación del trabajo

Metodología

La capacitación se realizará con personal especializado, mediante conferencias, proyección de diapositivas y entrega de guías de aprendizaje sobre el contenido.

Participantes

En este paquete participarán los Gerentes encargados del manejo de las pequeñas y medianas empresas.

Objetivos

Al finalizar el curso los participantes estarán capacitados para:

- Desarrollar mejores estrategias en la toma de decisiones y conocer las reglas básicas del protocolo empresarial.
- Integrar a los colaboradores en el análisis y solución de problemas relacionados con funciones dentro de la organización.
- Identificar y satisfacer las necesidades de capacitación.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

PAQUETE 2: ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

Horas requeridas del paquete: 12 horas

Contenido:

- a) La Administración Financiera Conceptos básicos.
- b) Los Estados Financieros
- c) Presupuestos
- d) Flujo del Efectivo
- e) El Capital de Trabajo y Financiamiento a Corto Plazo
- f) La Administración del Efectivo y Cuentas por Cobrar
- g) Administración de Inventarios
- h) Financiamiento a Largo Plazo

Metodología

La capacitación se realizará con personal especializado, mediante conferencias, proyección de diapositivas y entrega de guías de aprendizaje sobre el contenido.

Participantes

Gerentes y el personal encargado de la Administración Financiera de la empresa.

Objetivos

Al finalizar el curso los participantes estarán capacitados para:

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Entender las finanzas en un contexto empresarial e identificar las funciones del administrador financiero en una empresa.
- Conocer los distintos conceptos y técnicas útiles para la administración del capital de trabajo.
- Presentar e interpretar la información financiera
- Identificar los distintos mecanismos de financiación.
- Tomar decisiones más acertadas

PAQUETE 3: ADMINISTRACIÓN DE PRODUCCIÓN

Horas requeridas del paquete: 8 horas

Contenido:

- a) La Administración de la Producción Conceptos Fundamentales
- b) Investigación y Desarrollo del Producto y el Proceso
- c) Distribución de Planta
- d) El Estudio de Trabajo
- e) Planificación y Control de la Producción
- f) La Reingeniería de Procesos

Metodología

La capacitación se realizará con personal técnico, mediante conferencias, proyección de diapositivas, entrega de guías de aprendizaje sobre el contenido y el estudio de casos.

Participantes

Personal encargado de la producción de la empresa y sus subordinados.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Objetivos

Al finalizar el curso los participantes estarán capacitados para:

- Detectar las fuentes improductivas
- Calcular e incrementar la productividad de la empresa
- Planificar y Controlar la producción
- Mejorar los procesos y optimizar recursos

PAQUETE 4: ADMINISTRACIÓN DEL TALENTO HUMANO

Horas requeridas del paquete: 10 horas

Contenido:

- a) La Dirección del Talento Humano
- b) Diseño y Descripción de Cargos
- c) Proceso de Admisión de Personas
- d) Sueldos Y Salarios
- e) Capacitación y Desarrollo del Talento Humano

Metodología

La capacitación se realizará con personal especializado, mediante conferencias, proyección de diapositivas, entrega de guías de aprendizaje sobre el contenido y el estudio de casos.

Participantes

Gerentes y el personal encargado de la Administración del Talento Humano.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Objetivos

Al finalizar el curso los participantes estarán capacitados para:

- Contribuir en la formación y desarrollo del Talento Humano
- Desarrollar procesos inherentes a la gestión estratégica del Recurso Humano
- Aportar desde la gestión humana al fortalecimiento empresarial
- Generar ventaja competitiva para las empresas mediante la gestión del conocimiento y el talento colectivo
- Promover el desarrollo organizacional

PAQUETE 5: ADMINISTRACIÓN DE VENTAS

Horas requeridas del paquete: 12 horas

Contenido:

- a) Administración de la Fuerza de Ventas
- b) Reclutamiento y Selección del Personal de Ventas
- c) Capacitación de la Fuerza de Ventas
- d) Dirección de la Fuerza de Ventas
- e) Motivación a la Fuerza de Ventas
- f) Compensación a la fuerza de Ventas
- g) Supervisión de la Fuerza de Ventas
- h) Planeación de Ventas
- j) Servicio al Cliente

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Metodología

La capacitación se realizará con personal especializado, mediante conferencias, proyección de diapositivas, entrega de guías de aprendizaje sobre el contenido y el estudio práctico.

Participantes

Gerentes, personal encargado de la Administración de Ventas y subordinados.

Objetivos

Al finalizar el curso los participantes estarán capacitados para:

- Lograr que el Servicio a los Clientes sea Excelente
- Fidelizar a los clientes de las empresas
- Alcanzar una óptima distribución del producto y/o servicio
- Satisfacer las expectativas de los clientes

3.2.2.2 Promoción

Se trata de una sucesión de técnicas integradas en el plan de marketing, cuya finalidad consiste en alcanzar una serie de objetivos específicos a través de diferentes estímulos y acciones limitadas en el tiempo y dirigidas a un target determinado. El objetivo de una promoción es ofrecer al consumidor un incentivo para la compra o adquisición de un producto o servicio a corto plazo, lo que se traduce en un incremento puntual de las ventas (Gonzales, 2013).

Para persuadir a los clientes a que contraten los servicios de capacitación se hará uso de dos elementos de la mezcla proporcional.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Promoción de Ventas

Es una herramienta de la mezcla promocional que consiste en promocionar un producto o servicio a través del uso de incentivos o actividades destinados a inducir al consumidor a decidirse por su compra (Crece Negocios, 2013).

Antes de lanzar una promoción de ventas hay que asegurarse de que la empresa será capaz de atender a todos los clientes que la requieran y que la inversión requerida para la implementación de la promoción sea compensada con el aumento de las ventas.

Objetivos

- Atraer la mayor cantidad de clientes posibles, tomando en cuenta una promoción dirigida a aumentar las ventas en el mercado a corto plazo.
- Estimular el interés por el servicio.
- Contrarrestar acciones de la competencia.

Premios

- Un beneficio para el cliente es que si recomienda y logra introducir un consumidor más a la empresa se le dará 4 horas de capacitación gratis.
- Casualmente se estarán dando combos de promoción donde se introducirá el lema 2 por uno.
- Se utilizará un incentivo de rebajas mismo que está en función del número de veces que el cliente demanda el servicio, mientras mayor sea la petición mayor será la descuento en el precio.
- Las diez empresas que se inscriban primero tendrán un descuento de hasta el 25% en el precio del servicio.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



Presupuesto

Como se señaló anteriormente el presupuesto para promociones será un porcentaje ya que se invertirá en la promoción según al acceso y disponibilidad de recursos que tenga la empresa de capacitación SEECA.

Evaluación

Para la evaluación de promoción en ventas se realizará un análisis comparativo de ventas respecto a meses anteriores, cuando se utilizó esta estrategia y cuando no se implementó aun.

Publicidad

La publicidad consiste en dar a conocer, informar y hacer recordar un producto o servicio al público, así como en persuadir, estimular o motivar su compra, consumo o uso, a través del uso de una comunicación y medios impersonales, es decir, a través de una comunicación y medios que van dirigidos a varias personas al mismo tiempo (Crece Negocios, 2012).

Objetivo:

- Dar a conocer al mercado objetivo sobre el nuevo servicio de capacitación en formación y gestión pymes.
- Informar al mercado todos los beneficios que tiene el servicio de capacitación, con una explicación de el por qué los servicios que brinda SEECA son mejores, con la finalidad de que los futuros clientes prefieran este servicio brindando por SEECA que por la competencia.
- Incidir en el futuro cliente mediante el mensaje para modificar su conducta.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Presupuesto

Para el centro de capacitación SEECA se ha designado un porcentaje para destinar a este gasto debido a que la empresa está en sus inicios.

Estrategias

SEECA utilizará herramientas de publicidad como : anuncios impresos, la distribución de folletos, tarjetas de presentación, anuncios en la prensa local y la creación de cuentas en las redes sociales de Facebook y Twitter esto con el fin de dar a conocer los servicios que oferta la empresa.

Evaluación

Para contar con una correcta evaluación publicitaria luego de un periodo determinado se relazarán pruebas con personas debidamente analizadas para el caso, con la finalidad de conocer cuál de las publicidades fue la que más recuerda y que impacto causó cada una de ellas.

3.2.2.3 Plaza

Se tendrá al alcance de las empresas los servicios en el único punto de venta que será en el Centro Cantonal de Paute entre Abdón Calderón y Simón Bolívar frente al parque central ya que es preciso que el servicio esté disponible cuando el interesado desee adquirirlo y la ubicación antes mencionada es un punto estratégico que el cantón tiene.

El canal de distribución para el servicio de capacitación será directo entre ofertante y demandante. Es importante el contacto directo con el consumidor cuando se trata de ofertar servicios, sin excluir que en un futuro se ofertarán servicios online.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

3.2.2.4 Precio

La fijación del valor se base en los precios del mercado, se considera esta la mejor opción de fijación de precios, ya que se quiere alcanzar aceptación del mercado, se incurrirá en el mismo con precios menores a los de la competencia para tener una ventaja competitiva.

Es de suma importancia que el mercado objetivo este de acuerdo con el precio fijado porque de no ser así no existiría demanda del servicio.

Existen algunos métodos para fijar el precio al cual se ofertarán los servicios de capacitación, la empresa SEECA vio conveniente utilizar un promedio de acuerdo a la encuesta realizada donde se obtuvo información de cuanto estarían dispuestos a pagar los gerentes por cada hora de capacitación brindada cabe recalcar que los precios establecidos en la encuesta son rangos de acuerdo al mercado.

3.2.2.5 Servicio

Ofrecer al cliente la garantía en el servicio que permitiría incrementar el reconocimiento en el mercado, fidelizar a los clientes y mejorar la rentabilidad de la empresa.

Dar soluciones a problemas administrativos, conocer los intereses de los gerentes con el fin de desarrollar estrategias de servicio que logren satisfacer sus necesidades.

Ofrecer a los clientes un servicio de primera con temas de capacitación actualizados que permitan mejorar su competitividad en el mercado.

Conseguir las perspectivas de los gerentes de las empresas sean cubiertas e incluso superadas.

Lograr que las empresas que nunca han capacitado a su personal lo hagan en un momento determinado con el objetivo de incrementar las ventas y mejorar la administración en las pequeñas y medianas empresas.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



3.3 Estructura Técnica

3.3.1 Localización

Se entiende como la ubicación óptima del proyecto, esto es, aquella que permite maximizar la rentabilidad financiera o minimizar los costos totales unitarios de producción (Roldán, 2010).

La empresa de capacitación propuesta estará ubicada en el cantón Paute perteneciente a la provincia del Azuay. Para el proyecto, el cantón Paute cuenta con la infraestructura adecuada, es decir los servicios básicos, alcantarillado, transporte terrestre, bancos, cooperativas de ahorro y crédito, personal profesional, materiales y los recursos necesarios para el desarrollo de la empresa.

Por el momento la empresa no cuenta con un local propio para iniciar con sus actividades, por lo mismo se deberá tomar en cuenta el costo por arriendo e instalaciones del local, el mismo que tendrá la infraestructura y especificaciones técnicas adecuadas para cada departamento y necesidades que requiera la empresa.

La empresa estará ubicada entre las calles Abdón Calderón y Simón Bolívar frente a parque central, dirección que es ampliamente transitada por las personas y se encuentra en plena zona comercial, en donde se genera un ambiente propicio para que se dé a conocer la empresa de capacitación.

3.3.2 Tamaño y Capacidad

Cuando se habla de un tamaño de un proyecto, se suele aludir a su capacidad de producción durante un periodo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y el tipo de proyecto que se trata (Melnick, 1958).

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Aquí se debe tener en cuenta dos aspectos importantes que inciden en este estudio como lo es el segmento que se debe cubrir con el proyecto y la dimensión del área total que tiene el local para la instalación de la empresa de capacitación.

El tamaño que se dispondrá para la empresa es de 153 m² el cual tendrá una capacidad promedio de 30 clientes como mínimo diario y con una capacidad máxima de acaparar a 60 clientes.

3.3.3 Diagrama de Proceso

Es una herramienta metodológica que permite visualizar de manera sucinta, la secuencia e interrelación de actividades relacionadas con la obtención de un bien o servicio (Roldán, 2010).

3.3.3.1 Diagrama de Flujo del Servicio

Se elabora por lo general utilizado como símbolo básico el rectángulo:

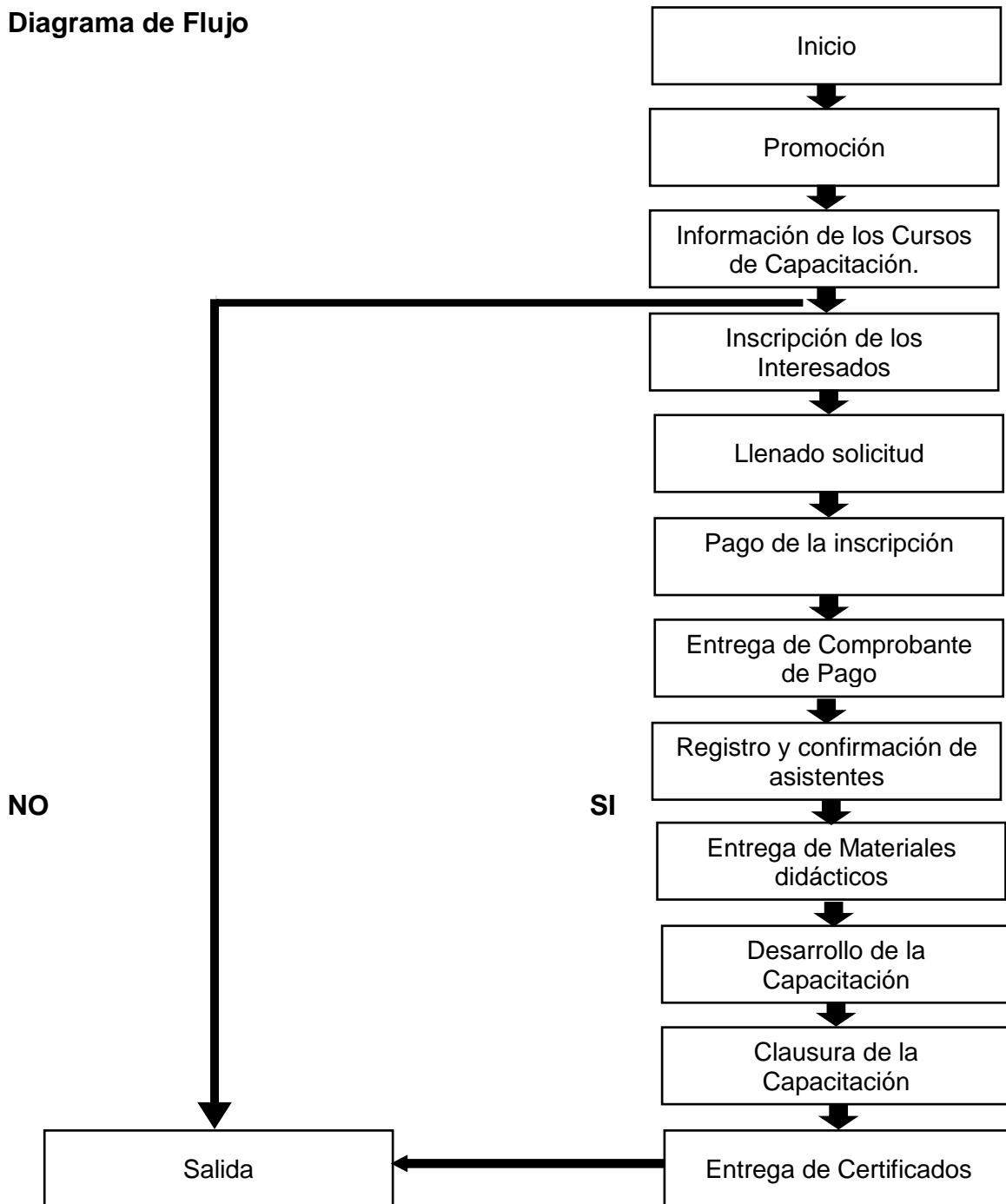
AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



Grafico N° 28

Diagrama de Flujo



Elaborado por: Autores de la tesis.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



3.3.4 Equipos e Instalaciones

Determinar los aspectos y criterios relevantes que justifican la selección, adquisición y operación de estos componentes, de tal manera que se obtengan la máxima rentabilidad financiera (proyectos privados) o el menor costo total unitario de producción (proyectos de desarrollo) (Roldán, 2010).

