

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO

CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tesis previa a la obtención del Título de: INGENIERO COMERCIAL

TEMA: “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE DESARROLLE Y ADMINISTRE UN PORTAL WEB ENFOCADO AL RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE TALENTO HUMANO EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO”

AUTORA:

MIRIAM PAULINA MANTILLA GARCÉS

DIRECTOR:

INGENIERO CARLOS RIVERA ESPAÑA

Quito, noviembre del 2011

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Los conceptos desarrollados, análisis realizados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de la autora MIRIAM PAULINA MANTILLA GARCÉS.

Quito, noviembre del 2011

Miriam Paulina Mantilla Garcés

DEDICATORIA

El presente proyecto de grado lo dedico a mi DIOS por darme la fuerza cada año de mi carrera para seguir adelante y llegar hasta este momento tan especial en mi vida; a mi abuelito GONZALO por ser el ángel que Dios me envió para levantarme después de cada caída, para enseñarme que todo problema tiene una solución, por ser mi ejemplo de honestidad, humildad y amor sincero y por ser la luz infalible en mi camino y a mi mami MARÍA ELENA que gracias a su amor, su apoyo incondicional y su esfuerzo por sacarme adelante me han permitido ser una persona de bien y llegar hasta este momento tan importante en nuestras vidas.

Mi triunfo es gracias a ustedes, ¡los amo!

Miriam Paulina Mantilla Garcés

AGRADECIMIENTO

Deseo expresar mis sinceros agradecimientos a Dios por guiarme en cada paso que doy en mi vida, por su amor incondicional que me ha llevado hasta este momento en el que doy un gran paso, por no abandonarme nunca y por iluminarme en cada página del presente proyecto.

A mi abuelito, Gonzalo, le agradezco por las fuerzas que me da cada mañana al levantarme, por la motivación constante en cada día de la elaboración del presente trabajo, por el apoyo incondicional que me brinda en cada momento de mi vida, por las enseñanzas que me brinda para ser cada día una mejor persona, por el ejemplo que me da para seguir adelante, y por ser un pedacito del corazón de Dios en mi vida, gracias papacito lindo por creer siempre en mí.

A mi mami, María Elena, que gracias a su esfuerzo me dio una carrera para mi futuro, le agradezco por apoyarme, por brindarme su amor verdadero y por estar siempre presente en mi vida en esos momentos tristes y alegres, dándome su ejemplo para salir adelante. A mi papi, Pedro, por su amor, por su apoyo, por sus consejos y principalmente por cada bendición que me envía.

A mi enamorado, Pablo, por enseñarme que cada día es una oportunidad nueva que Dios nos brinda para ser felices, para esforzarnos por ser mejores, para vivir intensamente como el regalo que es la vida, gracias mi amor por su apoyo en esta tesis que sin duda nos dará un mejor futuro para nuestra familia.

A mi abuelita, Aidita, a mis hermanos, sobrinos y amigos que me han apoyado e inspirado para finalizar esta etapa de mi vida y emprender nuevos proyectos.

A mi prima, Caro, por acompañarme y apoyarme cada día en la elaboración del presente proyecto y por inspirarme a ser su ejemplo.

A mis profesores, Magister Francisco Carrasco e Ingeniero Carlos Rivera por sus sabias enseñanzas, por su paciencia, por compartir desinteresadamente sus amplios conocimientos y experiencia para la elaboración de mi tesis y por su interés en ayudarme a convertirme en una profesional de bien muchísimas gracias de corazón.

ÍNDICE DE CONTENIDO

GENERALIDADES

I. Introducción.....	2
II. Información acerca del desempleo.....	4
III. Importancia del desarrollo de un portal web.....	5
IV. Diseño del portal web.....	7
V. Planificación de Recursos Humanos, Reclutamiento y Selección.....	10
VI. Objetivos.....	11

CAPÍTULO I: ESTUDIO DE MERCADO

1.1 Objetivos del Estudio de Mercado.....	13
1.2 Identificación del Bien y/o Servicio.....	13
1.2.1 Clasificación por su Uso.....	14
1.2.2 Clasificación por su Efecto.....	15
1.3 Análisis de la Demanda.....	16
1.3.1 Segmentación de Mercado.....	16
1.3.1.1 Variables a considerar para el segmento de mercado.....	18
1.3.1.2 Segmento objetivo.....	20
1.3.2 Factores que afectan la Demanda.....	21
1.3.2.1 Tamaño Empresarial.....	21
1.3.2.2 Hábitos Empresariales.....	22
1.3.2.3 Preferencias Empresariales.....	25
1.3.2.4 Presupuesto de Gastos.....	28

1.3.3 Comportamiento Histórico de la Demanda Externa.....	29
1.3.4 Demanda Actual.....	30
1.3.4.1 Metodología de la Investigación.....	30
1.3.4.2 Demanda Actual del Servicio.....	33
1.3.5 Proyección de la Demanda.....	34
1.4 Análisis de la Oferta.....	38
1.4.1 Clasificación de la Oferta.....	38
1.4.2 Factores que afectan la Oferta.....	38
1.4.2.1 Principales Competidores.....	38
1.4.2.2 Incursión de Nuevos Competidores.....	42
1.4.2.3 Capacidad de Inversión Fija.....	42
1.4.3 Oferta Actual.....	43
1.4.4 Proyección de la Oferta.....	44
1.5 Determinación de la Demanda Insatisfecha.....	45
1.6 Comercialización.....	45
1.6.1 Estrategia de Precios.....	45
1.6.1.1 Precio del Servicio.....	46
1.6.2 Estrategias de Promoción.....	47
1.6.3 Estrategias de Servicio.....	47
1.6.4 Estrategia de Plaza.....	48
1.7 Análisis de Precios.....	49
1.8 Estrategias del Mix de Marketing.....	49
1.8.1 Estrategia de servicio.....	50
1.8.2 Estrategia de precio.....	51
1.8.3 Estrategia de plaza.....	51
1.8.4 Estrategia de Comunicación.....	52

CAPÍTULO II: ESTUDIO TÉCNICO

2. Introducción.....	54
2.1 Tamaño del Proyecto.....	57
2.1.1 Factores Determinantes del Tamaño.....	58
2.1.1.1 Mercado.....	58
2.1.1.2 Disponibilidad de Recursos Financieros.....	58
2.1.1.3 Disponibilidad de Mano de Obra.....	59
2.1.1.4 Disponibilidad de Recursos.....	59
2.1.2 Optimización del Tamaño del Proyecto.....	60
2.1.3 Definición de la Capacidad de Producción.....	62
2.2 Localización del Proyecto.....	62
2.2.1 Macro Localización.....	62
2.2.2 Micro Localización.....	62
2.2.2.1 Factores Locacionales.....	62
2.2.2.2 Matriz Locacional.....	63
2.3 Ingeniería del Proyecto.....	64
2.3.1 El Proceso de Operación.....	64
2.3.1.1 Subproceso de Operación.....	65
2.3.1.1.1 Descripción del Proceso de producción.....	66
2.3.1.1.2 Metodología.....	66
2.3.1.1.3 Ventajas.....	68
2.3.1.1.4 Beneficios.....	69
2.3.1.1.5 Estructura del anuncio.....	70
2.3.1.1.6 Términos de uso del portal.....	72
2.3.1.2 Distribución de la Oficina.....	72
2.3.1.3 Diagrama de Flujo.....	73
2.3.1.4 Requerimiento de Mano de Obra.....	75

2.3.1.5 Requerimiento de Insumos y Servicios.....	75
2.3.1.6 Estimación de la Inversión.....	76
2.3.2 Calendario de Ejecución del Proyecto.....	76

CAPÍTULO III: LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

3.1. La Empresa.....	78
3.1.1 Finalidad.....	78
3.1.2 Tipo de Empresa.....	78
3.1.3 Constitución Legal.....	79
3.1.4 Base Legal.....	80
3.1.4.1 Constitución de la Empresa.....	80
3.1.4.2 Requisitos para la escritura pública.....	81
3.1.4.3 Requisitos Afiliación CCQ.....	81
3.1.4.4 Trámite Registro Único de Contribuyentes.....	82
3.1.4.5 Trámite de Bomberos.....	82
3.1.4.6 Trámite Instituto de Seguridad Social.....	83
3.1.5 Razón Social, Logotipo, Slogan.....	83
3.2. Base Filosófica de la Empresa.....	85
3.2.1 Misión.....	85
3.2.2 Visión.....	86
3.2.3 Estrategia Empresarial.....	87
3.2.4 Objetivos Estratégicos.....	88
3.2.5 Principios y Valores.....	92
3.2.6 Análisis Organizacional.....	94
3.2.7.1 Fortalezas.....	94
3.2.7.2 Debilidades.....	95
3.2.7.3 Oportunidades.....	95

3.2.7.4 Amenazas.....	95
3.2.7.5 Acciones a tomar.....	96
3.3. La Organización.....	99
3.3.1 OrganigramaEstructural.....	99
3.3.2 Organigrama Funcional.....	100

CAPÍTULO IV: ESTUDIO FINANCIERO

4.1. Presupuestos.....	102
4.1.1 Presupuesto de Inversión.....	102
4.1.1.1 Activos Fijos.....	102
4.1.1.2 Activos Intangibles.....	104
4.1.1.3 Capital de Trabajo.....	104
4.1.1.4 Resumen de Inversiones Iniciales.....	106
4.1.2 Cronograma de Reinversiones.....	106
4.1.3 Presupuestos de Operación.....	108
4.1.3.1 Presupuesto de Ingresos.....	108
4.1.3.1.1 Presupuesto de Ingresos Operacionales.....	108
4.1.3.1.2 Presupuesto de Otros Ingresos.....	108
4.1.3.2 Presupuesto de Egresos.....	110
4.1.3.2.1 Costos de Producción.....	110
4.1.3.2.2 Gastos Administrativos y de Ventas.....	111
4.1.3.3 Depreciaciones.....	113
4.1.3.4 Amortizaciones.....	115
4.1.3.5 Estructura de Financiamiento.....	115
4.1.4 Punto de Equilibrio.....	117
4.2. Flujo de Fondos.....	124
4.2.1 Del Proyecto.....	124