De acuerdo a las especificaciones del proyecto el local deberá contar con espacios necesarios para las siguientes áreas:

- Área de Atención al cliente
- Área para la sala de espera
- Área de Administración y Contabilidad
- Área de capacitación

Cada área deberá contar con los siguientes equipos:

- Equipo de oficina
- Equipo de computación
- Muebles y Enseres

Los muebles y los equipos que se necesitan para el funcionamiento de cada una de las áreas se pueden encontrar fácilmente en el mercado.

A continuación se presenta un cuadro con las características y los costos de cada uno de los activos fijos que se instalarán y equiparán en las distintas áreas para el funcionamiento de la empresa.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Cuadro N° 30

Equipos para el área de atención al cliente.

EQUIPOS: AREA DE ATENCIÓN AL CLIENTE							
Artículo	Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Vida Útil (años)	Porcentaje de Depreciación	Valor Depreciado
Computador	CORE I3	1	475.00	475.00	3	33%	158.33
Teléfono	Panasonic Id Contestador Tg4271 Circuit	1	50.00	50.00	10	10%	5.00
Escritorio de Oficina	Modular en L	1	185.00	185.00	10	10%	18.50
Silla ejecutiva	Giratorio	1	30.00	30.00	10	10%	3.00
Silla Normal	Acolchonado	1	23.00	23.00	10	10%	2.30
Total de Inversión				763.00			187.13

Fuente: Mueblería el Baratón. Dirección: Abdón Calderón y Sucre Paute Telf. (07) 225 - 0528.

Compu Click. Dirección: El Cabo Av. El Estadio Telf. 3053442

Elaborado por: Autores de la tesis.

Cuadro N° 31.

Equipos para la sala de espera.

EQUIPOS: SALA DE ESPERA							
Artículo	Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Vida Útil (años)	Porcentaje de Depreciación	Valor Depreciado
Juego de Sala de Espera	1 sillón individual y dos sillones dobles	1	300.00	300.00	10	10%	30
Total de Inversión				300.00			30

Fuente: Mueblería el Baratón. Dirección: Abdón Calderón y Sucre Paute Telf. (07) 225 - 0528.

Elaborado por: Autores de la tesis.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Cuadro N° 32.

Equipos para el área administrativa y contabilidad.

EQUIPOS PARA AREAS DE: ADMINISTRACIÓN Y CONTABILIDAD							
Artículo	Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Vida Útil (años)	Porcentaje de Depreciación	Valor Depreciado
Computador	CORE I3	1	475.00	475.00	3	33%	158.33
Teléfono	Panasonic Id Contestador Tg4271 Circuit	1	50.00	50.00	10	10%	5.00
Impresora	Impresora Canon 3510	1	120.00	120.00	3	33%	40.00
Escritorio de Oficina	Modular en L	1	185.00	185.00	10	10%	18.50
Silla ejecutiva	Giratoria	1	30.00	30.00	10	10%	3.00
Silla Normal	Acolchonado	2	23.00	46.00	10	10%	4.60
Total de Inversión				906.00			229.43

Fuente: Mueblería el Baratón. Dirección: Abdón Calderón y Sucre Paute Telf. (07) 225 - 0528.

Compu Click. Dirección: El Cabo Av. El Estadio Telf. 3053442

Elaborado por: Autores de la tesis.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Cuadro N°33
Equipos para el área de capacitación.

EQUIPOS: ÁREA DE CAPACITACIÓN							
Artículo	Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Vida Útil (años)	Porcentaje de Depreciación	Valor Depreciado
Computador portátil	LAPTOP HP 15-H007a	1	460.00	460.00	3	33%	153.33
Proyector	EPSON VS230	1	600.00	600.00	3	33%	200.00
Pizarrón	Acrílico 122 cm x 244 cm	1	90.00	90.00	10	10%	9.00
Escritorio de estudio	Escritorio de Madera de estudio para dos personas	30	30.00	900.00	10	10%	90.00
Total de Inversión				2,050.00			452.33

Fuente: Mueblería el Barató. **Dirección:** Abdón Calderón y Sucre Paute Telf. (07) 225 - 0528.

Compu Click. Dirección: El Cabo Av. El Estadio Telf. 3053442

Elaborado por: Autores de la tesis.

3.3.5 Distribución de Planta (Lay – Out)

A través del estudio de este componente, se procura lograr la utilización óptima del espacio físico asignado al proyecto, para coadyuvar de este modo al logro de la máxima rentabilidad financiera (proyectos privados) o el menor costo total unitario de producción (proyectos de desarrollo) (Roldán, 2010).

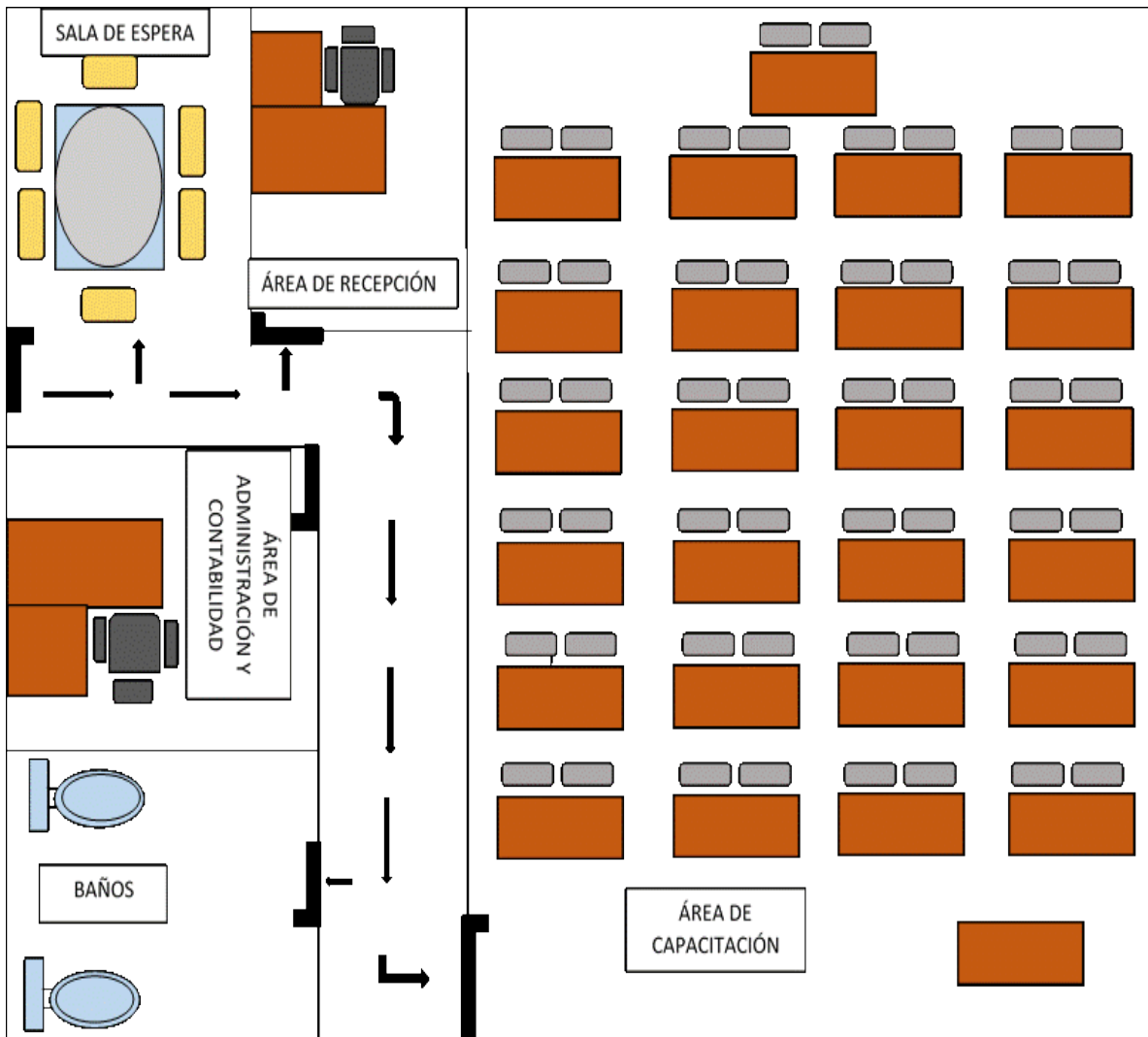
AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



Grafico N° 29

LAY OUT DE LA EMPRESA SEECA



Elaborado por: Autores de la tesis.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



3.3.6 Talento Humano

Como la empresa de capacitación brinda servicios se debe contar con un talento humano o capital de trabajo altamente competente. A continuación se detalla el personal que laborará en la empresa SEECA Cía. Ltda.

3.3.6.1 Clasificación del talento humano de la empresa

Mano de obra

En la empresa SEECA es importante contar con talento humano capaz y calificado. Seguidamente se detalla el personal que laborará en la empresa:

Formadores

En cuanto a los formadores la empresa de capacitación contará con los servicios que prestarán diferentes profesionales de distintas ramas, los ingresos que percibirán cada uno de ellos dependerá de cuantas horas de capacitación brinden. Para el cálculo del costo por hora se realizó una entrevista al Ing. Industrial Ismael Ortiz Jara y otra al Ing. Comercial Orlando Condo Once y se determinó que estarían dispuestos a cobrar por hora 12,00 dólares la hora de capacitación, monto que irá variando de acuerdo al incremento porcentual del salario general unificado.

Para ello se tomará como referencia el incremento porcentual promedio de salario básico unificado de años anteriores (anexo 8) el mismo que da como resultado 9.11%. Las horas requeridas se determinó en base a las encuestas realizadas, las horas para cada formador se asignará de acuerdo a las necesidades de capacitación de las empresas pymes de Paute.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

La cantidad de horas requeridas y los costos por hora que se pagaría cada año se precisan en los siguientes cuadros.

Cuadro N° 34
Calculo de horas requeridas de capacitación.

CÁLCULO DE HORAS REQUERIDAS DE CAPACITACIÓN							
Años	Empresas	Demanda potencial	Frecuencia del servicio demandado al año	Número de servicios requeridos	Horas por cada capacitación requeridas	Total horas	Total de horas demandadas al año
1	Pequeñas	16	2	32	15	480	864
	Medianas	4	4	16	24	384	
2	Pequeñas	16	2	32	15	480	864
	Medianas	4	4	16	24	384	
3	Pequeñas	16	2	32	15	480	864
	Medianas	4	4	16	24	384	
4	Pequeñas	16	2	32	15	480	864
	Medianas	4	4	16	24	384	
5	Pequeñas	16	2	32	15	480	864
	Medianas	4	4	16	24	384	

Elaborado por: Autores de la tesis.

Cuadro N° 36
Costos por hora de los formadores.

AÑO	COSTO POR HORA
	De los docentes
2014	10.72
2015	11.68
2016	12.74
2017	13.90
2018	15.16

Elaborado por: Autores de la tesis

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Cuadro N° 37
Costo primo anual de servicios profesionales.

COSTOS POR SERVICIOS PROFESIONALES ANUALES			
Años	Horas Requeridas	Precio por Hora Formadores Incluido IVA	Total del Costo
1	864	12.00	10,363.85
2	864	13.08	11,302.50
3	864	14.27	12,328.24
4	864	15.57	13,450.75
5	864	16.98	14,670.03

Elaborado por: Autores de la tesis

Empleados

SEECA contará con los siguientes empleados:

En el área de Atención al Cliente estará a cargo una secretaria que laborará las 8 horas de lunes a viernes, en área de Administración y Contabilidad estará encargado el Gerente de la empresa el cual laborará jornada completa de lunes a viernes y finalmente se contratará con una persona que preste servicios de limpieza que labore media jornada (4 horas) de lunes a viernes.

A continuación se presenta el personal que requerirá la empresa, así como el sueldo y los beneficios sociales que percibirán los empleados, en el primer año y los años siguientes.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

CUADRO N° 38. Sueldos y salarios proyectados

* La proyección de los sueldos para los años posteriores se calculó con una tasa de crecimiento del 9.11 %.

Años	Empleados	Sueldo Básico	Aporte Patronal (11,15%)	Beneficios Sociales				TOTAL DE SUELDOS MENSUALES	TOTAL DE SUELDOS Y BENEFICIOS ANUALES
				XIII Sueldo	XIV Sueldo	Fondos de Reserva	Vacaciones		
2014	Gerente	450	50.18	37.50	28.33	0	18.75	584.76	7017.10
	Secretaria	340	37.91	28.33	28.33	0	14.17	448.74	5384.92
	P. de Limpieza	170	18.96	14.17	28.33	0	7.08	238.54	2862.46
2015	Gerente	490.98	54.74	40.92	30.91	40.92	20.46	678.93	8147.14
	Secretaria	370.96	41.36	30.91	30.91	30.91	15.46	520.52	6246.29
	P. de Limpieza	185.48	20.68	15.46	30.91	15.46	7.73	275.72	3308.63
2016	Gerente	535.70	59.73	44.64	33.73	44.64	22.32	740.76	8889.10
	Secretaria	404.75	45.13	33.73	33.73	33.73	16.86	567.93	6815.15
	P. de Limpieza	202.37	22.56	16.86	33.73	16.86	8.43	300.83	3609.95
2017	Gerente	584.48	65.17	48.71	36.80	48.71	24.35	808.22	9698.64
	Secretaria	441.61	49.24	36.80	36.80	36.80	18.40	619.65	7435.81
	P. de Limpieza	220.80	24.62	18.40	36.80	18.40	9.20	328.23	3938.71
2018	Gerente	637.71	71.10	53.14	40.15	53.14	26.57	881.83	10581.91
	Secretaria	481.83	53.72	40.15	40.15	40.15	20.08	676.08	8113.00
	P. de Limpieza	240.91	26.86	20.08	40.15	20.08	10.04	358.12	4297.41

Elaborado por: Autores de la tesis

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



3.4 Estructura organizacional y funcional de la empresa.

3.4.1 Base Legal

La base legal de la empresa se refiere a su constitución y su personalidad jurídica así como los aspectos legales que permitirá a la empresa desarrollar sus actividades.

Se resolvió constituir a la empresa de Capacitación bajo la particularidad de Compañía Limitada.

La Compañía de Responsabilidad Limitada se encuentra regulada, en la sección V de la Ley de Compañías, en el Art. 92, define a la Compañía de Responsabilidad Limitada como: “es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura”. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Según la Ley de Compañías en su Art. 94 dispone que “la Compañía de Responsabilidad Limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidos por la Ley, excepción hecha de operaciones de bancos, seguros, capitalización y ahorro”, que conciernen a otro tipo de sociedades sobre todo vigiladas por la Superintendencia de Bancos. También consideramos lo que indica el Art. 3 de la misma ley: “Se prohíbe la formación y funcionamiento de compañías contrarias al orden público, a las leyes mercantiles y a las buenas costumbres; de las que no tengan un objeto real y de lícita negociación y de las que tienden al monopolio de las subsistencias

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

o de algún ramo de cualquier industria, mediante prácticas comerciales orientadas a esa finalidad”.

El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías. Estará dividido en participaciones expresadas en la forma que señale el Superintendente de Compañías. Al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito, y pagado por lo menos en el cincuenta por ciento de cada participación. Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie y, en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles que correspondan a la actividad de la compañía. El saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor de doce meses, a contarse desde la fecha de constitución de la compañía.

Los trámites y procedimientos que debe realizar el nuevo centro de capacitación para legalizar su constitución y desarrollo de actividades se detallan a continuación:

1. Reservar el nombre para la compañía ante la Superintendencia de Compañías.
2. Apertura de la cuenta de integración de capital en cualquier entidad bancaria.
3. Elaboración de los estatutos o contrato social que regirá en la sociedad.
4. Acudir ante un notario público, a fin de que se eleve a escritura pública dichos documentos.
5. Con la escritura pública se debe ir a la Superintendencia de Compañías para su revisión y aprobación.
6. Publicar el extracto de la escritura otorgado por la Superintendencia en un diario de mayor circulación en el domicilio de la compañía.
7. Pagar la patente municipal
8. Cuando se cuente con todos los documentos, anteriormente mencionados, se debe inscribir en el Registro Mercantil del cantón correspondiente.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

9. Nombrar a los representantes de la compañía (presidente, gerente general, dependiendo del estatuto)
10. Acudir a la Superintendencia de Compañías para que le entreguen varios documentos que son habilitantes para obtener el RUC.
11. Sacar el RUC en el Servicio de Rentas Internas.
12. Con el RUC se debe ir a la Superintendencia de Compañías para obtener una carta dirigida al banco donde se abrió la cuenta de integración de capital para disponer del dinero depositado.

La escritura de constitución será otorgada por todos los socios, por si o por medio de apoderado. En la escritura se expresará:

1. Los nombres, apellidos y estado civil de los socios, si fueren personas naturales, o la denominación objetiva o razón social, si fueren personas jurídicas y, en ambos casos, la nacionalidad y el domicilio;
2. La denominación objetiva o la razón social de la compañía;
3. El objeto social, debidamente concretado;
4. La duración de la compañía;
5. El domicilio de la compañía;
6. El importe del capital social con la expresión del número de las participaciones en que estuviere dividido y el valor nominal de las mismas.
7. La indicación de las participaciones que cada socio suscriba y pague en numerario o en especie, el valor atribuido a éstas y la parte del capital no pagado, la forma y el plazo para integrarlo;
8. La forma en que se organizará la administración y fiscalización de la compañía, si se hubiere acordado el establecimiento de un órgano de fiscalización, y la indicación de los funcionarios que tengan la representación legal;
9. La forma de deliberar y tomar resoluciones en la junta general y el modo de convocarla y constituirarla; y,

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

10. Los demás pactos lícitos y condiciones especiales que los socios juzguen conveniente establecer, siempre que no se opongan a lo dispuesto en esta Ley.

3.4.2 Requisitos legales

Se necesitan los siguientes requisitos para la constitución de la empresa de capacitación.

- Registro Mercantil
- Ruc
- Patente Municipal
- Permiso de Funcionamiento

Los detalles de cada requisito legal se encuentran en el (anexo n3).

3.4.3 Nombre o Razón Social

El nombre o razón social de la empresa se refiere al nombre comercial o personalidad jurídica con la que se conocerá en el medio. El nombre elegido para la empresa es:

SEECA Cía. Ltda.: Servicio Empresarial de Capacitación



SEECA

Creando Soluciones Empresariales

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

3.4.3.1 Titularidad y propiedad de la empresa

La empresa de capacitación Cía. Ltda. se constituirá con personería jurídica. El código civil Ecuatoriano como lo señala en el Libro I Art. 564.- Se llama persona jurídica una persona ficticia, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones civiles, y de ser representada judicial y extrajudicialmente.

Se deberá obtener el registro de patente en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPI para lo cual se deberá cumplir con los siguientes pasos y requisitos que se detallan en el (anexo n°4).

3.4.3.2 Tipo de empresa

La empresa de Capacitación SEECA Cía. Ltda. es una empresa dedicada a brindar servicios de capacitación en formación y gestión, de forma personalizada y con participación continua del cliente, para los gerentes y empleados que estén en el sector económico de pequeñas y medianas empresas por medio de cursos, charlas y asesorías. Por lo tanto se puede definir a la empresa como un ente de que brinda servicios de capacitación a las pymes.

3.4.3.3 Clasificación Nacional de Actividades Económicas o Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU)

Según la clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU) la empresa de Capacitación SEECA Cía. Ltda. se encuentra clasificada en actividades de servicios de capacitación con el código **8090.09**

3.4.4 La organización

“Organización es el arreglo del personal para facilitar el logro de ciertos propósitos pre-establecidos a través de una adecuada ubicación de funciones y de responsabilidades” (Gus, 1936)

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

La organización es importante para lograr con el cumplimiento de metas y objetivos planteados, mediante la distribución de cargos y funciones regidas por normas y reglas de la empresa.

Para SEECA es primordial definir los cargos, funciones y jerarquías del recurso humano de la empresa con la finalidad de tener un adecuado funcionamiento operacional para lograr dar un servicio de calidad cumpliendo con las expectativas de los clientes.

3.4.4.1 Estructura Orgánica

“Es el conjunto de todas las formas que se divide el trabajo en tareas distintas, consiguiendo luego la coordinación de las mismas” (Mintzberg, 1984)

Antes de establecer el organigrama de la empresa se analizara los departamentos que forman parte de la entidad.

Gerencia General: Esta área se encargará de planear, organizar, controlar y dirigir todas las actividades que la empresa de capacitación realice.

Contabilidad: Se encargará de desarrollar procedimientos necesarios para garantizar la exactitud de operaciones financieras tanto de naturaleza contable como tributario entre ellas tenemos: registro de las operaciones contables, elaboración y presentación de los estados financieros, declaraciones de impuestos, pagos de roles a empleados entre otros.

Recepción – Atención al Cliente: Esta área se encargará de proporcionar información a los clientes, tomar nota de sugerencias, todo lo que se relacione con atención personalizada de clientes.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Departamento de Operación.- En este departamento se encuentra el personal que brindará el servicio de capacitación con altos estándares de enseñanza.

Personal de limpieza. Como también el personal de servicios de limpieza que claro esta se encargará de mantener limpia y ordenada la empresa de capacitación.

La empresa de capacitación en gestión y formación pymes contará con el siguiente recurso humano.

1. Secretaria
2. Gerente
3. Contador
4. Formadores
5. Servicio de Limpieza

Se recalca que el gerente de la empresa SEECA estará cumpliendo al mismo tiempo labores de contador se vio conveniente porque el gerente puede y es capaz de realizar actividades del personal antes descrito y así no se incurrirá en gastos innecesarios.

3.4.4.2 Descripción de Funciones

Chiavenato define a la descripción de puestos como “Una unidad de la organización, cuyo conjunto de deberes y responsabilidades distinguen de los demás cargos. Los deberes y responsabilidades de un cargo, que corresponde al empleado que lo desempeña proporcionando los medios para que los empleados contribuyan al logro de objetivos de la organización”. (Chiavenato., 2000)

La descripción de funciones es el establecimiento de tareas, deberes, y obligaciones que se demanda en cada cago de la empresa. SEECA ha

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

diseñado y elaborado hojas de cada puesto (Anexo 3) con el método de descripción y análisis de cargos.

Gerente General

En este puesto se centra el mayor poder de decisión dentro de la empresa de capacitación SEECA. Su función se centra en la toma de decisiones y en la planificación estratégica del centro, tiene que administrar organizar controlar y dirigir la empresa para la consecución de logros y objetivos planteados.

Funciones del cargo:

- Planeación empresarial.
- Planificación estratégica.
- Aprobación de inversión o reinversión.
- Contratación de servicios.
- Administración del personal.
- Supervisión y gestión de actividades de mantenimiento.
- Supervisión de las relaciones comerciales y operativas.
- Adquisición de materiales y servicios para los eventos de
- Capacitación, asesorías y charlas.
- Definir horarios de expositores.
- Supervisión de atención al cliente.

Contador

Tiene que analizar la información obtenida en los documentos contables generados de dichos procesos verificando su exactitud con la finalidad de obtener estados financieros confiables y oportunos

Funciones del cargo:

- Prepara los estados financieros y balances de ganancias y pérdidas.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Contabiliza las nóminas de pagos del personal de la Institución.
- Revisa y conforma cheques, órdenes de compra, solicitudes de pago, entre otros.
- Desarrolla sistemas contables necesarios para la Institución.
- Elabora comprobantes de los movimientos contables.
- Verifica la exactitud de los registros contables en el comprobante de diario procesado con el programa de contabilidad.
- Lleva el control de cuentas por pagar.
- Lleva el control bancario de los ingresos de la Institución que entran por caja.
- Elabora órdenes de pago para la reposición de caja chica de las dependencias.
- Cumple con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la organización.

Secretaria Recepcionista

Es un mando medio, se encarga de la atención al cliente, archivo de documentos, otorgar información sobre los eventos, cobranzas y gestión sobre la entrega de los servicios que requiere el centro para su funcionamiento.

Funciones del cargo:

- Recibir, clasificar y distribuir correspondencia, carpetas, informes y folletos, firmar los comprobantes de recibo y archivarlos.
- Atención al cliente e información certera sobre SEECA.
- Responsabilidad sobre el dinero emitir el reporte diario de caja.
- Enviar documentación para elaboración de informes.
- Informar de los compromisos al superior

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Redacta correspondencia, oficios, actas, memorando, anuncios y otros documentos varios de poca complejidad
- Lleva registro de entrada y salida de la correspondencia.
- Realize y recibe llamadas telefónicas
- Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.
- Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.

Formadores

Es un cargo orientado a cumplir la visión de SEECA. Es de muy importante que pueda transmitir de la forma más clara los conocimientos necesarios para alcanzar los objetivos de aprendizaje de los asistentes, prestar la ayuda necesaria para alcanzar metas para un buen funcionamiento en las pymes, es necesario que pueda impartir conocimientos teóricos, prácticos planificando y diseñando procesos de aprendizaje a fin de desarrollar conocimientos y destrezas.

Funciones del Cargo.

- Presentar evaluación y desarrollo de aprendizaje de los participantes.
- Evaluar y modificar sus parámetros para mejorar la calidad de los aprendizajes.
- Organiza, planifica y coordina las actividades previstas en el proceso de aprendizaje.
- Registra y lleva el control de las actividades y resultados obtenidos según la planificación.
- Elabora el material de apoyo necesario para el aprendizaje.
- Detecta problemas de aprendizaje y remite al especialista de ser necesario.
- Realiza cualquier otra tarea a fin que le sea asignada.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Servicio de Limpieza.

Realizar varias tareas de limpieza para garantizar la higiene de la empresa.

Funciones del Cargo:

- Llevar a cabo la limpieza del mobiliario ubicado en el interior de los espacios a intervenir usando las técnicas y productos adecuados
- Realizar la limpieza de cristales: ventanas y espejos
- Realizar la limpieza de suelos

3.4.4.3 Organigrama Estructural.

Entonces el organigrama de la empresa SEECA Cía. Ltda. estaría de la siguiente manera.

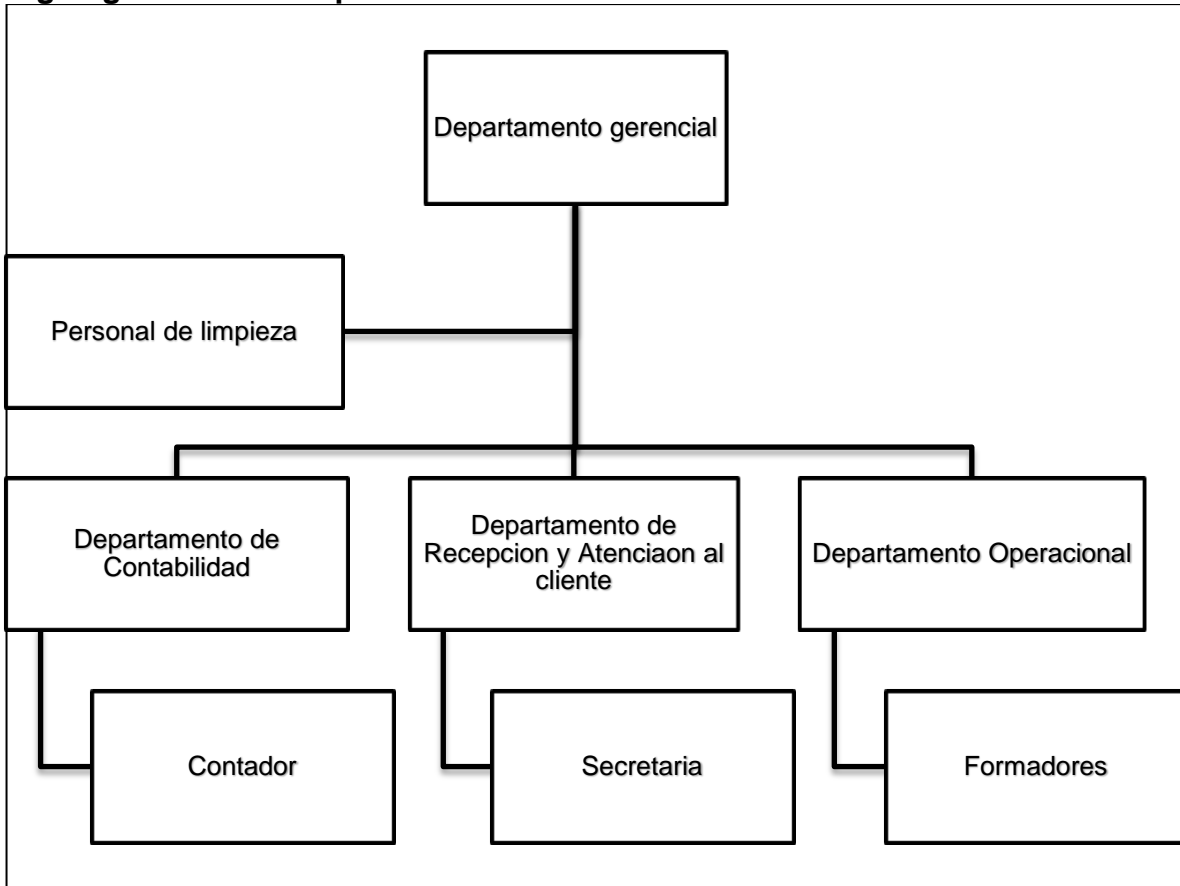
AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



Grafico N° 28

Organigrama de la empresa SEECA.



Elaborado por: Autores de la Tesis

Fuente de Investigación Propia.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



3.5 Plan financiero

El estudio Financiero es una herramienta de la administración de gran importancia que permitirá valorar la rentabilidad de la inversión en la empresa de capacitación. Para lo cual se deberá recopilará la información de los capítulos anteriores, mismos que involucran valores monetarios que influyen en el funcionamiento de la empresa de capacitación. El presupuesto de inversión detalla los valores de los activos fijos y del capital de operación. En cambio el presupuesto de operación detalla los ingresos y egresos que ocasiona el desarrollo de las actividades del proyecto.

La estructuración de los presupuestos anteriores, permitirá conformar los diferentes estados financieros, que servirán como base para la evaluación financiera tales como la tasa interna de retorno y el valor neto actual.

Cabe recalcar que lo importante de este estudio financiero radica en la determinación de cual factible es para los inversionistas incurrir en el mercado con una empresa nueva de capacitación, como también medir el impacto económico que provocará y la rentabilidad que generará. Esta es una herramienta fundamental para tomar decisiones en cuanto a la inversión y la puesta en marcha de la empresa.

El análisis de esta propuesta será realizado en periodos que van desde Enero de 2014 hasta Enero 2015 con proyección de 5 años.

3.5.1 Inversión Inicial.

La inversión Inicial indica la cantidad de recursos financieros que se necesita para poner en marcha la propuesta de una empresa capacitadora en el cantón Paute. Comprende la adquisición de todos los activos fijos, la inversión de activos de denominación intangibles y el financiamiento en

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

efectivo que se necesita para empezar con la actividad empresarial hasta cuando la empresa pueda solventarse por sí sola con recursos propios generados de la misma. Dicho esto para la empresa de capacitación la inversión inicial será todo lo que se necesite para poner en marcha el negocio.

Cuadro N° 39
INVERSIÓN INICIAL

Inversión Inicial		
Concepto	Valor Total \$	Valor Porcentual %
Activos Fijos Tangibles	4,209.00	43%
Activos Fijos Intangibles	410.00	4%
Capital de Trabajo	5,080.04	52%
TOTAL	9,699.04	100%

Fuente de Investigación Propia.

Elaborado por: Autores de la Tesis.

3.5.1.1 ACTIVOS FIJOS TANGIBLES.

Cuadro N° 40
Activos Fijos Tangibles.