4.2.2 Del Inversionista.....	124
4.3 Estados Financieros Pro Forma.....	127
4.3.1 Estado de Resultados (Pérdidas y Ganancias).....	127
4.3.2 Estado de Origen y Aplicación de Fondos.....	129
4.4 Evaluación Financiera.....	130
4.4.1 Determinación de las Tasas de Descuento.....	130
4.4.1.1 Del Proyecto.....	131
4.4.1.2 Del Inversionista.....	132
4.4.2 Criterios de Evaluación.....	132
4.4.2.1 Valor Actual Neto.....	132
4.4.2.1.1 Del Proyecto.....	133
4.4.2.1.2 Del Inversionista.....	134
4.4.2.2 Tasa Interna de Retorno.....	135
4.4.2.2.1 Del Proyecto.....	135
4.4.2.2.2 Del Inversionista.....	136
4.4.2.3 Período de Recuperación de la Inversión.....	136
4.4.2.3.1 Del Proyecto.....	137
4.4.2.3.2 Del Inversionista.....	137
4.4.2.4 Relación Beneficio/Costo.....	138
4.4.2.4.1 Del Proyecto.....	139
4.4.2.4.2 Del Inversionista.....	140
4.4.2.5 Análisis de Razones Financieras.....	142
4.4.2.5 Análisis de Sensibilidad.....	144
4.4.2.5.1 Del Proyecto.....	144
4.4.2.5.2 Del Inversionista.....	145

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones.....	147
5.2 Recomendaciones.....	150
5.3 Bibliografía.....	151
5.4 Anexos.....	154

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N° 1 Variables de Segmentación.....	16
CUADRO N° 2 Segmentación del Mercado.....	18
CUADRO N° 3 Segmento Objetivo.....	20
CUADRO N° 4 Número de Establecimientos.....	21
CUADRO N° 5 Medios de Reclutamiento.....	22
CUADRO N° 6 Promedio de contrataciones por año.....	23
CUADRO N° 7 Portales de Reclutamiento.....	24
CUADRO N° 8 Factores de Reclutamiento.....	25
CUADRO N° 9 Preferencia de Funciones del Portal.....	27
CUADRO N° 10 Preferencia de Ubicación.....	28
CUADRO N° 11 Presupuesto para Servicios de Reclutamiento.....	29
CUADRO N° 12 Medianas Empresas del Distrito Metropolitano de Quito.....	30
CUADRO N° 13 Demanda del Nuevo Servicio.....	33
CUADRO N° 14 Demanda Actual.....	34
CUADRO N° 15 Proyección de la Demanda.....	35
CUADRO N° 16 Proyección de la Demanda.....	37
CUADRO N° 17 Principales Competidores: Multitrabajos.com.....	39
CUADRO N° 18 Principales Competidores: Porfinempleo.com.....	40
CUADRO N° 19 Principales Competidores: Kmeyo.com.....	41
CUADRO N° 20 Oferta de Portales Web Nacionales de Reclutamiento.....	43
CUADRO N° 21 Proyección de la Oferta.....	44
CUADRO N° 22 Demanda Insatisfecha.....	45
CUADRO N° 23 Precio del Servicio.....	46
CUADRO N° 24 Estrategias de Servicio.....	50
CUADRO N° 25 Estrategias de Precio.....	51
CUADRO N° 26 Estrategias de Plaza.....	51

CUADRO N° 27 Estrategias de Comunicación.....	52
CUADRO N° 28 Tamaños del Proyecto.....	60
CUADRO N° 29 Flujo Marginal.....	61
CUADRO N° 30 Resumen Flujo Marginal.....	61
CUADRO N° 31 Capacidad de Producción.....	62
CUADRO N° 32 Matriz Locacional.....	63
CUADRO N° 33 Requerimiento de Mano de Obra.....	75
CUADRO N° 34 Requerimiento de Servicios para la Producción.....	75
CUADRO N° 35 Estimación de la Inversión.....	76
CUADRO N° 36 Calendario de Ejecución del Proyecto.....	76
CUADRO N° 37 Elementos de la Misión.....	85
CUADRO N° 38 Elementos de la Visión.....	86
CUADRO N° 39 Pre-Objetivos.....	89
CUADRO N° 40 Objetivos.....	91
CUADRO N° 41 Principios y Valores.....	93
CUADRO N° 42 FODA.....	97
CUADRO N° 43 Estrategias de Maximización de Fortalezas y Oportunidades.....	98
CUADRO N° 44 Activos Fijos.....	102
CUADRO N° 45 Activos Intangibles.....	104
CUADRO N° 46 Capital de Trabajo.....	106
CUADRO N° 47 Resumen de Inversiones Iniciales.....	106
CUADRO N° 48 Cronograma de Renversiones.....	107
CUADRO N° 49 Presupuesto de Ingresos.....	108
CUADRO N° 50 Resumen Venta de Activos.....	108
CUADRO N° 51 Venta de Activos.....	109
CUADRO N° 52 Presupuesto de Costos del Servicio.....	110
CUADRO N° 53 Cálculo de Mano de Obra de Producción del Servicio.....	111

CUADRO N° 54 Presupuesto de Gastos Administrativos.....	111
CUADRO N° 55 Cálculo de Mano de Obra Administrativa.....	112
CUADRO N° 56 Presupuesto de Gastos de Ventas.....	112
CUADRO N° 57 Cálculo de Mano de Obra de Ventas.....	112
CUADRO N° 58 Resumen Depreciaciones.....	113
CUADRO N° 59 Depreciaciones.....	114
CUADRO N° 60 Amortizaciones.....	115
CUADRO N° 61 Estructura de Financiamiento.....	116
CUADRO N° 62 Información para el Crédito.....	116
CUADRO N° 63 Tabla de Amortización.....	117
CUADRO N°64 Clasificación Rubros de Producción del Servicio.....	118
CUADRO N° 65 Costos fijos del servicio.....	118
CUADRO N° 66 Costos variables del servicio.....	118
CUADRO N° 67 Margen de Contribución Unitario.....	119
CUADRO N° 68 Punto de Equilibrio del Producto.....	119
CUADRO N° 69 Clasificación Rubros totales de la empresa.....	120
CUADRO N° 70 Margen de Contribución Unitario.....	120
CUADRO N° 71 Punto de Equilibrio de la Empresa.....	121
CUADRO N° 72 Flujo Neto de Fondos de Proyecto Puro.....	125
CUADRO N° 73 Flujo Neto de Fondos del Inversionista.....	126
CUADRO N° 74 Estado de Pérdidas y Ganancias del Proyecto Puro.....	127
CUADRO N° 75 Estado de Pérdidas y Ganancias del Inversionista.....	128
CUADRO N° 76 Estado de Origen y Aplicación de Fondos.....	129
CUADRO N° 77 Tasa de Descuento del Proyecto Puro.....	131
CUADRO N° 78 Valor Actual Neto del Proyecto Puro.....	134
CUADRO N° 79 Valor Actual Neto del Inversionista.....	134
CUADRO N° 80 Tasa Interna de Retorno del Proyecto.....	135

CUADRO N° 81 Tasa Interna de Retorno del Inversionista.....	136
CUADRO N° 82 Período de Recuperación del Proyecto.....	137
CUADRO N° 83 Período de Recuperación del Inversionista.....	137
CUADRO N° 84 Relación Beneficio-Costo del Proyecto.....	139
CUADRO N° 85 Relación Beneficio-Costo del Inversionista.....	140
CUADRO N° 86 Balance General.....	141
CUADRO N° 87 Análisis de Sensibilidad del Proyecto.....	144
CUADRO N° 88 Análisis de Sensibilidad del Inversionista.....	145

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1 Desempleo Nacional.....	4
GRÁFICO N° 2 Candidatas por ciudades.....	19
GRÁFICO N° 3 Sectores con mayor cantidad de personal.....	19
GRÁFICO N° 4 Proceso de Reclutamiento.....	22
GRÁFICO N° 5 Frecuencia de Contrataciones por Período.....	23
GRÁFICO N° 6 Hábitos de contratación.....	24
GRÁFICO N° 7 Factores Principales de Contratación.....	26
GRÁFICO N° 8 Preferencia de Publicación de Anuncios.....	26
GRÁFICO N° 9 Preferencia de Función del Portal.....	27
GRÁFICO N° 10 Preferencia de Ubicación de Oficina.....	28
GRÁFICO N° 11 Presupuesto para Servicios de Reclutamiento.....	29
GRÁFICO N° 12 Tendencia de las Medianas Empresas Período 2000-2016.....	37
GRÁFICO N° 13 Barreras de Entrada.....	42
GRÁFICO N° 14 Capacidad de Producción de Competidores.....	43
GRÁFICO N° 15 Preferencia de Medio Publicitario.....	47
GRÁFICO N° 16 Satisfacción de Proveedor Actual.....	47
GRÁFICO N° 17 Micro Localización de la Empresa.....	64
GRÁFICO N° 18 Ejemplo Anuncio Destacado.....	70
GRÁFICO N° 19 Ejemplo Anuncio Estándar.....	71
GRÁFICO N° 20 Distribución de la Oficina.....	73
GRÁFICO N° 21 Logotipo y Slogan.....	84
GRÁFICO N° 22 Punto de Equilibrio del producto.....	122
GRÁFICO N° 23 Punto de Equilibrio de la empresa.....	123

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A ENCUESTA PILOTO.....	155
ANEXO B ENCUESTA DEFINITIVA.....	156
ANEXO C ANÁLISIS DE RESULTADOS ENCUESTA.....	158
ANEXO D CLASIFICACIÓN EMPRESAS SUPERINTENDENCIA DE CÍAS. 172	
ANEXO E NÚMERO DE MEDIANAS EMPRESAS DEL DMQ.....	174
ANEXO F PERSONAL OCUPADO POR ACTIVIDAD ECONÓMICA.....	176
ANEXO G CLASIFICACIÓN INCE Y SUPERINTENDENCIA DE CÍAS.....	177
ANEXO H TAMAÑO I.....	184
ANEXO I TAMAÑO II.....	193
ANEXO J TAMAÑO III.....	202
ANEXO K COSTO ACTIVOS FIJOS.....	214
ANEXO L PLANES DE INTERNET CORPORATIVOS CNT.....	215

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene la finalidad de desarrollar el “Estudio para la Creación de una Empresa Reclutadora y Seleccionadora de Talento Humano mediante la administración de un portal web en la ciudad de Quito”.

Ante la evidente necesidad de mejores procesos de reclutamiento y selección de talento humano en el campo empresarial se decidió crear Mundo Trabajo Cía. Ltda., organización cuyo fin consiste en brindar soluciones a los problemas que surgen en los procesos de contratación de personal mediante la implementación de un portal web que sea capaz de satisfacer las necesidades de reclutamiento y selección de verdaderos talentos con un servicio de calidad a un precio justo dentro del mercado.

Debido a que el mercado actual cada vez es más exigente y requiere de mayores estímulos al momento de adquirir un producto o servicio, el presente proyecto pretende dar a los empresarios una alternativa moderna y eficaz para los procesos de reclutamiento y selección de talento humano mediante un portal interactivo de fácil acceso tanto para empresas como para candidatos postulantes. Por lo que se considera necesario implementar estrategias de introducción y consolidación en el mercado para que los consumidores potenciales del servicio consideren al portal web como una herramienta fundamental para estos procesos.

La inversión inicial para la ejecución del presente proyecto proviene de un aporte de los accionistas y de un crédito bancario de acuerdo a la posibilidad de inversión y adquisición de los accionistas, ya que se deberá comprar equipos apropiados para la implementación del negocio. Adicionalmente, se contratará una empresa especializada en páginas web instalando el software necesario de manera que se garantice el correcto funcionamiento del negocio que satisfaga las expectativas tanto de los clientes internos como externos.

Como primer paso para la elaboración del presente tema de tesis se consideró las generalidades que se deben conocer para la realización de la investigación, este aspecto introductorio presenta los conceptos, las razones principales y los objetivos por los cuales se llevó a cabo el presente proyecto.

En el primer capítulo se presenta el estudio de mercado donde se obtuvo información válida a través de la aplicación de encuestas, cuyos datos fueron interpretados para realizar los respectivos análisis y establecer los resultados que permitieron determinar la demanda insatisfecha a ser cubierta por el servicio especializado que brindará la empresa.

Por lo tanto, este capítulo comprende el desarrollo y análisis de la investigación, en la cual se identificó que existen 1.090 medianas empresas del sector urbano de la ciudad de Quito. El mercado en el cual se desarrollará la empresa es oligopólico, en la actualidad existen tres grandes empresas reclutadoras de talento humano que emplean un portal web como multitrabajos.com; porfiempleo.com y kmeyo.com

Con respecto a la demanda insatisfecha, se pudo determinar que existen 806 empresas correspondientes al segmento en estudio, cuyas necesidades de reclutamiento no son plenamente atendidas por los competidores, por lo que mediante la aplicación de la encuesta se obtuvo un alto porcentaje de aceptación hacia el nuevo portal web.

El segundo capítulo se refiere al estudio técnico en el cual se analiza factores importantes que influyen y condicionan el tamaño de la empresa; se emplearon métodos eficientes que determinan la mejor opción de tamaño, ubicación y capacidad de producción del proyecto. La metodología utilizada para establecer el tamaño óptimo fue el método de flujos de diferencia, donde se establecieron varios tamaños, obteniendo como resultado una capacidad de procesamiento de 564 contratos anuales. La localización del proyecto será en el Sector La Carolina, el cual se determinó empleando el método cualitativo por puntos.

El tercer capítulo puntualiza los requisitos principales que se debe cumplir para la creación de la empresa según la Legislación Ecuatoriana. Además se establece la estructura organizacional y funcional que tendrá la empresa, para lo cual se describe detalladamente los procesos de reclutamiento y preselección de talento humano para brindar un servicio adecuado a los clientes meta. El nombre comercial de la empresa será Mundo Trabajo Cía. Ltda.; y el nombre del portal web será de megaempleos.com. La filosofía corporativa se basará en la calidad de sus servicios tanto de reclutamiento como de preselección del personal idóneo en base a sus competencias. La estrategia de competitividad será de liderazgo en costos, lo que

significa para la empresa la reducción de costos a partir de un control e instalaciones de sistemas eficientes que le permitan ser competitiva en el mercado. Además se cuenta con estrategias que se utilizarán para establecer el precio, la promoción y la comercialización de los productos.

En el cuarto capítulo se realiza un análisis financiero en el que se determinó una inversión de inicial de \$56.308,12; siendo \$29.441 de activos fijos, \$17.182,72 y \$9.684,40 de capital de trabajo. La estructura de financiamiento que emplea la empresa Reclutadora y Seleccionadora de talento humano proviene de dos fuentes principales que son: recursos propios que corresponden al 59% y recursos de terceros con un 41% mediante el préstamo de la Corporación Financiera Nacional con una tasa de interés del 10,5% a un plazo de 5 años, del cual el 42% se destinará al pago del capital de trabajo y el 58% para la adquisición de activos fijos. El VAN del proyecto puro es de \$37.141,34 mientras que el Van del proyecto del Inversionista es de \$40.623,36. La TIR es del 29% desde el punto de vista del proyecto y 42% desde el punto de vista del inversionista.

Por lo tanto, en el cuarto capítulo se puede concluir que el proyecto es viable, puesto que se obtuvo un VAN, una TIR y una relación beneficio costo positiva tanto para el proyecto puro, es decir con recursos propios, como también para el proyecto del inversionista en el cual se emplean recursos ajenos; además de conocer el tiempo en el cual se recuperará la inversión.

Finalmente se concluye con las respectivas conclusiones y recomendaciones basadas en los estudios de mercado, técnico-financiero y organizacional, que permitieron demostrar la factibilidad del proyecto.

GENERALIDADES

I. INTRODUCCIÓN

La importancia que adquiere la forma en que se elige al personal es evidente: personas poco capacitadas provocarán grandes pérdidas a las empresas tanto por errores en los diversos procedimientos, como en tiempo desperdiciado. Igualmente, personas con un carácter inapropiado producirán conflictos, alterando la armonía que debe existir entre los individuos, lo cual inevitablemente afectará el desempeño laboral general. Por tal motivo, es necesario que exista una forma rigurosa y eficaz de seleccionar al mejor candidato posible para el éxito de la organización. Dado que el mundo organizacional, tanto público como privado se ha dado cuenta de ello, el campo del reclutamiento y selección de talento humano se abre como una alternativa real de desarrollo tanto para empresas como para profesionales.

En muchos países los procesos de reclutamiento y selección de talento humano constituyen un asunto de suma trascendencia en empresas que luchan constantemente por convertirse y mantenerse como organizaciones competitivas de primer mundo que saben enfrentarse a los cambios de un entorno cada vez más globalizado. Para ello se apoyan en la correcta gestión de talento humano, ésta es la encargada de la selección eficiente de personal que cumpla con los requerimientos de los diversos puestos de una determinada empresa con una remuneración eficazmente calculada y un excelente sistema de capacitación constante; por esta razón la gestión de talento humano busca administrar estratégicamente el reclutamiento, la selección, la inducción, la capacitación, y el correcto manejo y control de personal dentro de la organización, sin restar importancia a programas de motivación de desarrollo del talento humano, a través de los cuales la empresa obtenga una rentabilidad maximizada en términos de efectividad.

En Ecuador, la correcta gestión de reclutamiento y selección de Talento Humano desarrollada por medio de Internet no se encuentra totalmente explotada, si bien es cierto en la última década se han publicado algunas páginas enfocadas al reclutamiento, aún no existe una en la que a más de reclutar personal sea capaz de preseleccionar a los mejores candidatos, facilitando así esta tarea para las organizaciones.

Así como también, los portales web de reclutamiento de talento humano han sido escasamente desarrollados, siendo así que hoy en día las personas reconocen únicamente la existencia de tres portales de origen nacional que proporcionan este servicio, las cuales son “porfintrabajo.com”, “kmeyo.com” y “multitabajos.com” que hace tres años dejó de ser una empresa nacional para unirse a una de las empresas de e-recruitment más grandes del mundo como lo es la empresa Búmeran. El principal objetivo de estas organizaciones consiste en satisfacer las necesidades de pequeñas, medianas y grandes empresas en cuanto al tema de reclutamiento de talento humano.

“El Distrito Metropolitano de Quito representa la ciudad que alberga la mayor cantidad de población del país, siendo así que en la actualidad bordea el millón ochocientos mil habitantes”¹, lo que ha generado el surgimiento de una gran cantidad tanto de profesionales como de empresas que poseen la necesidad de reclutar y seleccionar a un adecuado personal para satisfacer las necesidades que éstas enfrentan. Muchas de estas organizaciones no presentan un adecuado modelo de gestión de talento humano que abarque todos los aspectos de manejo empresarial en relación al talento humano como el reclutamiento y selección de correctos profesionales, procesos de inducción a la organización e incluso un sistema adecuado y efectivo para la capacitación de talento humano que sea capaz de cumplir adecuadamente con sus funciones y así proporcionar satisfacción tanto a la compañía como al cliente.

Por tal razón, el objetivo del presente proyecto es prestar un servicio que satisfaga a medianas empresas del Distrito Metropolitano de Quito en cuanto a un eficaz reclutamiento y selección de personal, el cual va mucho más allá de prestar un servicio de internet, sino diseñar modelos gestión de talento humano que se encuentren alineados a los procesos y estrategias de las empresas; diseñar propuestas para la implementación de programas de inducción y de capacitación de manera que puedan adoptar modelos de

¹ INTERNET, Wikipedia, Quito, diciembre 2010,
http://es.wikipedia.org/wiki/Ciudad_de_Quito#Poblaci.C3.B3n

gestión de selección que beneficien y contribuyan al desarrollo de la organización, es decir, brindar un servicio en la implementación de un sistema integral de gestión de talento humano empresarial que lleve un valor agregado a la cadena de valor de la compañía que se beneficie de este portal.

El fin de que las empresas incorporen una correcta gestión de talento humano al seleccionar adecuadamente al personal que formará parte de su organización es incentivar y promover el desarrollo económico y productivo de las medianas empresas de la ciudad de Quito de manera que se reflejen a través de la satisfacción del cliente, el desarrollo organizacional y la contribución efectiva a un crecimiento competitivo del país.