Activos fijos Tangibles	
Concepto	valor total \$
Adecuaciones de Oficina	190.00
Equipos de Computación	2,130.00
Equipos de Oficina	100.00
Muebles y Enseres	1,789.00
Total	4,209.00

Elaborado por: Autores de la Tesis.

Fuente de Investigación Propia.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

3.5.1.1.1 ADECUACIONES DE OFICINA.

La planta que se va arrendar para la capacitación consta con instalaciones adecuadas para brindar el servicio pero se deben de hacer algunos ajustes necesarios para su buen funcionamiento.

Cuadro N° 41
Adecuaciones de Oficina

Adecuaciones de Oficina				
Concepto	Unidad de medida	Cantidad	valor unitario \$	valor total \$
Instalación telefónica CNT	Unidad	1	80.00	80.00
Instalación Internet CNT	unidad	1	60.00	60.00
Infraestructura de redes y cableado	m2	10	5.00	50.00
			Total	190.00

Elaborado por: Autores de la tesis
Fuente de Investigación Propia.

3.5.1.1.2 EQUIPOS DE COMPUTACION.

Para la adquisición de equipos de computación deben tener cualidades básicas para la ejecución de actividades que han sido caracterizadas anteriormente con lo dicho se ha optado por los siguientes equipos:

Cuadro N° 42
Equipos de Computación.

Equipos de Computación				
Concepto	Unidad de medida	cantidad	valor unitario	valor total anual
Computador Core I3	unidad	2	475.00	950.00
Impresora	unidad	1	120.00	120.00
Computador portátil Laptop	unidad	1	460.00	460.00
Proyector	unidad	1	600.00	600.00
			Total	2,130.00

Elaborado por: Autores de la tesis
Fuente: Investigación Propia.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

3.5.1.1.3 EQUIPOS DE OFICINA.

Los equipos de oficina son importantes para el funcionamiento de la empresa y también serán de gran ayuda para el servicio de capacitación y se describe en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 43
Equipos de Oficina.

Equipos de Oficina				
Concepto	Unidad de medida	cantidad	valor unitario	valor total anual
Teléfono	Unidad	2	50.00	100.00
			Total	100.00

Elaborado por: Autores de la tesis
Fuente: Investigación Propia.

3.5.1.1.4 MUEBLES Y ENSERES.

Se ha determinado invertir en muebles y enseres debido a la gran utilidad que estos ofertan mismos que serán utilizados tanto por clientes como por el personal que labora en la empresa y son:

Cuadro N° 44
Muebles y Enseres.

Muebles y Enseres				
Concepto	Unidad de medida	Cantidad	Valor Unitario \$	Valor Total \$
Escritorio de Oficina	Unidad	2	185.00	370.00
Silla Ejecutiva	Unidad	2	30.00	60.00
Silla Normal	Unidad	3	23.00	69.00
Juego de muebles de Estudio(para 2 personas)	Unidad	30	30.00	900.00
Pizarrón	Unidad	1	90.00	90.00
Juego de Sala de Espera	Unidad	1	300.00	300.00
			Total	1,789.00

Elaborado por: Autores de la Tesis
Fuente Investigación Propia.

AUTORES:
MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

3.5.1.1.5 DEPRECIACIONES.

Cuadro N° 45
Depreciaciones

Depreciaciones de Activos Fijos						
Concepto	Inversión	Valor Residual 10%	Valor a Depreciar	Vida Útil del Activo (años)	Depreciación %	Valor a Depreciar
Adecuaciones de Oficina	190.00	19.00	171.00	20	5%	8.55
Equipos de computación	2,130.00	0.00	2,130.00	3	33%	710.00
Equipo de Oficina	100.00	10.00	90.00	10	10%	9.00
Muebles Y Enseres	1,789.00	178.90	1,610.10	10	10%	161.01
Total Depreciación		207.90				888.56

Fuente de Investigación Propia.
Elaborado por: Autores de la tesis.

3.5.1.1.5.1 DEPRECIACIÓN ADECUACIONES DE OFICINA.

Cuadro N° 46
Depreciación Adecuaciones de oficina.

Concepto	Valor	Cuota	V/. Activo a Depreciar
Adecuaciones de Oficina	171.00		
Vida Útil	20	8.55	162.45
Porcentaje	5%	8.55	153.9
		8.55	145.35
		8.55	136.8
		8.55	128.25
		8.55	119.7

Elaborado por: Autores de la tesis
Fuente Investigación Propia.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

3.5.1.1.5.2 DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE COMPUTACIÓN.

Cuadro N° 47
Depreciación Equipos de Computación.

Concepto	Valor	Cuota	V/. Activo a Depreciar
Equipos de Computación	2130.00		
Vida Útil	3	710.00	1420.00
Porcentaje	33%	710.00	710.00
		710.00	0.00

Elaborado por: Autores de la tesis

Fuente Investigación Propia

3.5.1.1.5.3 DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE OFICINA

Cuadro N° 48
Depreciación de Equipos de Oficina.

Concepto	Valor	Cuota	V/. Activo a Depreciar
Equipo de Oficina	90.00		
Vida Útil	20	9.00	81.00
Porcentaje	10%	9.00	72.00
		9.00	63.00
		9.00	54.00
		9.00	45.00
		9.00	36.00

Elaborado por: Autores de la tesis

Fuente de Investigación.

3.6.1.1.5.4 DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES

Cuadro N° 49
Depreciación de Muebles y Enseres.

Concepto	Valor	Cuota	V/. Activo a Depreciar
Muebles y Enseres	1610.10		
Vida Útil	20	161.01	1449.09
Porcentaje	10%	161.01	1288.08
		161.01	1127.07
		161.01	966.06
		161.01	805.05
		161.01	644.04

Elaborado por: Autores de la Tesis.

Fuente de Investigación Propia.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

3.6.1.1.6 RESUMEN DE DEPRECIACIONES

Cuadro N° 50
Resumen de Depreciaciones.

Resumen de Depreciaciones					
Años	Adecuaciones de Oficina	Equipos de Computación	Equipos de Oficina	Muebles y Enseres	Total
1	8.55	710.00	9.00	161.01	888.56
2	8.55	710.00	9.00	161.01	888.56
3	8.55	710.00	9.00	161.01	888.56
4	8.55	710.00	9.00	161.01	888.56
5	8.55	710.00	9.00	161.01	888.56
Total	42.75	3550.00	45.00	805.05	4,442.80

Elaborado por Autores de la tesis.

Han sido proyectados para 5 años hasta el 2019, con la finalidad de determinar la pérdida del activo fijo como su desgaste, tomando en consideración que el equipo de oficina deberá ser remplazado mediante una nueva inversión, con estas especificaciones el total en depreciaciones durante los 5 años da un total de 4,442.80.

3.5.2 Activos diferibles

Son desembolsos financieros que se deben realizar para el inicio de operaciones de la empresa pero que no tienen un desgaste físico, forman parte de los activos fijos intangibles los siguientes: patente municipal, estudios realizados para la puesta en marcha del proyecto, registro en la Superintendencia de Compañías, registro del nombre de la empresa en el Instituto Ecuatoriano Propiedad Intelectual (IEPI), inscripción en la cámara de comercio.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Cuadro N° 51 Activos Fijos Intangibles

ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES	
Concepto	Valor Total
Patente municipal	20.00
Estudio de Factibilidad	50.00
IEPI	116.00
Afiliación Cámara de Comercio	224.00
Total	410.00

Elaborado por: Autores de la tesis
Fuente de Investigación Propia.

3.5.2.1 TABLA DE AMORTIZACION DE LOS ACTIVOS DIFERIDOS

Cuadro N° 52 Amortización Activos Diferidos.

AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS INTANGIBLES			
Concepto	Valor	Amortización	Saldo
Activos Intangibles	410	82.00	328.00
Años	5	82.00	246.00
		82.00	164.00
		82.00	82.00
		82.00	0

Elaborado por: Autores de la tesis.
Fuente de Investigación Propia.

3.5.3 CAPITAL DE TRABAJO

Capital de trabajo activos corrientes que representan la parte de la inversión que circula de una forma a otra en la conducción ordinaria del negocio (GITMAN, 2003)

Son aquellos recursos que la empresa destina para cubrir los costos de operación. Es decir es la inversión de dinero que la empresa tendrá que realizar para llevar a cabo su ciclo productivo.

El capital de trabajo ha sido calculado en base a la consideración de gastos para 2 meses.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Cuadro N° 53
Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO.			
Concepto	Valor Total Anual \$	Valor total Mensual \$	Valor total Proyectado 2meses \$
Mantenimiento y Reparación	91.88	7.66	15.31
Gastos Generales	3,900.00	325.00	650.00
Gastos Sueldos de Administración	12,402.02	1,033.50	2,067.00
Mano de Obra Directa	2,862.46	238.54	477.08
Costos por Servicios Profesionales	10,363.85	863.65	1,727.31
Materiales (directos e Indirectos)	860.00	71.67	143.33
Totales	30,480.21	2,540.02	5,080.04

Elaborado por: Autores de la tesis.
Fuente de Investigación Propia.

35.3.1 MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN.

Es un rubro en el que la empresa debe incurrir con el fin de dar mantenimiento y reparación a los diferentes activos.

Cuadro N° 54
Mantenimiento y Reparación.

Mantenimiento y Reparación					
Concepto	Valor del Activo \$	Mantenimiento o %	Valor del Mantenimiento o \$	N° de mantenimiento o al año	Valor total anual
Adecuaciones					
Oficina	190.00	0.05	9.50	1	9.50
Equipos	2,130.0				42.6
Computación	0	0.02	42.60	1	0
Equipo de Oficina	100.00	0.04	4.00	1	4.00
	1,789.0				35.7
Muebles y encerres	0	0.02	35.78	1	8
				Total	91.88

Elaborado por Autores de la tesis.
Fuente de Investigación Propia.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

3.5.3.2 GASTOS GENERALES.

Son gastos en los que tiene que incurrir el área de administrativo de la empresa, son costos fijos por lo tanto no dependen del volumen de ingresos o ventas que la empresa tenga.

Cuadro N° 55
Gastos Generales

Gastos Generales		
Servicios Básicos	Costo Mensual \$	Costo Anual \$
Luz Eléctrica	35.00	420.00
Agua Potable	10.00	120.00
Teléfono	10.00	120.00
Internet	20.00	240.00
Publicidad	50.00	600.00
Arriendos	150.00	1800.00
Gastos Varios	50.00	600.00
Total	350.00	3,900.00

Elaborado por: Autores de la Tesis.

Fuente de Investigación Propia.

3.5.3.3 GASTOS DE SUELDOS ADMINISTRATIVOS.

Son desembolsos de dinero que se realizar por concepto de sueldos mensuales administrativos para lo cual se ha determinado con todos los beneficios adicionales y las aportaciones que la ley dispone.

Cuadro N° 56
Gasto Sueldos Administrativos.

Gasto de Sueldos Administrativos				
Concepto	Unidad de medida	Cantidad	Salario Mensual \$	Valor total anual \$
Gerente General	Personal	1	584.76	7,017.10
Secretaria	Personal	1	448.74	5,384.92
Recepcionista			Total	12,402.02

Elaborado por: Autores de la tesis.

Fuente de Investigación Propia

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

3.5.3.4 MANO DE OBRA DIRECTA

La mano de obra directa en el servicio de capacitación es el personal de limpieza se tomará en cuenta solamente al último para constituir gastos de mano de obra.

Cuadro N°57
Gasto Sueldos Mano de Obra Directa.

Gasto de Sueldos Mano de Obra Directa				
Concepto	Unidad de medida	Cantidad	Salario Mensual \$	Valor total anual \$
Personal de Limpieza	Personal	1	238.54	2,862.46
			Total	2,862.46

Elaborado por: Autores de la tesis.
Fuente de Investigación Propia

3.5.3.5 MATERIAL DIRECTO

Constituyen los materiales necesarios para llevar a cabo la capacitación, es decir los materiales que se entregarán a los formadores que den la capacitación como son marcadores, esferos, lápices etc.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Cuadro N° 58
Materiales Directos.

Concepto	Unidad	Cantidad	Año 1	
			P. Unitario \$	Valor total \$
Marcadores (cajas 3)	cajas	12.00	3.00	36.00
CD profesores	unidad	24.00	0.40	9.60
Lápices (12 unidades)	cajas	1.00	2.80	2.80
Borradores	unidad	4.00	0.90	3.60
Esferos (24 unidades)	cajas	1.00	6.40	6.40
Carpetas para docentes	unidad	12.00	0.80	9.60
Total				68.00

Elaborado por: Autores de la Tesis.
Fuente de Investigación Propia.

3.5.3.6 MATERIAL INDIRECTO

Corresponden a los materiales entregados a los participantes de los cursos de capacitación.

Cuadro N° 59
Materiales Indirectos.

Concepto	Unidad	Cantidad	Año 1	
			P. Unitario	Valor total \$
Fotocopias (contenido del curso)	unidad	500	1	500.00
Cds	unidad	100	0.4	40.00
Lápices (12 unidades)	cajas	42	2.8	117.60
Esferos (24 unidades)	cajas	21	6.4	134.40
Total				792.00

Elaborado por: Autores de la Tesis.
Fuente de Investigación Propia

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



3.5.4 Financiamiento del proyecto.

El financiamiento se lo define como la forma en que la empresa obtendrá los recursos ajenos necesarios para poner en marcha el proyecto.

3.5.4.1 Capital propio.

El capital está representado por los aportes que realizarán los socios de la empresa, (recursos propios) el monto está determinado por los mismos de acuerdo a su capacidad de inversión.

3.5.4.2 Capital de terceros

Para obtener el respectivo financiamiento con terceros, es necesario recurrir a entidades financieras en las cuales se encontrará diferentes líneas de crédito de acuerdo a la actividad que se desee financiar y por ende se buscara la entidad financiera que conceda el préstamo al menor interés anual.

3.5.4.3 Estructura del financiamiento.

Este proyecto tiene una inversión inicial de US\$ 9,699.04 que representa al 100% de la misma. Los recursos propios del proyecto son de US\$ 3,000 correspondiente al 35% de la inversión inicial del proyecto, el capital a financiar es de US\$ 6,699.04 que representa el 65% del total de la inversión del proyecto.

Se ha decidido obtener un préstamo a través del Banco Nacional de Fomento, el mismo que otorga préstamos para el desarrollo de microempresas a una tasa de 11.2% anual con plazo para la cancelación de 5 años, ayudando así en el desarrollo de éstas y buscando el beneficio para este sector.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Cuadro N° 60
Proyección de amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN					
AÑOS	Capital Inicial	Interés	Amortización	Cuota	SALDO
0					6,699.04
1	6,699.04	750.29	1,071.40	1,821.69	5,627.64
2	5,627.64	630.30	1,191.39	1,821.69	4,436.25
3	4,436.25	496.86	1,324.83	1,821.69	3,111.42
4	3,111.42	348.48	1,473.21	1,821.69	1,638.21
5	1,638.21	183.48	1,638.21	1,821.69	0.00
		2,409.41	6,699.04	9,108.44	

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Autores de la tesis.

Cuadro N° 61
Cuota Fija

CUOTA FIJA	
interés anual	11.20%
periodo de préstamo	5 AÑOS
monto del préstamo	\$6,699.04
periodo de gracia	0
cuota fija	\$1,821.69

Fuente: Banco Nacional de Fomento
Elaborado por: Autores de la tesis.

3.5.4.4 Cuadro de fuentes y Usos

A continuación se detalla la inversión inicial del proyecto y los recursos tanto propios como ajenos que se utilizarán para el mismo con sus correspondientes valores y porcentajes.

Los recursos ajenos que corresponden al préstamo bancario como fuente de financiamiento son de US\$ 6,699.04 y los recursos propios que sumarán la inversión de los socios es de US\$ 3,000 dando como resultado el monto total del proyecto de US\$ 9,699.04



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Cuadro N° 62
Fuente y usos.