II. INFORMACIÓN ACERCA DEL DESEMPLEO

En Quito la tasa de desempleo en el primer semestre del año se ubicó en 7,3%, luego de ubicarse en 9,1% en marzo pasado, informó el Director General del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

**GRÁFICO N°1
DESEMPLEO NACIONAL**



Fuente: Instituto Nacional INEC

La Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) anunció que en el país existen unos 320 mil desempleados, frente a 1,9 millones de personas ocupadas. Con estos números, el ente oficial ratifica que el desempleo alcanzó el 7,3% porcentaje menor en relación al semestre anterior.

La mayoría de empresas no realizan una adecuada selección de personal por lo que en el futuro se enfrentan a grandes problemas que generan resultados negativos como despidos y por ende un incremento del nivel de desempleo; razón por la cual se plantea una nueva perspectiva para el reclutamiento y selección del talento humano, agregando de esta manera más importancia a la cadena de valor de los procesos de gestión de talento humano de una empresa enfocada hacia la satisfacción del cliente. Este elevado nivel de desempleo ha aumentado en la última década por lo que se ha acrecentado la demanda de profesionales para obtener un determinado puesto en el campo laboral.

Es importante conocer que los portales web de reclutamiento constituyen una de las principales herramientas que tienen la finalidad de reducir el índice de desempleo en el país. Los portales constituyen una propuesta moderna tanto para las empresas como para los candidatos de cubrir vacantes y contribuir con la disminución del desempleo, aportando de esta manera al desarrollo económico y social del Ecuador.

III. Importancia del desarrollo de un Portal Web enfocado al reclutamiento y preselección de talento humano

Actualmente la apertura y alcance de redes electrónicas mundiales de diversos índoles constituyen la base de la estrategia de desarrollo de varias empresas e incluso de países que la combinan con la facilidad de contar infraestructura adecuada para la generación de sistemas económicos, comerciales, laborales y políticos que facultan condiciones empresariales.

El alto nivel de competitividad y la aparición de nuevas tecnologías de información facilitan procesos innovadores que proporcionan consecuencias positivas para enfrentar de forma favorable a los cambios que se presentan diariamente en un mundo globalizado. “Los cambios provenientes de las altas tecnologías constituyen uno de los mayores retos de las sociedades modernas, ya que a través de Internet, como medio de comunicación, se puede visualizar una vía, cada vez más accesible a los diversos actores de la sociedad”.²

² CABRERA Henry, *Internet como medio de comunicación en Venezuela*, Instituto universitario de tecnología industrial Rodolfo Llero Arismendi, Caracas, Julio 1998.

La realidad actual obliga a los individuos y organizaciones a adoptar nuevos enfoques y maneras de operar para responder adecuadamente a los retos planteados por los nuevos escenarios sociales, políticos y económicos de las sociedades modernas. La incorporación de nuevas tecnologías es por tanto, de suma importancia para la expansión sociocultural y económica.

De acuerdo a un estudio realizado por la Agencia Internacional OMB&B existen actualmente 40 millones de personas en todo el mundo conectadas a Internet de las cuales el 67% tiene hasta 50 años y el 19% más de 50 años. El informe concluye que la gente joven es más propensa a utilizar la red para solicitar información y para entretenimiento, mientras que los de mayor edad lo hacen para realizar negocios o solicitar servicios, este dato fue obtenido de un texto sobre publicidad y mercadeo, autor anónimo, página 45, 1997.

El Word Wide Web o simplemente Web permite navegar por varios lugares a la vez, esto es posible debido a que las páginas electrónicas que se presentan, están cargadas de información adicional como publicidad, compras virtuales, o saltos de página hacia otro tipo de información como libros, foros, conferencias u otras publicaciones.

La oferta y búsqueda de empleo mediante Internet constituye una de las opciones más utilizadas al momento de usar la web, ya que mundialmente existen varios sitios donde buscar trabajo o publicar un currículum vitae, siendo una gran oportunidad tanto para quien busca empleo como para quien desea contratar personal de acuerdo a un perfil definido.

Mediante las bolsas de empleo virtuales se puede acceder a las principales ofertas de empleo del país en casi todas las áreas, además existe la posibilidad de que las personas que lo deseen inserten el currículum vitae con el objetivo de que las empresas puedan adquirir un buen perfil profesional de acuerdo a sus requerimientos. Este recurso se traduce en evidentes ventajas: menores costos e intercambio de información más rápido y eficiente que otros medios.

Por lo tanto, la adecuada gestión de talento humano mediante el empleo de un portal web constituye una herramienta que brindará a las medianas empresas de la ciudad de Quito la oportunidad de reclutar y seleccionar al personal

idóneo para llevar las actividades a cabo con la más alta eficacia, participando así de una manera activa y competitiva en el mercado global, utilizando medios electrónicos accesibles tanto para empresas como para postulantes, incrementando ingresos, maximizando ganancias, minimizando costos y explorando nuevos nichos de mercados. Para lograrlo, es necesaria la aplicación de la Gestión de Talento Humano en el proceso de reclutamiento y selección de personal, así como la implementación de varios procesos que permita dar un valor agregado al portal web.

Mediante el presente proyecto de factibilidad se podrá implementar y mejorar la capacidad de gestión de reclutamiento y selección de talento humano en las empresas de la ciudad de Quito por medio del portal web para este fin, esto permitirá abrir las puertas a un eficiente proceso de contratación de talento humano que mediante la planificación y diseño de adecuadas políticas de gestión de talento humano conduzca a la organización al éxito.

IV. Diseño del portal web

El portal web constituye la entrada principal a la empresa ya que provee a los clientes de información acerca de sus servicios, es mucho más sencillo y económico que hacer llamadas telefónicas, imprimir catálogos o realizar publicaciones de prensa. La página Web permite a la empresa evaluar a sus clientes actuales mediante encuestas y formularios publicados dentro de la página y así conocer mejor sus inquietudes y sugerencias respecto al servicio, su calidad y sus costos.

➤ Etapas de desarrollo de un proyecto de sitio Web

El desarrollo de un proyecto de sitio Web se divide en tres etapas principales

- Pre-diseño
- Diseño
- Instalación y prueba

Para elaborar el portal web se consideró en su etapa de pre-diseño a cinco componentes básicos que se describe a continuación:

1. Objetivos

Este es el elemento más importante ya que es necesario responder a la pregunta: ¿Para qué se publica este sitio?

Los clientes deben conocer que el presente sitio fue creado con la finalidad de reclutar talento humano que se encuentre en búsqueda de empleo de manera que mediante su currículum vitae pueda ser elegido de acuerdo al perfil que se está buscando en la organización, de esta manera, tanto empresas como candidatos pueden satisfacer su necesidad.

2. Público

Se refiere a aquella parte de la población que se pretende alcanzar e influir con el portal, es decir llegar a la demanda insatisfecha determinada por el estudio de mercado. Éste se encuentra estrechamente vinculado con los objetivos establecidos y la naturaleza del sitio que se propone.

El target constituye todo el público al que se desea llegar mediante el portal, para esto es necesario conocer mediante la aplicación de la encuesta los gustos y preferencias del cliente.

3. Contenido

Se debe seleccionar cuidadosamente la información que se desea incluir en la Web ya que ésta debe ser significativa y útil para el público, considerando lo que ellos están buscando. El contenido debe superar a otros portales similares, éste debe ser innovador, exclusivo y de interés para captar la atención y preferencia del cliente.

“Todo lo que se hace contribuye a formar la imagen que tiene el público de la empresa, institución, producto o servicio. La web no es una excepción y cualquier sentimiento de frustración que experimente el usuario no se canalizará hacia el o los autores del sitio Web, sino a la imagen de la empresa.”³

³LORA, Verónica. *Un Sitio en Internet. ¿Qué es la Web?* España, 1999, p. 18

4. Estructura

La organización de la información es fundamental para asegurar el éxito del sitio web, es necesario organizar las páginas, incluir en cada una de ellas la unidad de información necesaria y completa. La página principal o home page es la base del sitio Web ya que a partir de ésta se vinculan el resto de páginas mediante links que ayuden al usuario a navegar por las páginas del portal y conocer su información.

Los usuarios recorren las páginas de la Web utilizando como guía palabras claves, ésta es la principal razón del nombre del portal megaempleos.com. Es importante tener en cuenta que el usuario no conoce la estructura interna de las páginas, por tanto, se debe facilitar su búsqueda con mecanismos de identificación tales como: áreas de trabajo como comercial, finanzas, tecnología, etc.; ubicación del empleo como región, provincia, ciudad; y tipo de trabajo como por contrato, temporal, pasantías; y así evitar que después de recorrer cuatro o cinco páginas sin éxito abandone el sitio con la sensación de frustración por no encontrar lo que buscaba.

5. Visualización

Los elementos gráficos de un sitio Web constituyen una herramienta de comunicación al servicio de los objetivos planteados, por lo que debe responder a los gustos y preferencias del público.

La coherencia visual ayuda a que el usuario sepa en todo momento en qué página se encuentra, el fondo, los íconos deberán ser iguales en todas las páginas para no desconcertar al usuario.

En cuanto al diseño se refiere al HTML o Hyper Text Markup Language., consiste en una serie de comandos que dan formato al texto que contienen los archivos. En la actualidad los procesadores se encargan de este trabajo. El diseño de la página web implica tres especialidades diferentes: comunicación, programación en HTML, CGI, JAVA; diseño gráfico y multimedia.

Finalmente la instalación y prueba constituye la puesta en marcha del portal, verificando que todos los enlaces o links se encuentren funcionando al igual que los formularios y los buscadores.

V. Planificación de Recursos Humanos, Reclutamiento y Selección de Talento Humano

La Gestión de Talento Humano es un tema que ha cobrado fuerza en el mundo empresarial debido a la importancia de contratar personas competentes capaces de satisfacer los requerimientos de una plaza laboral para poder llegar a cumplir con los objetivos de la organización de manera que esta se convierta en un ente productivo, rentable y exitoso.

La planificación comienza con el estudio de las necesidades de cada organización, con el fin de prever cuáles serán las personas aptas para el cumplimiento de los objetivos de la organización. El reclutamiento constituye el procedimiento destinado a atraer candidatos calificados y capaces de ocupar cargos dentro de la organización. La selección de personal es el proceso mediante el cual se elige a los candidatos idóneos para cubrir una vacante específica de acuerdo a sus habilidades, destrezas, conocimientos y experiencias.