CUADROS DE FUENTES Y USOS					
Concepto	Valor US\$	Préstamo		Recursos Propios	
		%	Valor en \$	%	Valor en \$
Activos Fijos Tangibles	4,209.00	38%	1,619.00	0.62%	2,590.00
Activos Fijos Intangibles	410.00	0	0	100%	410.00
Capital de Trabajo	5,080.04	100%	5080.04	0	-
Total	9,699.04		6,699.04		3,000.00

Elaborado por: Autores de la tesis.
Fuente de Investigación Propia.

3.5.5 Costos e ingresos.

3.5.5.1 Proyección de Costos y Gastos Totales del proyecto.

El presente proyecto ha sido proyectado para 5 años para determinar su factibilidad tomando en cuenta todos los gastos y costos.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Cuadro N° 63
GASTOS Y COSTOS TOTALES

GASTOS Y COSTOS TOTALES DEL PROYECTO					
Concepto	Costos				
	Año 1 USD\$	Año 2 USD\$	Año 3 USD\$	Año 4 USD\$	Año 5 USD\$
COSTOS					
Mano obra Directa	2,862.46	3,308.63	3,609.95	3,938.71	4,297.41
Costos por Servicios Profesionales	10,363.85	11,302.50	12,328.24	13,450.75	14,670.03
TOTAL COSTOS VARIABLES	13,226.31	14,611.13	15,938.19	17,389.46	18,967.44
Mantenimiento y reparación.	91.88	95.03	98.29	101.66	105.15
Depreciaciones	888.56	888.56	888.56	888.56	888.56
Amortizaciones	82.00	82.00	82.00	82.00	82.00
TOTAL COSTOS FIJOS	1,062.44	1,065.59	1,068.85	1,072.22	1,075.71
TOTAL COSTOS	14,288.75	15,676.72	17,007.04	18,461.68	20,043.15
GASTOS					
Materiales (directos e indirectos)	860.00	889.49	919.99	951.54	984.17
Gastos Generales	3,900.00	4,200.00	4,200.00	4,200.00	4,200.00
Gastos Sueldos de Administración	12,402.02	14,393.43	15,704.26	17,134.46	18,694.91
TOTAL GASTOS DE ADM. Y VTAS	17,162.02	19,482.92	20,824.25	22,286.00	23,879.08
Gastos Financieros	563.15	473.08	372.93	261.56	137.71
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	563.15	473.08	372.93	261.56	137.71
TOTAL DE GASTOS	17,725.17	19,956.00	21,197.18	22,547.56	24,016.79
TOTAL DE COSTOS Y GASTOS	32,013.92	35,632.72	38,204.22	41,009.24	44,059.94

Elaborado por Autores de la Tesis

Análisis: Como se muestra en el cuadro N°63 la proyección de costos y gastos están formados por dos grupos grandes los costos y gastos, en los costos se encuentra la mano de obra directa así como también las depreciaciones y amortizaciones . Los gastos están formados por los gastos administrativos, gastos generales, materiales y gastos financieros dando un total de costos y gastos proyectados de un año de 32,013.92 dólares.

La mano de obra directa, los gastos de sueldos de administración se proyectaron para los años siguientes con un incremento salarial de 9.11%.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



3.5.5.2 Ingresos del Proyecto.

Se denomina como ingresos del proyecto al conjunto de operaciones que afectan los resultados de una empresa aumentando las utilidades o disminuyendo las pérdidas (Pinto, 2011).

3.5.5.2.1 Cálculo del ingreso

El cálculo del ingreso de la propuesta se elaboró en base a estudio de factibilidad realizada en el capítulo dos en donde se consideró: el porcentaje de aceptación del servicio, los precios por cada hora de capacitación considerados convenientes para los gerentes y la cantidad de horas que están dispuestos a contratar cada uno de ellos para sus empresas, se calculó un promedio para estas cuantificaciones que se presentan en los siguientes cuadros.

Cuadro N° 64
Horas promedio de del servicio

Horas Promedio				
Empresas	Número	Cantidad de Horas	Horas Promedio	
Pequeñas	16	15 horas mínimo	10	10
Medianas	2	11 y 20 Horas	16	24
	2	De 31 en adelante	31	

Elaborado por: Autores de la tesis.

Cuadro N° 65
Precio Promedio por cada hora de la capacitación

Cuadro de Precios Promedios				
Empresas	Número	Precios	Precio Promedio	
Pequeñas	16	30 a 45 Dólares	37.50	38.00
Medianas	2	30 a 45 Dólares	30.00	45.00
	1	45 a 60 Dólares		
	1	Más de 60 Dólares	60.00	

Elaborado por: Autores de la tesis.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Para el cálculo del ingreso se tomará en cuenta las siguientes consideraciones.

El precio promedio del curso es de 38,00 dólares para la pequeña empresa y 45,00 para la mediana con un incremento del 10% en el precio para cada año adicional. Una frecuencia de dos servicios de capacitación por año para las empresas pequeñas y de cuatro servicios de capacitación por año a las empresas medianas por motivo de tener un mayor número de empleados.

Se presentan a continuación los ingresos proyectados para 5 periodos.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

INGRESOS PROYECTADOS PARA 5 PERIODOS.

Los calculos del ingreso se han determinado de acuerdo a la cantidad de servicios de capacitación requeridos, las encuestas determinaron la aceptación que va a tener la empresa que es del 94% y 100%. El calculo del ingreso se basa en la cantidad de capacitaciones que se dará, en cuanto al precio va a variar de una año a otro con una tasa de incremento del 10%. El siguiente cuadro muestra que se obtendra ingresos de 35,520.00\$ y 55,891.41\$ en el año 5.

CUADRO N° 66
Ingresos proyectados.

CALCULO DEL INGRESO									
AÑOS	EMPRESAS	DEMANDA POTENCIAL	% DE ACEPTACIÓN	FRECUENCIA ANUAL DE CAPACITACIÓN	NUMERO DE SERVICIOS PRESTADOS	PRECIO POR HORA	HORAS ANUALES DEL SERVICIO	INGRESOS ANUALES	INGRESOS ANUALES TOTALES
1	Pequeñas	17	94%	2	32	38.00	480	18,240.00	35,520.00
	Medianas	4	100%	4	16	45.00	384	17,280.00	
2	Pequeñas	17	94%	2	32	42.56	480	20,428.80	39,782.40
	Medianas	4	100%	4	16	50.40	384	19,353.60	
3	Pequeñas	17	94%	2	32	47.67	480	22,880.26	44,556.29
	Medianas	4	100%	4	16	56.45	384	21,676.03	
4	Pequeñas	17	94%	2	32	53.39	480	25,625.89	49,903.04
	Medianas	4	100%	4	16	63.22	384	24,277.16	
5	Pequeñas	17	94%	2	32	59.79	480	28,700.99	55,891.41
	Medianas	4	100%	4	16	70.81	384	27,190.41	

Elaborado por: Autores de la tesis

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



3.5.6 EVALUACIÓN FINANCIERA.

Con la finalidad de determinar resultados para la toma de decisión de en cuanto a Inversión, se debe presentar las proyecciones de los estados financieros que son: Estado de Pérdidas y Ganancias, Flujo de Caja para la evaluación Financiera, Balance General y flujo neto del Efectivo para medir la rentabilidad de la Inversión.

3.5.6.1 Estado de Situación Inicial.

Este refleja la situación patrimonial de la empresa de capacitación SEECA en el momento en que está a punto de iniciar sus actividades de operación.

Este refleja los saldos con los que dispone la empresa en cuanto a activos pasivos y el patrimonio resumiendo la situación inicial de la empresa.

Activos: son todos los bienes tangibles o intangibles que son de propiedad de la empresa .

Pasivo: Son obligaciones de corto y largo plazo que tiene la empresa con terceros.

Patrimonio: Constituye el aporte que realizan los inversionistas ya sea en dinero o en especies.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Cuadro N° 67

Estado de Situación Inicial							
	USD\$	USD\$	USD\$		USD\$	USD\$	USD\$
Activos				Pasivos			
Activos Corrientes				Pasivos L/P			
Caja/Banco	5,080.04			Préstamo L/P	6,699.04		
		5,080.04				6,699.04	
Activo Fijos				Patrimonio			
Adecuaciones de Oficina	190.00			Capital	3,000.00		
Equipo de Computación	2,130.00					3,000.00	
Equipo de Oficina	100.00						
Muebles y Enceres	1,789.00						
		4,209.00					
Activos Diferidos	410.00						
		410.00					
Total de Activos			9.699.04	Total Pasivos+ Capital			9,699.04

Esta
do
de
Situ
ación
n
Inici
al.

Elaborado por: Autores de la tesis.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

3.5.6.2 Estado de Resultados Proyectado
Cuadro N° 68

Estado de Pérdidas y Ganancias					
Concepto	Año 1 \$	Año 2 \$	Año 3\$	Año 4 \$	Año 5 \$
Total Ingresos	35,520.00	39,782.40	44,576.29	49,903.04	55,891.41
Total Costos	14,288.75	15,676.72	17,007.04	18,461.68	20,043.15
Utilidad Bruta	21,231.25	24,105.68	27,569.25	31,441.36	35,848.26
Gastos de Administración y ventas	17,162.02	19,482.92	20,824.25	22,286.00	23,879.08
Utilidad Operacional	4,069.23	4,622.76	6,745.00	9,155.36	11,969.18
Gastos Financieros	750.29	630.30	496.86	348.48	183.48
Utilidad antes de repartición a Trabajadores	3,318.94	3,992.46	6,248.14	8,806.88	11,785.70
15% de utilidad para trabajadores	497.84	598.87	937.22	1,321.03	1,767.86
Utilidad antes de Impuestos	2,821.09	3,393.59	5,310.92	7,485.85	10,017.85
25% Impuesto a la renta	705.27	848.40	1,327.73	1,871.46	2,504.46
UTILIDAD NETA	2,115.82	2,545.19	3,983.19	5,614.39	7,513.38

Elaborado por Autores de la tesis.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



3.5.6.3 Flujo del Efectivo.

El flujo del efectivo es un estado financiero que muestra los conceptos por los que varía la caja en un periodo determinado. Así como el estado de resultados refleja la rentabilidad de una empresa, el flujo del efectivo sirve para estudiar la caja o liquidez de una organización. Es bueno recordad que se entiende por liquidez la capacidad que tiene una empresa o una persona natural de asegurar los fondos necesarios para cumplir los compromisos adquiridos. Este estado financiero simplemente muestra el detalle de las entradas de efectivo, las salidas de efectivo, determina el movimiento de efectivo del periodo y teniendo en cuenta el efectivo inicial, determina el efectivo final de la empresa.(Vazquéz., 2005)

Cuadro N°69
Flujo de Efectivo.

FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA									
Años	Utilidad Neta	Depreciaciones	Amortizaciones	Valor Residual	Capital de Trabajo	Inversión Inicial US\$	Préstamo US\$	Pago de Deuda US\$	FNC US\$
0						9,699.04	6,699.04		- 9,699.04
1	2,115.82	888.56	82.00					1,821.69	1,264.69
2	2,545.19	888.56	82.00					1,821.69	1,694.07
3	3,983.19	888.56	82.00					1,821.69	3,132.06
4	5,614.39	888.56	82.00			2,130.00		1,821.69	2,633.26
5	7,513.38	888.56	82.00	1,717.64	5,080.04			1,821.69	13,459.93

- En el año 4 se realizará una inversión porque los equipos de computación tienen una vida útil de 3 años.

Elaborado por: Autores de la Tesis.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Cuadro N°70

Total del Valor residual.

Valor Residual Activo Fijo	
Adecuaciones de Oficina	19.00
Equipos de Computación	0.00
Equipo de Oficina	10.00
Muebles Y Enceres	178.90
Total valor Residual	207.90

Valor de Activo Fijo por Depreciar	
Adecuaciones de Oficina	119.7
Equipos de Computación	710.00
Equipo de Oficina	36.00
Muebles Y Enceres	644.04
Tota de valor a Depreciar	1,509.74

Valor Residual	717.64
-----------------------	---------------

Elaborado: por autores de la tesis.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO

WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



3.5.7 Cálculo de Indicadores de Evaluación.

Los indicadores de evaluación son índices que nos ayudan a determinar si un proyecto es o no conveniente para los inversionistas

3.5.7.1 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

En términos monetarios, equivale al valor presente del flujo estimado de fondos de un proyecto, teniendo como dato una determinada tasa de descuento.

La tasa de descuento se determina por lo general en función del costo promedio del dinero en un mercado de capitales específico y otras variables macroeconómicas que constan en modelos econométricos diseñados para el efecto, cuya descripción aparece en detalle en literatura económica especializada (Roldán, 2010).

El VAN obtenido es de **\$6,816.77** con la tasa del 10% de descuento, indicador que indica que el proyecto es viable.

3.5.7.2 TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERA (TIR)

Desde un punto de vista conceptual, se define como la tasa promedio anual de rentabilidad financiera de un proyecto, calculada en base al flujo de fondos que se estima

Según el análisis se obtuvo una TIR del **23.21%**, por lo que se concluye que el proyecto es rentable.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

En estos tiempos toda empresa sea pequeña, mediana o grande tiene que capacitar a su personal, porque es el mayor recurso que tienen, recibiendo el nombre de capital humano o talento humano, sin él la empresa no existiría.

La capacitación en las empresas constituye una herramienta muy útil para solucionar problemas administrativos. Con una capacitación adecuada se logrará disponer de los recursos de la empresa de manera adecuada, eficaz y productiva. Para lograr este proceso, es necesario capacitar al personal, toda organización debe entrenar a su capital humano, teniendo presente que el mayor desafío que se tiene en el mercado es que se requiere de empresas dinámicas y flexibles que se adapten a los cambios con gran facilidad. Eso implica una mayor demanda sobre el talento humano, necesitando de ejecutivos y equipos de trabajo con mayores conocimientos y habilidades para enfrentarse a un entorno altamente competitivo.

- Se determinó en el estudio de mercado el grado de aceptabilidad de la idea, teniendo como resultado una demanda potencial del 95% de las empresas que requieren de capacitación en formación y gestión empresarial, lo que asegura la factibilidad del proyecto.
- Se ha formado una estructura organizacional simple pero muy ágil y eficiente para responder a las necesidades de los clientes y aun mercado exigente que se encuentra en constante cambio.
- Se puede concluir, en la inversión del proyecto la requerida para el mismo es de 9. 699,04 dólares mismos que constituye la inversión inicial de activos fijos tangibles, activos fijos intangibles y el capital de trabajo. La estructura de financiamiento de esta empresa es de la siguiente

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

manera: se cuenta con el 38.47% de recursos propios y un 61.53% financiamiento por terceros o crédito.

- Se concluyó además que los representantes de las pequeñas y medianas empresas estarían dispuestos a pagar por cada hora de capacitación un precio de 38,00 dólares para las pequeñas y 45,00 dólares para las medias empresas. Precios que se obtuvieron de las encuestas realizadas a los gerentes, así como también con el afán de comparar precios con la competencia se realizó una entrevista a la representante de la consultora MPBC Ing Marcia Pulla que supo informar, que el costo por hora capacitada es de 50,00 dólares anexo(). Entonces se concluye que los precios que cobraría la empresa SEECA son accesibles y están acordes al mercado.
- Con respecto a la evaluación financiera, siendo el último punto de estimación mismo que arroja los resultados definitivos para el proyecto es decir si es que se acepta o no el mismo. Se ha concluido con un valor neto actual VAN de 6.816,77 dólares este es un resultado decisivo para la empresa de capacitación mismo que muestra que es factible realizar el proyecto. De igual forma la tasa interna de retorno TIR que alcanza un 23.21% que es mayor a la tasa de descuento lo que afirma la viabilidad de la propuesta.

Finalmente se puede concluir indicando que el centro de capacitación pymes SEECA Cía. Ltda.; se considera como factible ya que sus estudios así lo indican.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



Recomendaciones.

- Se recomienda ejecutar el proyecto una vez que se ha demostrado la factibilidad de mercado, técnica, organizacional y financiera.
- Poner mayor énfasis en la publicidad para captar un mayor número de participantes por curso y lograr que la propuesta consiga mayores réditos económicos.
- Se recomienda tomar en cuenta todos y cada uno de los aspectos que se ha establecido en el plan de marketing con la finalidad de incurrir en el mercado de la mejor manera posible.
- Fomentar constantemente en el personal de la empresa la ideología de considerar al cliente como el recurso más valioso que se tiene.
- Establecer como símbolo conocer a los empresarios de las empresas pymes y sus expectativas sobre el servicio de capacitación.
- Capacitar al personal para que constituya el eje principal de la empresa y dar a conocer lo que los gerentes buscan en un servicio de capacitación.
- Se recomienda contar con una planta de formadores que sean de calidad y que deseen compartir sus experiencias en beneficio del sector empresarial.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ANEXOS

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ANEXO N° 1

DISEÑO DE TESIS

1.- Título

Propuesta para la creación de una empresa capacitadora en la Formación y Gestión de pequeñas y medianas empresas en el cantón Paute, para el periodo 2014 – 2015.

2.- Objetivos:

2.1. – Objetivo General

Realizar la propuesta para la creación una empresa capacitadora en la Formación y Gestión de pequeñas y medianas empresas en el cantón Paute, para el periodo 2014 – 2015.

2.2. – Objetivos Específicos

Realizar un estudio de mercado para tener conocimiento si el producto propuesto será aceptado.

Elaborar un estudio técnico.

Analizar la factibilidad financiera de la propuesta.

3.- Marco Teórico:

Administración de Recursos en la Empresa.

La administración está vinculada al rendimiento y funcionamiento de las organizaciones. El término tiene su origen en el idioma latín: *administrare* (“servir”) o *ad manus trahere* (“manejar” o “gestionar”). Un recurso, por otra parte, es un medio de cualquier clase que contribuye a lograr aquello que se pretende.

La administración de recursos, por lo tanto, consiste en el manejo eficiente de estos medios, que pueden ser tanto tangibles como intangibles. El objetivo de

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

la administración de recursos es que éstos permitan la satisfacción de los intereses.

Las personas, el dinero, la tecnología y hasta el tiempo pueden ser considerados, según el contexto, como recursos susceptibles de ser administrados. La correcta asignación de funciones de cada uno de estos recursos ayudará a que la operatoria de un conjunto sea más eficiente.

Dentro de cualquier empresa cuando se hable de la administración de recursos se está hablando de la correcta gestión, utilización y desarrollo de cuatro tipos de recursos de manera fundamental:

Financieros.- Al referirnos a ellos estamos haciendo mención a todos los recursos de tipo monetario que son fundamentales para el desarrollo de la empresa en cuestión. Estos pueden ser de dos clases: propios, como el dinero en efectivo y las acciones; o ajenos, como los bonos, los créditos que otorgan los bancos o las diversas modalidades de préstamos.

Materiales.- Bajo dicho paraguas se incluyen todos aquellos bienes, de tipo tangible, que posee la entidad y que son los que le permiten prestar los servicios que realiza. Partiendo de esta acepción nos encontraríamos con dos grupos de recursos claramente delimitados: los relativos a las instalaciones (oficinas, fábricas, herramientas...) y las materias primas, dentro de cuyo nombre también se incluirían los productos ya elaborados.

Técnicos.- En este caso, son los recursos que son fundamentales para poder coordinar y gestionar otro tipo de recursos. De esta manera, nos encontraríamos con elementos tales como las marcas y patentes, los sistemas de producción, los mecanismos de ventas.

Humanos.- A la hora de administrar este tipo de recursos, que vienen a ser el conjunto de empleados de una empresa, las personas encargadas de esta tarea es fundamental que tengan en cuenta muchos aspectos relativos a aquellos como pueden ser las habilidades, las ideas, los conocimientos, las necesidades, el desarrollo, los sentimientos, la experiencia, las cargas.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

La administración de recursos humanos es uno de los campos más importantes de una empresa. Se encarga de escoger, contratar, formar y retener a los empleados de una organización.

La función de la administración de recursos humanos (que puede quedar en manos de una persona o de un departamento) es motivar a los trabajadores para que rindan al máximo de sus capacidades y lograr que el conjunto de empleados funcione como un bloque en pos de los objetivos corporativos.

El liderazgo, la comunicación interna, el trabajo en equipo y las capacidades de negociación son algunos de los factores que debe atender la administración de recursos humanos.

Es importante tener en cuenta que los recursos son finitos y tienen que servir para satisfacer necesidades virtualmente infinitas. La administración de recursos, por lo tanto, resulta clave para el éxito.

Comentario: si bien son cierto las empresas para la adecuada administración se enfoca en el talento humano, dejando a un lado la administración de todos sus recursos en sí. Pero hemos visto que la correcta gestión de recursos como el recurso humano no lo es todo, sino para lograr obtener los mejores resultados posibles se debe trabajar de manera conjunta con todos los recursos de la empresa. La correcta administración de estos recursos es el principal objetivo de las empresas porque esto nos llevara a ser competitivos en el mercado. (Definición.DE, s.f.)

Aplicación: este concepto va ser aplicado en nuestra tesis con el fin de dar a conocer a los microempresarios, lo importante que es la correcta administración de los recursos existentes en cualquier tipo de organización, y todos los beneficios que se logra a través de una correcta gestión de los mismos.

Control de Calidad y Productividad.- “El control de calidad, es un instrumento altamente racional para la dirección de las organizaciones. El

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

objetivo central es intentar disminuir y controlar los costos de las operaciones y aumentar la productividad de todos los niveles de la organización, que se expresa en utilidades. Estas utilidades deberán ser compartidas con los consumidores, empleados, accionistas y la sociedad en general.

Para lograr esto, se apoya fundamentalmente en la educación sobre las técnicas, operaciones y tareas, para todo el personal en todos los niveles: “se estudia para no cometer errores”, incide en la voluntad de “colaboración de todos los trabajadores” usando el mecanismo de formar grupos (círculos de calidad) en colaboración con otros grupos, de tal manera que el trabajador y los supervisores evalúen y apliquen aquellas que se consideren responden a la maximización del objetivo.

Las actividades de los Círculos de Calidad (CC), deben ser acordes con la naturaleza humana para ser aplicables en cualquier parte del mundo. Es decir, debe adaptarse a la especialidad social donde se aplique. Si esta regla no se observa, el fracaso es de esperarse. Hacer lo que se debe hacer, es colocar el objetivo en situación de prosperidad sentida como necesidad para el trabajador en relación con satisfacer los requisitos de los consumidores, lo que coloca en posición de consulta, innovación y creación para la competitividad y rentabilidad de los productos. El círculo de la calidad procura eliminar el ausentismo y la rotación de personal, al proponer que el trabajo sea fuente de satisfacción y de interés para el factor humano, como una regla compensatoria: no sobre mayor salario, pues es causa de ausentismo, la eficiencia no debe compensarse en dinero, el dinero debe ser suficiente para sobrevivir y alcanzar a cumplir ciertas aspiraciones básicas, pues un exceso de él, es fuente de corrupción frente al interés para con el trabajo, se debe mantener la necesidad de trabajar más para ganar más, pero no mucho más, de tal manera que resalten un sistema de valores como: la satisfacción del trabajo bien hecho; la felicidad de cooperar con los otros y el gozo de la superación personal” (Guillermo, 2007)

Comentario: la relación que maneja la productividad con la calidad van de la mano es decir son estrechas ya que el primero se refiere a características

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

cuantitativas de los productos y la otra describe su calidad. Por ello que el manejo de esta instrumento es vital para la supervivencia.

Aplicación: Este concepto va aplicarse a nuestra tesis de manera que se logre obtener un mejor resultado, en el manejo de las organizaciones en cuanto a cómo se debe hacer un control de calidad y al mismo tiempo lograr productividad óptima. Con el apoyo de este concepto y aplicándolo a nuestra tesis de la manera exacta lograremos obtener un mejor resultado.

Capacitación y Desarrollo Estratégico de Recursos Humanos.-

“La capacitación y el desarrollo constituyen la parte central de un esfuerzo continuo diseñado para mejorar la competencia de los empleados y el desempeño organizacional. La capacitación brinda a los aprendices el conocimiento y las habilidades necesarios para desempeñar sus trabajos actuales. Enseñar a un trabajador como operar un torno o indicar a un supervisor como programar la producción diaria son ejemplos de capacitación. Por otra parte, el desarrollo implica un aprendizaje que va más allá del trabajo actual y tiene un enfoque a largo plazo. Prepara a los empleados para mantenerse en ritmo con la organización a medida que esta evoluciona y crece. Las actividades de capacitación y desarrollo tienen el potencial de alinear a los empleados de una empresa con sus estrategias corporativas. Algunos beneficios estratégicos posibles de la capacitación y el desarrollo incluyen la satisfacción de los empleados, el mejoramiento de la moral una tasa de retención más alta, una tasa de rotación más baja, una mejora en las contrataciones, el aumento en las utilidades y la invaluable consecuencia de que los empleados satisfechos producen clientes satisfechos.

Los clientes demandan continuamente una mayor calidad, costos más bajos, y ciclos de tiempos más cortos. Por consiguiente, las empresas deben esforzarse por mejorar de forma constante su desempeño general. Los negocios han ayudado a este esfuerzo mediante la tecnología y el mejoramiento de los procesos. Por el componente estratégico más importante es la calidad de la

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

fuerza de trabajo de una compañía. Para mantener una ventaja competitiva estratégica, su fuerza de trabajo debe desarrollarse continuamente. En fechas recientes el gasto promedio anual de capacitación por empleado aumento a 1.040\$ para dar un gasto total destinando al aprendizaje y el desarrollo de empleados de 129.600 millones. Algunas organizaciones gastan una cantidad mayor. El mejoramiento en el desempeño, que es el objetivo de la capacitación y el desarrollo desde el punto de vista de las utilidades, es una meta estratégica para las organizaciones. Para este fin, muchas empresas se han convertido en organizaciones sujetas a un aprendizaje continuo o se están esforzando por serlo. Una organización en proceso continuo de aprendizaje es una empresa que reconoce la importancia fundamental de la capacitación y desarrollo continuos con el desempeño y que toma las acciones conducentes.

Un sistema administrativo de aprendizaje continuo va más allá del lanzamiento de proyectos tácticos de capacitación para iniciar programas de aprendizaje alineados con las metas corporativas estratégicas. Aunque alguna vez fueron mal valoradas en el mundo corporativo en la actualidad los programas de capacitación se le conoce como una forma de reforzar la satisfacción del cliente, contribuir al desarrollo de las asociaciones, mejorar las actividades de investigación y desarrollo, todo lo cual se refleja, en última instancia, en el renglón de utilidades.

Organizarse como una compañía que motiva a sus empleados para continuar creciendo y para aprender es una ventaja fundamental en el reclutamiento esto es evidente en el caso de reclutamiento de los empleados de la generación Y. en una organización el proceso continuo de aprendizaje, los empleados son recompensados por aprender, ya que se les ofrecen trabajos enriquecidos, promociones y mejor remuneración. Las organizaciones que tienen la reputación de ser líderes en el aprendizaje atraen a un mayor número de empleados mejor calificados.

En casi todas las encuestas, la capacitación y el desarrollo se sitúan dentro de los principales tres beneficios que los empleados desean de sus empleadores, por eso buscan empresas que les brinden las herramientas necesarias para

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

avanzar en su profesión. Es claro que la capacitación y el desarrollo no son tan solo un aspecto agradable que se puede brindar a los empleados. Más bien, son un recurso estratégico, un recurso que las empresas deben aprovechar para dar energía a sus organizaciones en el siglo XXI. (Waine, 2010)

Comentario: Destaca la importancia que tiene la capacitación y el desarrollo de los Recursos Humanos en toda la organización o empresa, no importa su naturaleza. Hoy en día y constantemente escuchamos que " el hombre es el recurso más importante para que la empresa funcione de manera eficiente" y día a día se va aceptando más esta expresión. Pero si bien son cierto las empresas no lograrían tener una ventaja competitiva en cuanto a buen personal si las organizaciones no dotaran de constantes capacitaciones para lograr tener los conocimientos técnicos y especializados. Esto nos permite visualizar claramente que las necesidades que tiene la organización para poder ser eficiente deben pasar por un proceso de capacitación en el aprendizaje y desarrollo de destrezas.

Aplicación: En el momento actual en el cual la competitividad y la eficiencia empresarial son elementos de supervivencia y definen el futuro de las organizaciones, la utilización efectiva de políticas para la Capacitación y el Desarrollo de los Recursos Humanos se torna cada vez más necesaria. Este concepto nos ayudara a comprender de manera clara y concisa como manejar esta herramienta ante la falta de capacitación y desarrollo de empresas teniendo en cuenta que para lograr eficiencia empresarial se debe dar correcta administración de recursos humanos. La aplicación de este concepto en nuestra tesis es de claramente aceptable porque se va a tomar decisiones estratégicas en cuanto a desarrollo y capacitación al personal para llegar a tener una ventaja competitiva respecto a otras empresas.

4.- Problemas:

Las empresas presentan:

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Falta de noción en el manejo de: materias primas provocando desperdicio y problemas en el manejo de inventarios, mano de obra teniendo personal desmotivado y no capacitado, recursos financieros habiendo despilfarros de dinero en productos que no generan valor agregado, problemas en ventas y servicio al cliente teniendo como resultado clientes insatisfechos y ventas bajas.

Deficiencia en la producción por el mal manejo de infraestructura interna, no tienen una adecuada planificación de trabajo provocando tiempos improductivos, otro problema que resalta al momento de un mal manejo de empresas es la innovación tecnológica ya que muchas empresas se quedan con un sistema de producción tradicional llevando a otro gran problema que es la resistencia al cambio, tener un constante ajuste en los cambios que se dan en el sistema administrativo ayudara con este problema, si las empresas deciden no estar constantemente cambiando está destinada al fracaso.

La insuficiencia en cuanto al conocimiento legal de la contratación de personal y la formación de empresas, es bastante complicado porque en el momento de creación de empresas algunos empresarios no eligen de manera adecuada que tipo de empresas y los bienes y servicios que se quiere ofrecer, la contratación del personal es un aspecto que no se está manejando adecuadamente y siguiendo rigurosamente con el código de trabajo.

5.- Metodología

1. Cuestionarios
2. Entrevistas
3. Cuadros estadísticos
4. Libros de administración
5. Internet
6. Encuestas
7. Pruebas de Hipótesis
8. Grupos focales.

6.- Esquema Tentativo

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

CAPITULO I .ANALISIS DE LA SITUACION ACTUAL DE LAS PYMES EN EL CANTON PAUTE.

1.1. Antecedentes

1.2 Análisis de las PYMES en el cantón Paute

1.3 Análisis del sistema de apoyo a la microempresa en el cantón Paute

CAPITULO II. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA PROPUESTA

2.1 ANALISIS DE LA DEMANDA

2.1.1. Indicadores de necesidades de capacitación en las pymes en el cantón Paute

2.1.2 Estudio de Factibilidad para la Detección de necesidades de Capacitación y Gestión PYMES en el cantón Paute

2.2 ANALISIS DE LA OFERTA

2.1.3 Diseño de planes de capacitación

CAPITULO III. PLAN DE NEGOCIOS DE LA EMPRESA CAPACITADORA EN LA FORMACION Y GESTION... de...

3.1 Análisis estratégico de la Empresa

3.2 Plan de Marketing

3.3 Estructura Técnica

3.4 Estructura Organizacional

3.5 Plan Financiero

4 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

4.2 Recomendaciones

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

7.- Bibliografía

ANZOLA Sérvulo, 2010³, Administración de Pequeñas Empresas, Industria Editorial Mexicana, Reg. Núm. 736, México.

BERNASTAIN DIEZ Luis, 2009, Aprender a Innovar en una pyme, Ediciones Paidós Ibérica, S.A, España.

CABALLERO Gonzalo y FREIJEIRO Ana Belén, 2010, Dirección estratégica de la pyme, Ideas Propias Editorial – Pedro Sarmiento, 19 Bajo, Colombia

MONDY Wayne, 2010¹¹, Administración de Recursos Humanos, Industria Editorial Mexicana. Reg. Núm. 1031, México.