Las empresas que no estén a la vanguardia de los procesos actuales para mantenerse competitivamente activos a los nuevos desafíos y exigencias de los consumidores, su destino será seguramente el fracaso hasta llegar a su cierre. En este contexto las empresas deben considerar de vital importancia para su supervivencia y vigencia económica en el mercado la adaptación de nuevos modelos de gestión y planificación de talento humano con el principal objetivo de contratar al personal adecuado para su empresa.

VI. Objetivos

Objetivo General

- Satisfacer la demanda insatisfecha de las medianas empresas de la ciudad de Quito en lo referente a los procesos de reclutamiento y selección de talento humano.

Objetivos Específicos

- Analizar y mejorar los actuales procesos automatizados de reclutamiento y selección de personal desarrollados actualmente en la ciudad de Quito.
- Aplicar los diversos conocimientos académicos y la experiencia laboral adquirida para asegurar una gestión de selección y reclutamiento de personal más coherente y exigente en los próximos años.
- Mejorar y agregar un valor a los procesos de selección de personal de las empresas a través de una portal web enfocada al talento humano.
- Implementar estrategias adecuadas de reclutamiento y selección de personal en empresas que requieran una óptima aplicación de sistemas de gestión de talento humano.
- Proporcionar a las medianas empresas de la ciudad de Quito la posibilidad de elegir al personal que cumpla con los requisitos que el perfil del cargo requiera para contratar a los mejores candidatos.
- Satisfacer la demanda de las personas que se encuentran en busca de una plaza laboral.

ESTUDIO DE MERCADO

1.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

El presente estudio de mercado tiene como objetivo determinar la cantidad de empresas que existen para la adquisición del servicio de reclutamiento y preselección de talento humano que se pretende ofrecer; la competencia que existe en el mercado al que va dirigido este proyecto, la determinación de las características y especificaciones del servicio, y el establecimiento del precio para lograr una adecuada acogida en el mercado. La información que se obtenga en el estudio de mercado, por medio de la metodología de la investigación aplicada, será procesada con el fin de obtener datos como las necesidades, gustos y preferencias que poseen las empresas, información de la competencia y del mercado en el cual se desarrollará el proyecto, lo cual será una herramienta para tomar decisiones en la elaboración de estudio.

Además se podrá obtener datos que permitan cuantificar la existencia de un número suficiente de medianas empresas del Distrito Metropolitano de Quito que estarían dispuestas, bajo ciertas condiciones de precio y calidad, a demandar el servicio de reclutamiento y selección de talento humano, de manera que se justifique la implementación del mismo.

Es importante considerar que toda la información debe ser clara, precisa y puntual lo cual sirve como un canal útil para poder realizar los diferentes análisis que se requieren con el fin de obtener datos exactos que permitan mostrar la factibilidad de la creación del proyecto.

1.2 IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO

La mayoría de empresas han atravesado varias dificultades debido a que no realizan un adecuado proceso de reclutamiento y selección de personal, por lo que en el futuro se enfrentan a graves problemas que desembocan en pérdidas monetarias, materiales y de talento humano, lo cual contribuye al incremento de la tasa de desempleo; razón por la cual se plantea una nueva perspectiva tanto para el reclutamiento como para la selección del talento humano, ya que en el Ecuador apenas se cuenta con tres portales web de origen nacional, según datos

proporcionados por la Superintendencia de Compañías, todos enfocados únicamente al reclutamiento de talento humano mas no a una preselección de un número de candidatos solicitados bajo las especificaciones de la organización.

Con el proyecto se espera satisfacer las necesidades de las medianas empresas que desean contar con profesionales que cumplan con las exigencias del cargo requerido, promoviendo de esta forma el desarrollo productivo de las medianas empresas de la ciudad de Quito y por ende, disminuir el nivel de desempleo.

Entre los servicios que ofrecerá la empresa mediante el portal se encuentran:

- **Procesos adecuados de reclutamiento de talento humano:** Implementación del portal web con un lenguaje bastante amigable para los usuarios de manera que se lo pueda utilizar de forma ágil y sencilla.
- **Preselección de los mejores candidatos inscritos:** Brinda a las empresas el beneficio de poder reclutar a las personas que satisfagan el perfil de los puestos para una posterior selección competitiva de la organización, ya que la empresa tiene la facilidad de que el presente portal preseleccione a los mejores candidatos que satisfagan los requerimientos de las vacantes que se esperan cubrir.
- **Gestión de talento humano para las empresas inscritas:** Se refiere al asesoramiento que se brindará a la empresa en el proceso de selección del o de los mejores candidatos que requiera la organización para cubrir un cargo.

1.2.1 CLASIFICACIÓN POR SU USO

Existe una clasificación de bienes y servicios por su uso la cual se define en tres grandes grupos; es importante determinar qué clase de servicio es el que se está ofreciendo a los consumidores, por lo que los bienes por su uso se clasifican en bienes de consumo final, consumo intermedio y de capital.

- **Bienes de consumo.-** Son bienes que no buscan otros bienes o servicios. Un bien de consumo es aquel que satisface directamente las necesidades específicas del último consumidor que lo demanda y lo adquiere.
- **Bienes intermedio.-** Son bienes demandados en procesos productivos de las empresas para ser consumidos y/o transformados.
- **Bienes de capital.-** “Son los factores de producción constituidos por inmuebles, maquinaria o instalaciones de cualquier género, que en colaboración con otros factores, principalmente el trabajo y bienes intermedios, se destinan a la producción de bienes de consumo”.⁴

En este caso, el portal web enfocado al reclutamiento y preselección de talento humano constituye un servicio intermediario ya que recluta y preselecciona los mejores candidatos, sin embargo, la elección final de selección del candidato que cubrirá la vacante es decisión de la empresa.

1.2.2 CLASIFICACIÓN POR SU EFECTO

Los bienes y servicios se clasifican en tres grupos por su efecto:

- **Bienes innovadores.-** Estos bienes son nuevos, que tienen características creativas y que son desconocidos para el consumidor.
- **Bienes iguales.-** Son bienes y servicios que se los encuentra en el mercado y que cubren una necesidad determinada.
- **Bienes similares.-** Son aquellos bienes que satisfacen la misma necesidad pero que son diferentes a los bienes que se encuentran en el mercado.

Por su efecto los servicios pueden ser: iguales a los existentes en el mercado, similares e innovadores. El servicio del portal web enfocado al reclutamiento y preselección de talento humano se lo puede clasificar como un servicio similar ya que existen servicios de reclutamiento de personal; sin embargo, estos presentan diferentes características.

⁴ LERMA Alejandro, *Guía para el desarrollo de productos*, Tercera Edición, Thomson, 2004.

1.3 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

“La demanda se define como la respuesta al conjunto de mercancías o servicios, ofrecidos a un cierto precio en una plaza determinada y que los consumidores están dispuestos a adquirir, en esas circunstancias”.⁵ Dentro del proyecto el análisis de la demanda constituye uno de los aspectos primordiales, por la incidencia que tiene en los resultados del proyecto.

1.3.1 SEGMENTACIÓN DE MERCADO

“El segmento de mercado es un grupo relativamente grande y homogéneo de consumidores que se pueden identificar dentro de un mercado, que tienen deseos, poder de compra, ubicación geográfica, hábitos de compra similares y que reaccionarán de modo parecido ante una mezcla de marketing”.⁶

“La segmentación de mercado es el proceso mediante el cual un mercado es dividido en grupos similares más pequeños que tengan características y necesidades semejantes”.⁷ Para realizar una adecuada segmentación de mercado es necesario considerar las siguientes variables las cuales servirán de ayuda para identificar el segmento al que se dirigirá el presente estudio.

**CUADRO N°1
VARIABLES DE SEGMENTACIÓN**

VARIABLES	CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN
GEOGRÁFICAS	Ciudad, región, provincia, país.
	Área urbana, rural.
	Tamaño del mercado.

⁵ INTERNET <http://www.esmas.com/conceptodemanda>

⁶ KOTLER Philip, *Dirección de Marketing*. La Edición del Milenio, Prentice Hall, México, 2001.

⁷ LAMB HAIR McDaniel; *Marketing*; 6ta. Edición; Ed. Thomson.

DEMOGRÁFICAS	Edad
	Género
	Ingreso
	Ocupación
	Estado Civil
	Nivel de Educación
	Ciclo de vida familiar
	Tamaño de la familia
	Actividad económica
	Tamaño de las empresas
PICTOGRÁFICAS	Personalidad, pensamientos, sentimientos, conducta
	Motivos, valores
	Estilos de vida
CONDUCTUALES	Conocimientos
	Actitudes, preferencias, pasatiempos
	Uso o respuesta hacia un producto

Fuente: Lamb Hair McDaniel, Marketing

Elaborado: La autora

Para efectos del presente proyecto se consideró la variable geográfica y la variable demográfica. Por tanto, el segmento de mercado al cual va dirigido el proyecto se define a continuación:

**CUADRO N°2
SEGMENTACIÓN DEL MERCADO**

VARIABLES	INDICADORES	SEGMENTO
Geográficas	Provincia	Pichincha
	Ciudad	Distrito Metropolitano de Quito
	Área	Urbano
Demográficas	Tamaño de la Empresa	Medianas empresas
	Actividad económica	D. Industrias manufactureras
		G. Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos, automotores, motocicletas, efectos personales y enseres domésticos.
		I. Transporte, almacenamiento y comunicaciones.
		K Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler.

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado: La autora

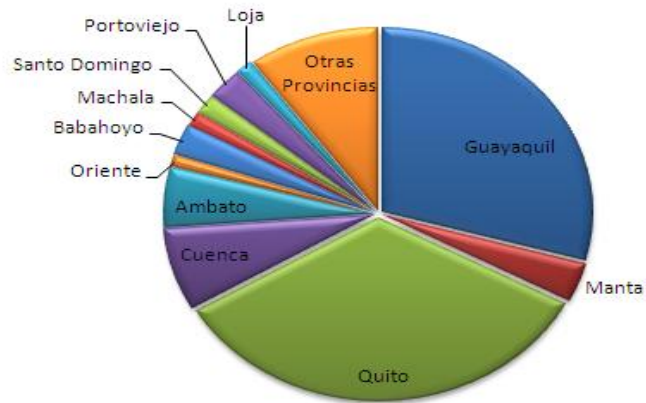
En resumen el segmento al cual va dirigido el proyecto constituye las medianas empresas clasificadas de acuerdo a la actividad económica que éstas realizan, para este fin se consideró la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de la Superintendencia de Compañías donde se predeterminó al grupo D, grupo G, grupo I y el grupo K que corresponden a los sectores manufactureros, de comercio, de transporte y almacenamiento, y de actividades inmobiliarias y empresariales respectivamente, ubicados en el Distrito Metropolitano de Quito.

1.3.1.1 VARIABLES A CONSIDERAR PARA EL SEGMENTO DE MERCADO

Las principales variables que se tomaron en cuenta para segmentar el mercado fueron:

- Segmentación de candidatos por ciudades.

**GRÁFICO N°2
CANDIDATOS POR CIUDADES**

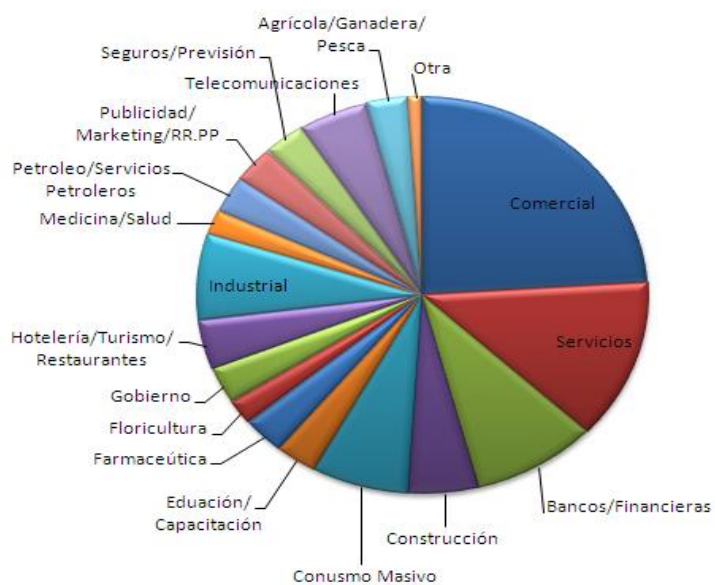


Fuente: Informe PORFINEMPLO

La mayor concentración de personas que buscan empleo a través del internet se encuentran principalmente en las ciudades de Quito y de Guayaquil.

- Segmentación por sector:

**GRÁFICO N°3
SECTORES QUE SOLICITAN MAYOR CANTIDAD DE PERSONAL**



Fuente: Informe PORFINEMPLO

Se puede observar a través del presente gráfico que los sectores que cuentan con mayor contratación de personal son los sectores Comercial, de Servicios e Industrial. Por estas razones se decidió elegir a la ciudad de Quito y a los cuatro grupos de empresas clasificados por su actividad económica nombrados anteriormente.

1.3.1.2 SEGMENTO OBJETIVO

Para el desarrollo de la presente investigación el tamaño del universo se cuantificó considerando a las medianas empresas que se encuentran en el Distrito Metropolitano de Quito inscritas en a la Superintendencia de Compañías. En el presente proyecto se han considerado dos criterios para identificar a los posibles consumidores corporativos: la actividad económica que realizan las empresas y el tamaño de éstas.

**CUADRO N°3
SEGMENTO OBJETIVO**

Número de empresas inscritas en la Superintendencia de Compañías.	38.425
Porcentaje de empresas de la provincia de Pichincha inscritas en la Superintendencia de Compañías.	33,3%
Número de empresas de la provincia de Pichincha inscritas en la Superintendencia de Compañías.	12.797
Porcentaje de medianas empresas del Distrito Metropolitano de Quito inscritas en la Superintendencia de Compañías.	12%
Número de medianas empresas del Distrito Metropolitano de Quito inscritas en la Superintendencia de Compañías.	1.484
CLASIFICACIÓN: ACTIVIDAD ECONÓMICA (CIU)	
D Industrias manufactureras.	221
G Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores, motocicletas, efectos personales y enseres domésticos.	521
I Transporte, almacenamiento y comunicaciones.	100
K Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler.	248
SEGMENTO OBJETIVO	1.090

Fuente: Superintendencia de Compañías. Portal Infoempresas.

Elaborado: La autora.

En el Ecuador existen 38.425 empresas que se encuentran inscritas a la Superintendencia de Compañías de las cuales el 33% pertenecen a la provincia de Pichincha. De este porcentaje, el 12% son medianas empresas del Distrito Metropolitano de Quito.

Por lo tanto, el servicio de reclutamiento y preselección de talento humano que ofrecerá esta empresa será en el Distrito Metropolitano de Quito, zona urbana, y se encontrará dirigida a las medianas empresas clasificadas por su actividad económica.

1.3.2 FACTORES QUE AFECTAN LA DEMANDA

La demanda se encuentra afectada por una serie de factores que la hacen variar, ya sea a través de tendencias de incrementos o decrementos. Es muy importante determinar estos factores con el principal objetivo de prever los hechos y establecer escenarios futuros que posiblemente enfrentará la empresa para responder de manera favorable al entorno en el que se desenvuelve.

1.3.2.1 TAMAÑO EMPRESARIAL

Se puede observar que la economía ecuatoriana se conforma principalmente de pequeñas y medianas empresas con un porcentaje del 84%, las cuales ayudan a la reducción del desempleo y la generación de los recursos económicos, esto contribuye a un mejor desarrollo económico del país.

**CUADRO N°4
NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS**

	% DE ESTABLECIMIENTOS	% DE PERSONAL OCUPADO
PYMES	84.3	37.7
GRAN INDUSTRIA	15.7	62.3

Fuente: Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha.

Elaborado: La autora.

1.3.2.2 HÁBITOS EMPRESARIALES

En las empresas, es cada vez más frecuente el empleo de portales web con la finalidad de reclutar candidatos y mejorar la gestión del talento humano. En efecto la investigación de campo realizada, determinó que en la actualidad existe una tendencia muy alta a la contratación de servicios de reclutamiento siendo así que el 62% de las empresas, como parte de su estrategia de crecimiento y competitividad, contratan un sistema de reclutamiento para atraer candidatos a sus organizaciones, mientras que el restante 38% no utilizan esta eficaz herramienta.

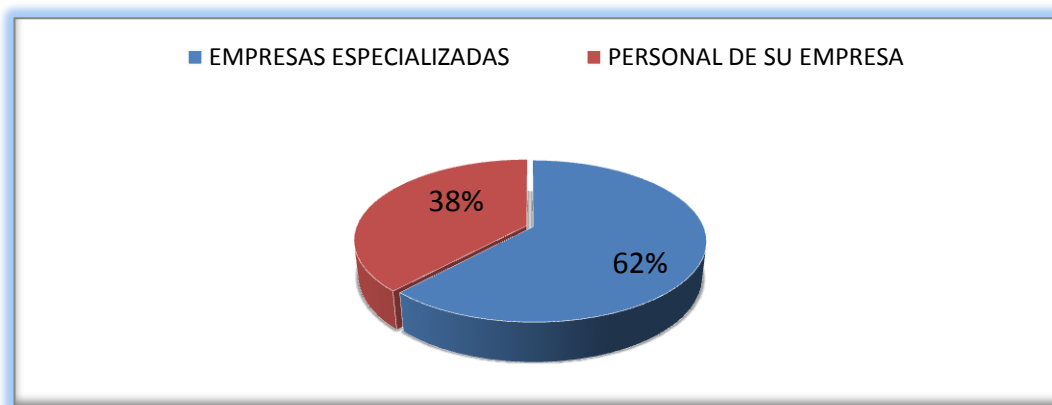
**CUADRO N°5
MEDIO DE RECLUTAMIENTO**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
A través de empresas especializadas	70	61,9	61,9	61,9
A través del personal de su empresa	43	38,1	38,1	100
Total	113	100	100	

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado: La autora.

**GRÁFICO N°4
PROCESO DE RECLUTAMIENTO**

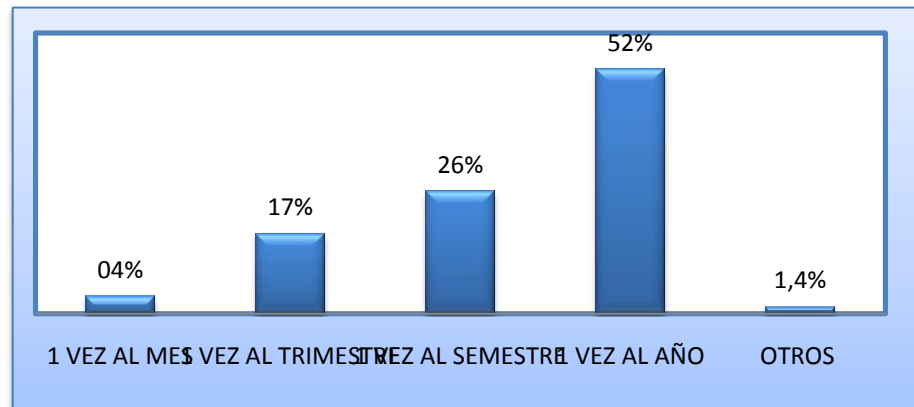


Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado: La autora.

Por otro lado es muy importante tomar en cuenta la frecuencia de procesos de reclutamiento en las organizaciones. Se puede observar que el 52% de medianas empresas encuestadas realizan procesos de selección de forma anual, seguida por un 26% que realizan contrataciones de manera semestral, mientras que el 17% contrata trimestralmente y finalmente el 3,6% de empresas recluta y selecciona de forma mensual, el restante 1,4% afirmó hacerlo cada dos o tres años.

**GRÁFICO N°5
FRECUENCIA DE CONTRATACIONES POR PERÍODO**



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado: La autora.

Con el fin de determinar la frecuencia de contrataciones anuales se procedió a realizar un promedio ponderado del número de contrataciones que realizan las empresas consideradas en la investigación de campo, obteniendo como resultado un promedio aproximado de cinco contrataciones por año.

**CUADRO N°6
PROMEDIO DE CONTRATACIONES POR AÑO**

FRECUENCIA POR PERÍODO	PROMEDIO PONDERADO
1 vez al mes	0,432
1 vez al trimestre	1,1
1 vez al semestre	1,3
1 vez al año	2,08
TOTAL	4,912

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado: La autora.