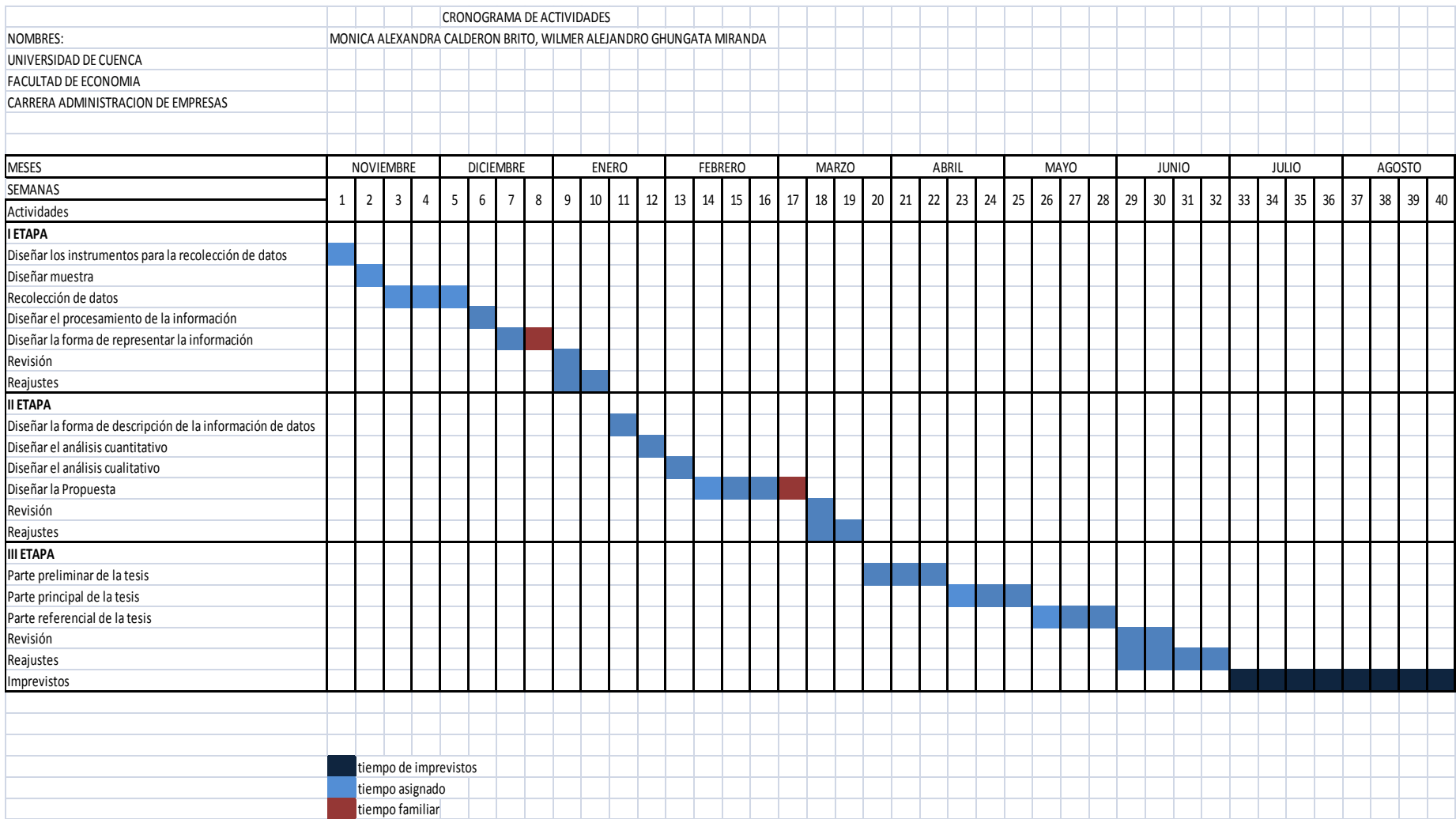
MURILLO Guillermo, 2007, Teorías Clásicas de la Organización y el Management, Ecoe Ediciones Ltda., Bogotá

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



8.- Cronograma de Actividades



AUTORES:
MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ANEXO N° 2

Encuesta.

ENCUESTA PARA DETERMINACIÓN DE NECESIDADES DE CAPACITACIÓN DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EN EL CANTÓN PAUTE.

La presente encuesta se realiza con la finalidad de determinar cuáles son las necesidades de capacitación que tengan las pequeñas y medianas empresas que se encuentran domiciliadas en el cantón.

A continuación se presentan una serie de cuestionamientos relacionados con los procesos de formación y capacitación de áreas de su empresa. Favor responder de acuerdo con su experiencia.

1. **Actividad económica.** _____

2. **¿Cuántos empleados tiene en su empresa?**

De 1 a 9 _____ 1

De 10 a 49 _____ 2

De 50 a 159 _____ 3

De 160 en adelante _____ 4

3. **¿Cuál es el año de fundación de su empresa?**

De 1981-1990 _____ 1

De 1991-2000 _____ 2

De 2001-2010 _____ 3

2011 en adelante _____ 4

4. **¿Actualmente tiene necesidades de capacitación su empresa?**

SI ____ 1 NO ____ 2

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

5. En el 2012 y 2013 ¿Ha recibido algún tipo de capacitación? (si su respuesta en NO pase a la pregunta 8.

SI ___ 1 NO ___ 2

6. A continuación marque ¿En qué áreas ha recibido cursos de capacitación en los años 2012 y 2013?

Área Gerencial (para conducir la empresa) ___1

Área de RRHH (controlar y administrar personal) ___2

Área de Ventas (marketing para decidir que vender y cómo hacerlo) ___3

Área Financiera (para registrar y controlar) ___4

7. ¿Cuál ha sido la duración aproximada de los cursos de capacitación que ha recibido?

Menos de 10 horas ___ 1 entre 21 y 50 horas ___ 3

Entre 11 y 20 horas ___ 2 más de 51 horas ___ 4

8. Califique el nivel de dominio de las principales funciones que realiza en las siguientes áreas:

a) Gerencial

Bueno ___ 1 regular ___ 2 malo ___ 3

b) Producción/Servicio

Bueno ___ 1 regular ___ 2 malo ___ 3

c) Ventas

Bueno ___ 1 regular ___ 2 malo ___ 3

d) Financiera

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Bueno___1 regular___2 malo___3

e) Recursos Humanos

Bueno___1 regular___2 malo___3

9. Marque las actividades de las siguientes áreas que considere podrían mejorar en su empresa.

a) GERENCIA

Planificación y Organización ___1

Dirección ___2

Control ___3

b) FINANCIERA

Administración / contabilidad ___1

Contraloría ___2

c) RECURSOS HUMANOS

Contratación de personal ___1

Capacitación y desarrollo ___2

Sueldos y salarios ___3

Relaciones laborales ___4

d) VENTAS

Servicio al cliente ___1

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Marketing _____ 2

Planeación de ventas _____ 3

**10. ¿Conoce de la existencia de algún centro de formación y gestión de empresas?
(Si su respuesta es NO pase a la 13)**

SI _____ 1 NO _____ 2

11. Señale el tipo de entidad que le brindaba el servicio de capacitación.

Privada _____ 1 Pública _____ 2

¿Cuál? _____

12. Valore el nivel de importancia de implementar un sistema de capacitación en su empresa.

No importante _____ 1

Poco importante _____ 2

Importante _____ 3

Muy importante _____ 4

13. ¿Estaría dispuesto a capacitar a sus empleados y a realizar posibles cambios en su organización si hubiese una empresa que disponga de estos servicios?

SI _____ 1

NO _____ 2

¿Porqué? _____

14. Si la respuesta fue afirmativa en la pregunta anterior. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada hora de capacitación brindada a su empresa?

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

30 \$-45 \$ ____ 1

46 \$- 60 \$ ____ 2

60 \$ o más ____ 3

15. A continuación marque ¿Cuántas horas estaría dispuesto a contratar el servicio de capacitación?

10 horas – 20 horas ____ 1
21 horas – 30 horas ____ 2
De 31 en adelante ____ 3

Comentarios y sugerencias.

GRACIAS POR SU TIEMPO Y COLABORACION.

ANEXO N° 3

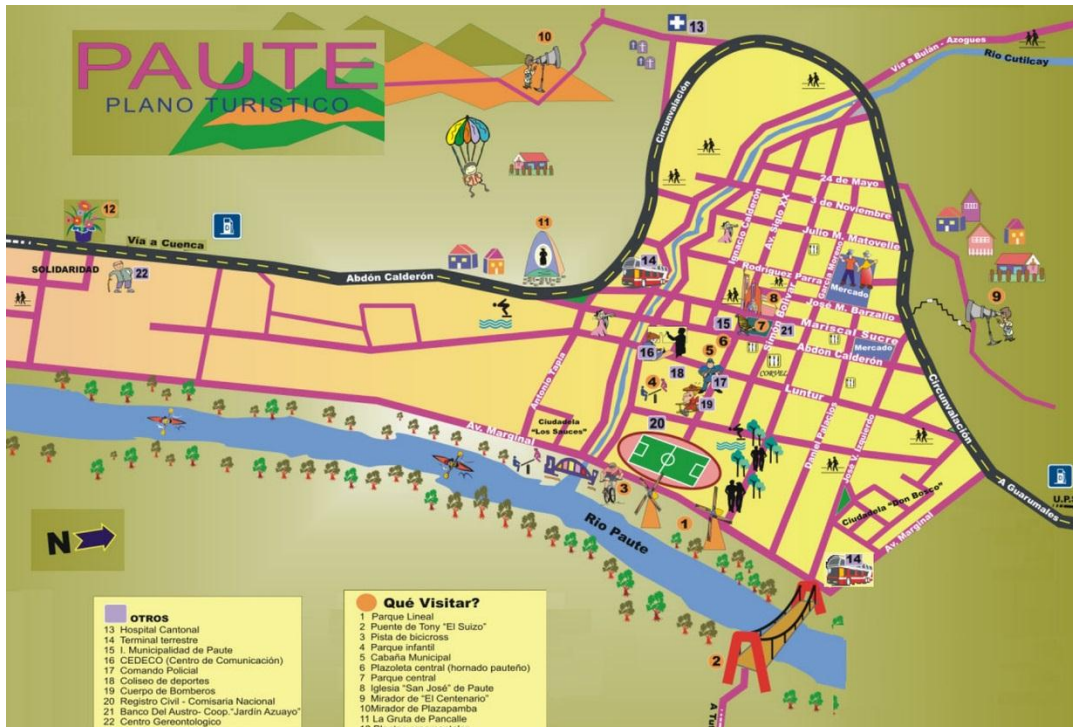
Mapa de Paute y el local del Negocio.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA



ANEXO N° 4

Precio de los Equipos y Muebles de las Áreas de la empresa.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

PROFORMAS

COMPUTADOR CORE I3 PVP \$ 475



CARACTERÍSTICAS

- Procesador 3M Cache, 3.30 GHz
- Memoria RAM 8GB
- Disco Duro SATA de 1 TB
- Grabadora de DVD + y -R SATA
- Monitor 18 .5
- Teclado
- Mouse óptico
- Multilector de tarjetas de memoria
- 2 puertos USB frontales
- 4 puertos USB posteriores
- 1 puerto LPT (Impresora)
- 1 puerto HDMI
- 1 puerto de red LAN

TELÉFONO PANASONIC ID CONTESTADOR TG4271 CIRCUIT PVP \$ 50



CARÁCTERÍSTICAS

- Identificación de llamadas
- Agenda de 20 nombres
- Función de manos libres
- 5 niveles de volumen de auricular
- 5 niveles de volumen de manos libres
- 6 niveles de timbre

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Indicador de Batería
- Indicador de fuera de cobertura

IMPRESORA CANON 3510 PVP \$ 120



CARACTERÍSTICAS

- Impresión, copia y escaneo
- Configuración y funcionamiento sencillos
- Impresión de documentos y fotografías
- Impresión Web sencilla y eficaz
- Software My Image Garden

PROYECTOR EPSON VS230 PVP \$ 600



CARACTERÍSTICAS

- Modelo: V11H52220
Sistema de Proyección: 3LCD, 3-chip technology
Resolución: 800 x 600 (SVGA)

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

COMPUTADOR POTÁTIL HP 15-H007 PVP \$ 460



CARACTERÍSTICAS

- Marca: HP
- Modelo: 15-h007la
- Cámara web integrada
- Altura: 5.53 cm
- Anchura: 37.8 cm
- Disco Duro: 500GB
- Memoria caché: 1 MB
- Memoria RAM: 4 GB
- 1 año de garantía

PIZARRÓN ACRÍLICO 122 CM X 244 CM PVP \$ 90



CARACTERÍSTICAS

- Pizarrón horizontal acrílico blanco de 5mm
- Espesor y marco de aluminio
- Medida 244 cm x 122 cm

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ESCRITORIO DE MADERA DE ESTUDIO PARA DOS PERSONAS PVP \$ 30



CARACTERÍSTICAS

- Escritorio y 2 sillas para estudiantes
- Medidas de 1.50 largo x 1.20 ancho

ESCRITORIO DE OFICINA MODULAR EN L PVP \$ 185



CARACTERÍSTICAS

- Práctico y Versátil Escritorio Secretarial u Operativo
- Diseño en L con Archivo Pedestal de 3 Gavetas,
- Medidas de 1.50x1.50
- Estructura General de Melamina
- Cubiertas de 1" pulgada de grueso con bomper anti golpes, patas y bases combinadas en melamina de 1" pulgada y 5/8 de pulgada,
- Sistema único de llaves para 3 Gavetas, herrajes y heladeras inoxidable, garantías de 2 años por defectos de fabricación

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

SILLA EJECUTIVA GIRATORIA PVP \$ 30



CARACTERÍSTICAS

- Silla operativa y secretarial de uso rudo tapiz en Tela
- Mecanismo giratorio, reclinable
- Flexible tanto en asiento como en respaldo
- Base estrella de cinco puntas fabricada en nylon reforzado polipropileno

SILLA NORMAL ACOLCHONADO PVP \$ 23



CARACTERÍSTICAS

- Silla individual

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

JUEGO DE SALA DE ESPERA PVP \$ 300



CARACTERÍSTICAS

- 1 sillón individual
- 2 sillones dobles
- Una mesa de centro

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Anexo N° 5

Descripciones de Cargos⁴.

1.- IDENTIFICACION DEL CARGO

NOMBRE DEL CARGO: Gerente General
DEPENDENCIA: Departamento de Gerencia
ASIGNACION SALARIAL: ---

2.- OBJETIVO GENERAL DEL CARGO

En este puesto se centra el mayor poder de decisión dentro de la empresa de capacitación SEECA. Su función se centra en la toma de decisiones y en la planificación estratégica del centro, tiene que administrar organizar controlar y dirigir la empresa para la consecución de logros y objetivos planteados por SEECA.

3.- REQUISITOS MINIMOS

3.1 FORMACION ACADEMICA

La formación académica requerida es título de tercer nivel en Administración de Empresas o carreras afines.

3.2 EXPERIENCIA LABORAL

6 meses en actividades similares al cargo.

4.- DESCRIPCION DE FUNCIONES

- Planeación empresarial.
- Planificación estratégica.
- Aprobación de inversión o reinversión.
- Contratación de servicios.
- Administración del personal.
- Supervisión y gestión de actividades de mantenimiento.
- Supervisión de las relaciones comerciales y operativas.
- Adquisición de materiales y servicios para los eventos de
- Capacitación, asesorías y charlas.
- Definir horarios de expositores.

⁴ El documento describe la creación de un centro de Capacitación para empresarios de la micro empresa en el distrito metropolitano de Quito por el autora Grimanesa del Carmen Moya Murgueytio

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



1.- IDENTIFICACION DEL CARGO

NOMBRE DEL CARGO: Contador(a)
DEPENDENCIA: Departamento de Contabilidad
ASIGNACION SALARIAL: _____

2.- OBJETIVO GENERAL DEL CARGO

Analizar la información obtenida en los documentos contables generados de procesos contables verificando su exactitud con la finalidad de obtener estados financieros confiables y oportunos

3.- REQUISITOS MINIMOS

3.1 FORMACION ACADEMICA

La formación académica requerida como mínimo ser egresado(a) en la carrera de Contabilidad y Auditoría o afines, lo idóneo para ocupar este cargo tener título de tercer nivel

3.2 EXPERIENCIA LABORAL

6 meses en actividades similares al cargo.