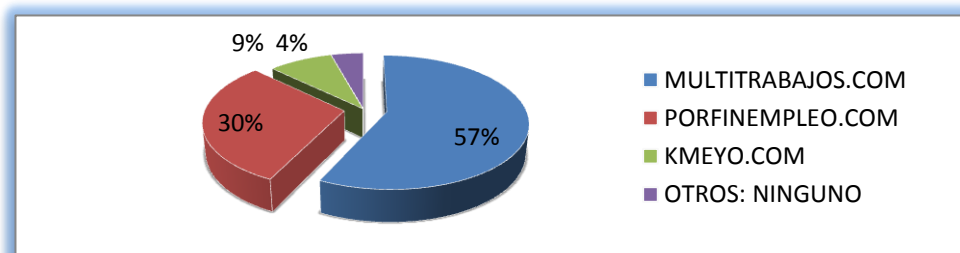
Se puede observar que el promedio de contratación de las empresas que realizan procesos de reclutamiento y selección de talento humano de forma mensual es de 0,432 contrataciones, es decir que no es frecuente realizar contrataciones de dicha forma. Mientras que las contrataciones de empresas que realizan este proceso en forma trimestral y semestral es de 1,1 y 1,3 respectivamente; es decir hasta una contratación en estos períodos; y finalmente las empresas que reclutan y seleccionan personal anualmente alcanzan las 2,08 contrataciones. Por lo tanto, mediante la encuesta se puede concluir que las empresas tienen un promedio de 5 contrataciones al año.

Por otro lado, la investigación permitió determinar cuál era su portal web con el que acostumbraban publicar anuncios laborales a lo que las empresas respondieron que un 57% prefieren al portal Multitrabajos.com de la empresa Búmeran, el 30% se inclina por Porfinempleo.com de Bee Hunting, el 9% por Kmeyo.com y un 4% respondió no tener preferencia por ninguna de las anteriores.

**CUADRO N°7
PORTALES DE RECLUTAMIENTO**

		Frecuencia	%	% Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Multitrabajos.com	40	35,4	57,1	57,1
	Porfinempleo.com	21	18,6	30	87,1
	Kmeyo.com	6	5,3	8,6	95,7
	Otro	3	2,7	4,3	100
	Total	70	61,9	100	
Perdidos	Sistema	43	38,1		
Total		113	100		

**GRÁFICO N°6
HÁBITO DE CONTRATACIÓN**



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado: La autora.

1.3.2.3 PREFERENCIAS EMPRESARIALES

Según los resultados obtenidos en la investigación de campo, el 62% de las medianas empresas del Distrito Metropolitano de Quito recurre a servicios de reclutamiento de talento humano para llenar las vacantes que se van originando en las empresas; de ellas el 57% prefieren contratar el servicio de Multitabajos.com para publicar sus anuncios laborales, de los cuales el 59% preferiría la posibilidad de tener una página completa dedicada a su organización y el 41% preferiría que su anuncio se publique en una lista.

Mediante la aplicación de la encuesta se obtuvo que el 54% de las empresas consideran la calidad del servicio como el factor predominante para contratar un servicio de reclutamiento, mientras que el 14% prefiere considerar al precio antes de contratar este servicio.

CUADRO N°8
FACTORES DE RECLUTAMIENTO

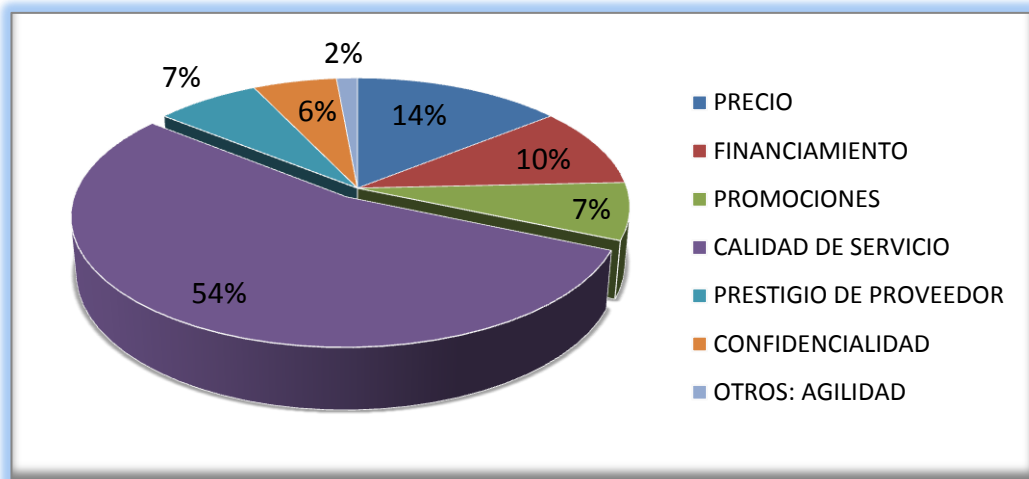
		Frecuencia	%	% Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Precio	10	8,8	14,3	14,3
	Financiamiento	7	6,2	10	24,3
	Promociones	5	4,4	7,1	31,4
	Calidad de Servicio	38	33,6	54,3	85,7
	Prestigio del Proveedor	5	4,4	7,1	92,9
	Confidencialidad	4	3,5	5,7	98,6
	Otros	1	0,9	1,4	100
	Total	70	61,9	100	
Perdidos	Sistema	43	38,1		
Total		113	100		

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: La autora

A continuación se presenta el gráfico que muestra los porcentajes de preferencia de los clientes hacia cada uno de los factores para la contratación del servicio.

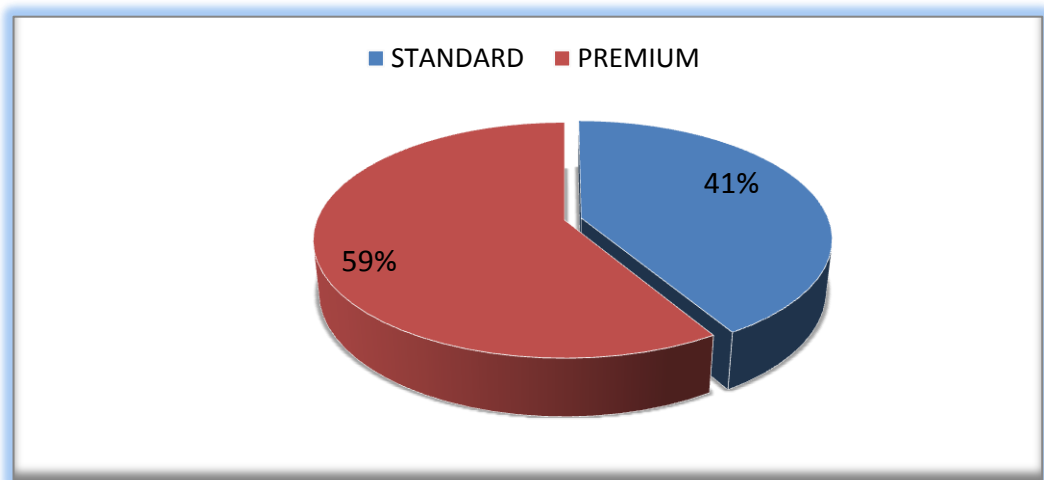
GRÁFICO N°7
FACTOR PRINCIPAL DE CONTRATACIÓN



Fuente: Investigación de Campo.
Elaborado: La autora.

La preferencia de publicación de anuncios laborales se inclina en su mayoría por anuncios Premium, es decir aquellos que se encuentran publicados en la página principal del portal e incluyen el logotipo de la organización, siendo así que el 59% de empresas se inclinan por este tipo de servicio dentro de un portal web mientras que el 41% prefiere que sus anuncios se publiquen de forma discreta sin suma urgencia de cubrir vacantes.

GRÁFICO N°8
PREFERENCIA DE PUBLICACIÓN DE ANUNCIOS



Fuente: Investigación de Campo.
Elaborado: La autora.

Como se puede observar a continuación el 49% de empresas encuestadas respondió que la principal función de un portal web debe ser la preselección de candidatos lo cual constituye un factor fundamental en el desarrollo de esta nueva página. Este porcentaje se encuentra seguido por un 36% de empresas que prefieren que los portales para buscar empleo y únicamente deban dedicarse al reclutamiento de personal y finalmente un 16% que sugiere que los portales deben brindar mayor asesoría a las empresas y brindar capacitación para empleados.

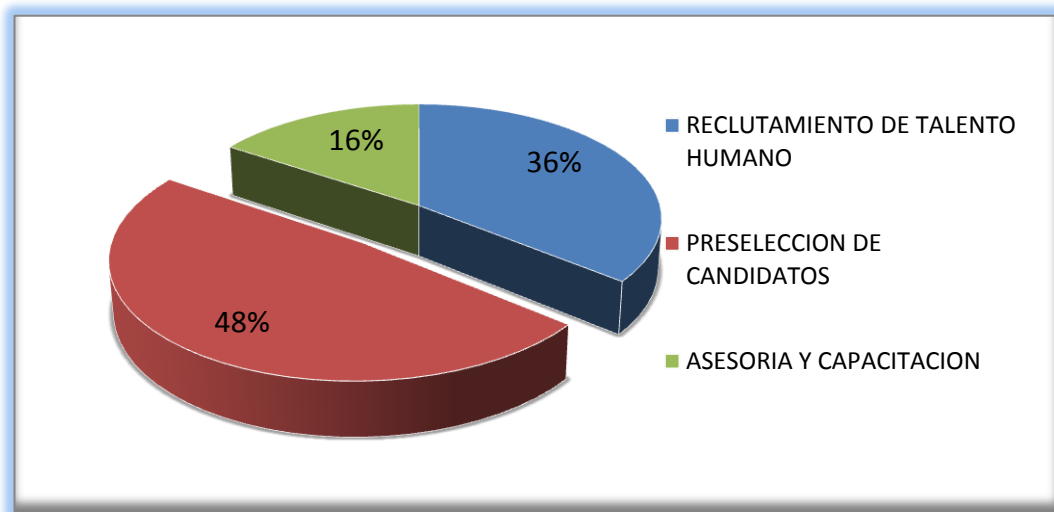
**CUADRO N°9
PREFERENCIA DE FUNCIONES DE UN PORTAL**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Reclutamiento	25	22,1	35,7	35,7
	Preselección de Candidatos	34	30,1	48,6	84,3
	Asesoría y Capacitación	11	9,7	15,7	100
	Total	70	61,9	100	
Perdidos	Sistema	43	38,1		
Total		113	100		

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado: La autora.