4.- DESCRIPCION DE FUNCIONES

- Prepara los estados financieros y balances de ganancias y pérdidas.
- Contabiliza las nóminas de pagos del personal de la Institución.
- Revisa y conforma cheques, órdenes de compra, solicitudes de pago, entre otros.
- Desarrolla sistemas contables necesarios para la Institución.
- Elabora comprobantes de los movimientos contables.
- Verifica la exactitud de los registros contables en el comprobante de diario procesado con el programa de contabilidad.
- Lleva el control de cuentas por pagar.
- Lleva el control bancario de los ingresos de la Institución que entran por caja.
- Elabora órdenes de pago para la reposición de caja chica de las dependencias.

AUTO



1.- IDENTIFICACION DEL CARGO

NOMBRE DEL CARGO: Secretario(a) – Recepcionista.

DEPENDENCIA: Departamento de Recepción y Atención al cliente.

ASIGNACION SALARIAL: 340

2.- OBJETIVO GENERAL DEL CARGO

Es un mando medio, se encarga de la atención al cliente, archivo de documentos, otorgar información sobre los eventos, cobranzas y gestión sobre la entrega de los servicios que requiere el centro para su funcionamiento

3.- REQUISITOS MINIMOS

3.1 FORMACION ACADEMICA

La formación académica requerida ser Bachiller en Secretariado

3.2 EXPERIENCIA LABORAL

6 meses en actividades similares al cargo.

4.- DESCRIPCION DE FUNCIONES

- Recibir, clasificar y distribuir correspondencia, carpetas, informes y folletos, firmar los comprobantes de recibo y archivarlos.
- Atención al cliente e información certera sobre SEECA.
- Responsabilidad sobre el dinero emitir el reporte diario de caja.
- Enviar documentación para elaboración de informes.
- Informar de los compromisos al superior
- Redacta correspondencia, oficios, actas, memorando, anuncios y otros documentos varios de poca complejidad
- Lleva registro de entrada y salida de la correspondencia.
- Realiza y recibe llamadas telefónicas
- Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.
- Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.



1.- IDENTIFICACION DEL CARGO

NOMBRE DEL CARGO: Formadores.

DEPENDENCIA: Departamento Operacional

ASIGNACION SALARIAL: ---

2.- OBJETIVO GENERAL DEL CARGO

Es un cargo orientado a cumplir la visión de SEECA. Es de muy importante que pueda transmitir de la forma más clara los conocimientos necesarios para alcanzar los objetivos de aprendizaje de los asistentes, prestar la ayuda necesaria para alcanzar los objetivos de buen funcionamiento en las pymes, es necesario que pueda impartir conocimientos teóricos, prácticos planificando y diseñando procesos de aprendizaje a fin de desarrollar sus conocimientos y destrezas.

3.- REQUISITOS MINIMOS

3.1 FORMACION ACADEMICA

Título de Tercer Nivel en Ing. Comercial.

.2 EXPERIENCIA LABORAL

4.- DESCRIPCION DE FUNCIONES

- Presentar evaluación y desarrollo de aprendizaje de los participantes.
- Evaluar y modificar sus parámetros para mejorar la calidad de los aprendizajes.
- Organiza, planifica y coordina las actividades previstas en el proceso de aprendizaje.
- Registra y lleva el control de las actividades y resultados obtenidos según la planificación.
- Elabora el material de apoyo necesario para el aprendizaje.
- Detecta problemas de aprendizaje y remite al especialista de ser necesario.
- Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.
- Realiza cualquier otra tarea a fin que le sea asignada.



1.- IDENTIFICACION DEL CARGO

NOMBRE DEL CARGO: Servicio de Limpieza.

DEPENDENCIA: Departamento Operacional

ASIGNACION SALARIAL: \$ 170

2.- OBJETIVO GENERAL DEL CARGO

- Realizar varias tareas de limpieza para garantizar la higiene de la empresa.

3.- REQUISITOS MINIMOS

3.1 FORMACION ACADEMICA

Bachiller.

3.2 EXPERIENCIA LABORAL

No Indispensable.

4.- DESCRIPCION DE FUNCIONES

- Llevar a cabo la limpieza del mobiliario ubicado en el interior de los espacios a intervenir usando las técnicas y productos adecuados
- Realizar la limpieza de cristales: ventanas y espejos
- Realizar la limpieza de suelos

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



Anexo 6

Requisitos legales de Constitución.

- **Registro Mercantil.-** Es un registro oficial en donde se inscribe la escritura pública; la información que se solicita a una persona jurídica para inscribirse en el Registro Mercantil es la siguiente:
 1. Escritura de constitución de la empresa (mínimo tres copias).
 2. Pago de la patente municipal.
 3. Exoneración del impuesto del 1 por mil de activos.
 4. Publicación en la prensa del extracto de la escritura de constitución.
 5. Certificado de afiliación a una de las cámaras de la producción (CAMARA DE COMERCIO, s.f.) .

- **RUC.-** Los requisitos para obtener el RUC son los siguientes:
 1. Formulario RUC 01-A y RUC 01-B
 2. Escritura pública de constitución inscrita en el registro mercantil.
 3. Hoja del Registro de Sociedades otorgado por la Superintendencia de Compañías.
 4. Nombramiento del representante legal, inscrito en el Registro Mercantil.
 5. Copia de cédula y certificado de votación del representante legal.
 6. Carta de pago de agua, luz o teléfono de cualquiera de los tres últimos meses, del establecimiento de la sociedad.(SRI, 2013)

- **Patente Municipal.-** Según Art. 382 de la Ley Orgánica de Régimen Municipal, la compañía antes de empezar su funcionamiento tiene la

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

obligación de obtener una patente municipal, para la cual según el Ilustre Municipio del Cantón Paute Departamento de Rentas se necesita los siguientes requisitos.

1. Permiso de funcionamiento, la petición se lo hace al Comisario de Paute.
2. Copia de la Escritura Pública de la Compañía.
3. Permiso de los Bomberos.
4. Certificado de no adeudar al municipio.
5. Formulario de la Patente.
6. Solicitud de trámite para el permiso de funcionamiento.
7. Copia de la Cédula de Identidad del Representante Legal de la Compañía (MUNICIPALIDAD DE PAUTE, s.f.).

➤ **Permiso de Funcionamiento.-** Los documentos que solicita la Dra. Patricia Sisalima, Comisaria de Paute, para otorgar el permiso de funcionamiento son los siguientes.

1. Nombramiento del Representante Legal de la Compañía.
2. Copia de la Escritura Pública de la Compañía.
3. Copia de la Cédula de Identidad del Representante Legal de la Compañía.
4. Solicitud de Trámite.
5. Permiso de Bomberos.
6. Pago del Predio Actualizado.
7. Certificado de no adeudar al municipio (MUNICIPALIDAD DE PAUTE, s.f.).

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



ANEXO N°7

Requisitos del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual.

En Ecuador, el proceso para registrar una marca y logo se realiza en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), para lo cual se debe hacer lo siguiente:

Búsqueda fonética: Es un trámite previo al registro de marca, nombre comercial o lema comercial. Es recomendable hacerlo pero no es obligatorio por ley. Esta búsqueda permite tener conocimiento si una marca, nombre comercial o lema comercial no ha sido previamente registrado o su registro está siendo tramitado. No se requiere de un abogado o abogada para realizar este trámite. El proceso para realizar una búsqueda fonética es el siguiente:

- Depositar USD 16,00 en efectivo en la cuenta corriente No. 7428529 del Banco del Pacífico a nombre del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual y guardar el comprobante de depósito.
- Ingresar al sitio web del IEPI en www.iepi.gob.ec, hacer click en la opción “Servicios en Línea” y dentro de esta en “Formularios”.
- Descargar el Formato de Solicitud para Búsqueda Fonética, llenarlo en computadora, imprimirlo y firmarlo. En esta solicitud se debe incluir el número de comprobante del depósito realizado.
- Adjuntar a la solicitud el original y una copia en blanco y negro del comprobante del depósito realizado y una copia de la solicitud de búsqueda fonética.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Entregar estos documentos en la oficina del IEPI más cercana a la organización. El resultado de la búsqueda fonética se entrega en aproximadamente 45 minutos posteriores a la entrega de los documentos.

Aunque el resultado de la búsqueda fonética indique que no existe una marca registrada similar, el proceso de Registro de Marca es el que determina si una marca se puede registrar o no.

Registro de marca: Para registrar una marca se debe realizar el siguiente proceso:

- Depositar USD 116,00 en efectivo en la cuenta corriente No. 7428529 del Banco del Pacífico a nombre del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual y guardar el comprobante de depósito.
- Ingresar al sitio web del IEPI en www.iepi.gob.ec, hacer clic en la opción “Servicios en Línea” y dentro de esta en “Formularios”.
- Descargar la Solicitud de Registro de Signos Distintivos, llenarla en computadora, imprimirla y firmarla. En esta solicitud se debe incluir el número de comprobante del depósito realizado.
- Adjuntar a la solicitud tres copias en blanco y negro de la solicitud, original y dos copias de la papeleta del depósito realizado.
- Si la solicitud se hace como persona natural, adjuntar dos copias en blanco y negro de la cédula de identidad.
- Si la solicitud se hace como persona jurídica, adjuntar una copia notariada del nombramiento de la persona que es Representante Legal de la organización.
- Si la marca es figurativa (imágenes o logotipos) o mixta (imágenes o logotipos y texto), adjuntar seis artes a color en tamaño 5 centímetros de ancho por 5 centímetros de alto impresos en papel adhesivo.
- Entregar estos documentos en la oficina del IEPI más cercana a la organización. El proceso de registro de marca toma aproximadamente seis meses en completarse. (GUIAOSC, 2013)

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



Anexo 8

Cuadro del Incremento Salarial.

Años	Sueldo General Unificado	Incremento Salarial
2010	240	
2011	264	10.00%
2012	292	10.61%
2013	318	8.90%
2014	340	6.92%
Incremento Salarial Promedio		9.11%

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



BIBLIOGRAFÍA:

BANCO DEL PICHINCHA. “Crédito Productivo”. <http://www.pichincha.com/Banca-Empresas/Pymes/Pichincha-Creditos/Productivo>. Acceso 12 de Febrero del 2014

BANCO NACIONAL DE FOMENTO. “Misión y Visión”.
https://www.bnf.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=1&Itemid=23&lang=es. Acceso 11 de Febrero del 2014.

BARRIOS, Yoceline. “Importancia de la Capacitación”.
<http://www.pymempresario.com/2012/07/la-importancia-de-la-capacitacion/>. Acceso 26 de julio del 2014.

BORRELLO, Antonio. “El Plan de Negocios”. 1994 Editorial Díaz de Santos S.A

CAMARA DE COMERCIO. “Requisitos para la Afiliación a la Cámara de Comercio”. <http://www.cccuenca.com.ec/>. Acceso el 26 de mayo del 2014.

CHIAVENATO, Idalberto. “Administración de Recursos Humanos”. 2000.

COBOS, Víctor. *Paute y su historia*. Cuenca, Servigrap, 2006

COOPERATIVA Jardín Azuayo. “¿Quiénes Somos?”.
<https://www.jardinazuayo.fin.ec/coacja/index.php/quienes-somos>. Acceso 12 de Febrero del 2014.

COOPERATIVA JEP. “¿Cuáles son los créditos de la Cooperativa JEP?”.
<http://www.creditos.com.ec/cuales-son-los-creditos-de-la-cooperativa-jep/>. Acceso 11 de Febrero del 2014.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ENRÍQUEZ, Mireya. “Sistema de Apoyo Administrativo y Organizacional para la empresa”. http://www.slideshare.net/wilmerchungata/savedfiles?s_title=sistema-de-apoyo-administrativo-y-organizacional-para-la-empresa-digital&user_login=mireyaortega. Acceso 03 de Febrero del 2014.

ESCUELA DE ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL. “Modelo de un Plan de Capacitación”. <http://www.eoi.es/blogs/mintecon/2013/05/14/modelo-de-un-plan-de-capacitacion-2/>. Acceso el 11 de abril del 2014.

FREDD, David. “Conceptos de Administración Estratégica”. 1997. Prentice- Hall.

GESTIÓN REVISTA EMPRESARIAL. “Cómo se determinan las necesidades de capacitación” <http://www.monografias.com/trabajos82/elaboracion-plan-capacitacion/elaboracion-plan-capacitacion2.shtml>. Acceso el 24 de febrero del 2014.

GITMAN, Lawrence J. “Principios de la Administración Financiera”. 2003. México. Editorial Printed in México.

GRUPO Enroke. “Que son las Pymes”. Internet <http://www.grupoenroke.com/index.php/proyecto-pymes/46-que-son-las-%20pymes>. Acceso 07 de Febrero del 2014.

GUEVARA, Jorge. “Importancia de la Capacitación”. <http://jguevara10.wordpress.com/2012/05/07/la-importancia-de-la-capacitacion-en-las-pymes/>. Acceso 26 de Julio del 2014

GUIAOSC, Requisitos del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual. 2013

GUS, John M. “The Frontiers of Public Administration”. 1936. University of Chicago Press.

INEC. “Censo Económico 2010”. <http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CENEC&MAIN=WebServerMain.inl>. Acceso 07 de Febrero del 2014.

INSTITUTO PYME. “La capacitación en las PYMES” <http://mexico.smetoolkit.org/mexico/es/content/es/3642/La-capacitaci%C3%B3n-en-las-PYMES>. Acceso el 21 de marzo del 2014.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

MAGAP. “Planificación Estratégica”. <http://www.agricultura.gob.ec/>. Acceso 10 de Febrero del 2014.

MELNICK, Julio. “Manual de Proyectos de Desarrollo Económico”. 1958. Editorial Naciones Unidas.

MOYANO, Henry. “IMPLEMENTACIÓN DE LA METODOLOGÍA DE ANÁLISIS DE VULNERABILIDADES A NIVEL CANTONAL” – PAUTE. Internet.
<http://repositorio.cedia.org.ec/bitstream/123456789/855/1/Perfil%20territorial%20PAUTE.pdf>. Acceso 07 de Enero del 2014.

MUNICIPALIDAD DE PAUTE. “Requisitos para obtener la Patente Municipal”. www.paute.gob.ec/Web/. Acceso el 26 de mayo del 2014.

MUÑOS, DC Morales. “Las Pymes en el Ecuador”.
<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1442/5/Capitulo%202.pdf>. Acceso 07 de Febrero del 2014.

ORELLANA, Wilson. “Turismo y Cultura”. *Revista Pau-ti la cultura en su forma original* (Paute), 2013: 4

PINTO, Mauricio. “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa”. 2011. Quito.

ROLDÁN, Enrique. “Proyectos de Inversión y Desarrollo Fundamentos de Gestión Integral”. 2010. Centro de Publicaciones de la facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Cuenca.

SÁNCHEZ, Antonio Aragón. “Análisis Estratégico para el desarrollo de pequeñas y medianas empresas”. 2004. Servicio de publicaciones de la ciudad de Cantabria.

SECAP. “Centro SECAP servicio ecuatoriano de capacitación profesional”.
<http://www.educaedu.com.ec/centros/secap--servicio-ecuatoriano-de-capacitacion-profesional-uni2011>. Acceso 12 de mayo del 2014.

SLIDESHARE. “Modelo de un Plan de Capacitación”.<http://www.slideshare.net/veruzhca/capacitacion-14032739>. Acceso 21 de marzo del 2014.

SRI. “Requisitos para obtener el RUC” www.sri.gob.ec. 2013. Acceso el 26 de mayo del 2014.

VAZQUEZ., Alexander Guzmán. “Contabilidad Financiera”. 2005. Centro Editorial Universidad del Rosario.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

VEGA, Susana Diez. "Plan de Marketing". Internet
<http://www.puromarketing.com/13/18679/elementos-esenciales-imprescindibles-plan-marketing.html>. Acceso 19 de Mayo del 2014.

AUTORES:

MÓNICA ALEXANDRA CALDERÓN BRITO
WILMER ALEJANDRO CHUNGATA MIRANDA