**GRÁFICO N°9
PREFERENCIA DE FUNCIÓN DE PORTALES WEB ESPECIALIZADOS**



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado: La autora.

El 44% de las empresas encuestadas admitió que preferiría que la oficina opere en norte de la ciudad de Quito, así como también el 37% se inclina por una ubicación en el centro norte, mientras que el 19% prefiere en el sur.

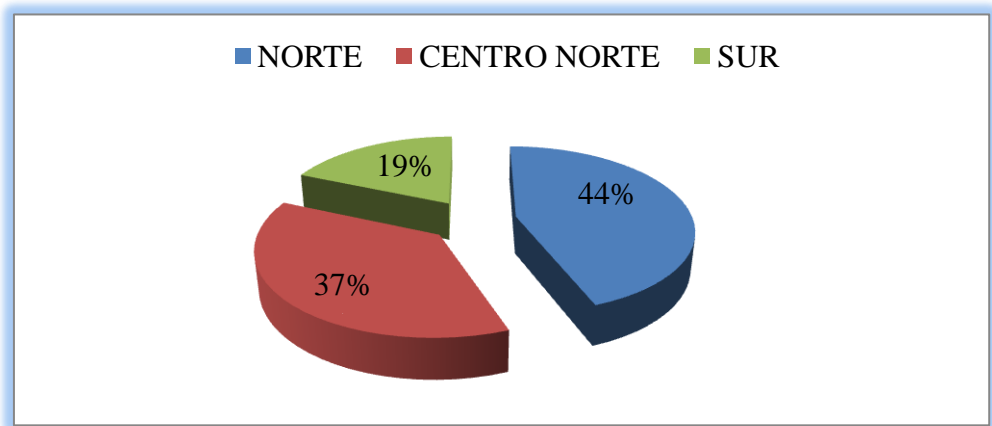
**CUADRO N°10
PREFERENCIA DE UBICACIÓN**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Norte	31	27,41	44,29	42,9
	Centro Norte	26	22,99	37,14	85,7
	Sur	13	11,50	18,57	100
	Total	70	61,9	100	
Perdidos	Sistema	43	38,1		
Total		113	100		

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado: La autora.

**GRÁFICO N°10
PREFERENCIA DE UBICACIÓN DE OFICINA**



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado: La autora.

1.3.2.4 PRESUPUESTO DE GASTOS

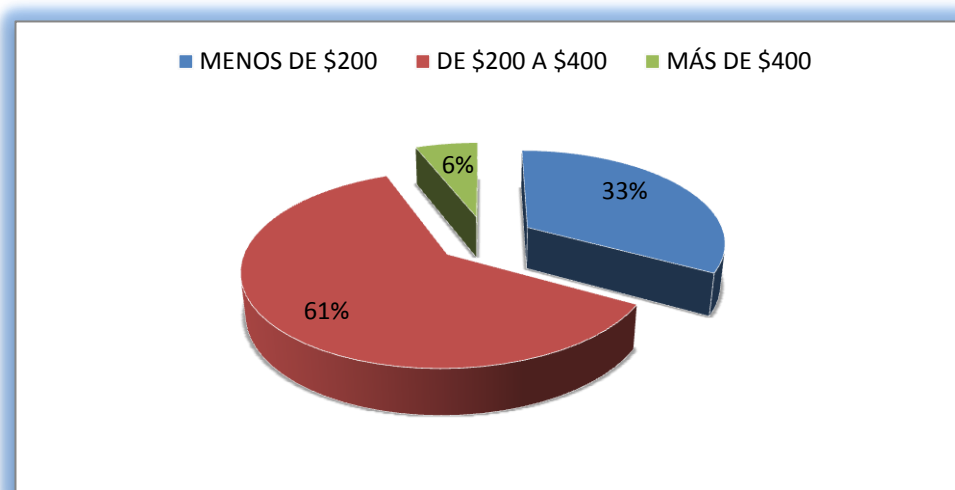
De acuerdo a la investigación realizada la mayoría de las empresas estarían dispuestas a pagar por el servicio entre \$200 y \$400 con una aceptación del 61%, información relevante para establecer el precio al cual ofrecería este servicio la nueva empresa.

**CUADRO N°11
PRESUPUESTO PARA SERVICIOS DE RECLUTAMIENTO**

		Frecuencia	%	% Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Menos de \$200	23	20,4	32,9	32,9
	De \$200 a \$400	43	38,1	61,4	94,3
	Más de \$400	4	3,5	5,7	100
	Total	70	61,9	100	
Perdidos	Sistema	43	38,1		
Total		113	100		

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado: La autora.

**GRÁFICO N°11
PRESUPUESTO PARA SERVICIOS DE RECLUTAMIENTO**



Fuente: Investigación de Campo.
Elaborado: La autora.

1.3.3 COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA DEMANDA

“El 66% de empresas que tienen computador afirman que poseen Internet; las que no lo utilizan atribuyen a costos elevados y, en última instancia, a políticas internas. Para el 87% de estas empresas su integración a las redes mundiales de información y comunicación no tiene más de tres años, esto determina que sea una herramienta todavía no bien aprovechada”.⁸

⁸ Instituto de Investigaciones Socio-Económicas y Tecnológicas INSOTEC, *Diagnóstico de la Pequeña y Mediana Industria*

Es evidente que las empresas que llevan mayor tiempo de utilización de estas tecnologías informáticas presentan un perfil distinto de organización y gestión, así también, la intensidad de uso en lo administrativo, financiero y comercial ha significado una sustancial mejora en estas áreas.

**CUADRO N°12
MEDIANASEMPRESAS DEL DISTRITO METROPOLITANO**

AÑO:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
NÚMERO DE COMPAÑÍAS	753	936	1045	1097	1302	1411	1563	1751	1162	1090
D Industrias Manufactureras	206	242	257	245	269	268	283	313	251	221
G Comercio al por mayor y al por menor: reparación de vehículos, automotores, motocicletas, efectos personales y enseres domésticos.	325	422	474	497	580	641	722	794	553	521
I Transporte, Almacenamiento, Comunicaciones	69	84	96	110	138	163	172	201	98	100
K Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler.	153	188	218	245	315	339	386	443	260	248

Fuente: Superintendencia de Compañías Portal INFOEMPRESAS, Anexo E.

Elaborado por: La autora.

1.3.4 DEMANDA ACTUAL

1.3.4.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La importancia del método de investigación, es que guíe el camino para alcanzar los objetivos planteados, a través de la recolección de datos, los cuales ayudarán con información relevante para la creación de la empresa reclutadora y seleccionadora de Talento Humano.

➤ **Investigación Descriptiva**

Como su nombre lo indica, el principal objetivo de la investigación descriptiva es detallar algo, por lo general características o funciones del mercado.

➤ **Determinación del Universo**

El universo del presente proyecto constituyen las medianas empresas del Distrito Metropolitano de Quito que se encuentran inscritas en la Superintendencia de Compañías.

➤ **Elaboración de la prueba piloto**

La encuesta piloto contiene preguntas que permitieron recolectar información sobre la posibilidad de aceptación o rechazo del servicio que será ofrecido en el proyecto.

➤ **Cálculo de la probabilidad de aceptación (P) y la probabilidad de rechazo (Q)**

Se aplicó una prueba piloto a 20 empresas con dos objetivos: Determinar si la encuesta estaba correctamente estructurada y de no ser así realizar los respectivos ajustes y estimar la probabilidad de aceptación (P) y la probabilidad de rechazo (Q). La probabilidad de aceptación “p” o rechazo “q” está determinado en función de las siguientes preguntas:

1. ¿Su empresa actualmente cómo recluta y selecciona al talento humano requerido?

	EMPRESAS ESPECIALIZADAS	PERSONAL DE SU EMPRESA
Total	11	9

2. ¿Contrataría usted una nueva empresa que utilice un portal web para la publicación de anuncios laborales?

	SI	NO
Total	5	6

Los resultados obtenidos fueron $p = 0.25 \%$ y $q = 0.75\%$. En el Anexo A se presenta la encuesta elaborada para prueba piloto.

➤ **Determinación del tamaño de muestra (n)**

El tamaño de la muestra, permite cuantificar las medianas empresas a las cuales se va a realizar la encuesta que proporcionará la información necesaria para conocer a los clientes potenciales del servicio. La muestra se calculó a través de la siguiente fórmula para poblaciones finitas.

$$n = \frac{z^2 Npq}{e^2(N-1) + z^2 pq}$$

Dónde:

N=	Universo	e=	Error de la muestra
p=	Probabilidad de aceptación	q=	Probabilidad de rechazo
z = Valor estandarizado en función del nivel de confianza seleccionado.			

Datos:

N= 1.090 e= 7%
 p= 0,25 q= 0,75
 z = 93%

$$n = \frac{1,81^2(1.090)(0,25)(0,75)}{0,07^2(1.090-1) + 1,81^2(0,25)(0,75)}$$

n = 113

Resultado: 113 encuestas

Para la investigación de campo se realizó un muestreo probabilístico aleatorio, ya que todas las empresas objetivo tuvieron la misma probabilidad de ser encuestadas.

➤ **Elaboración de la encuesta definitiva**

La encuesta contiene preguntas de fácil comprensión para las empresas, y están relacionadas con el producto, precio, plaza, y promoción.

➤ **Aplicación de la encuesta**

La encuesta fue aplicada a 113 medianas empresas del Distrito Metropolitano de Quito, éstas fueron seleccionadas de forma aleatoria.

➤ **Validación de los datos recopilados**

Las encuestas requirieron de una revisión previa al procesamiento para poder determinar posibles errores y de esta manera evitar inconvenientes al momento de la generación de los resultados.

➤ **Procesamiento de la información**

La información recopilada mediante las encuestas fue apropiadamente tabulada con el programa SPSS versión 17.0, con el fin de poder realizar el respectivo análisis de mercado para el presente proyecto.

1.3.4.2 DEMANDA ACTUAL DEL SERVICIO

La demanda actual de servicios de reclutamiento será de 3.020 anuncios que las empresas requerirán para realizar procesos de reclutamiento y selección de personal.

**CUADRO N°13
DEMANDA DEL NUEVO SERVICIO**

		Frecuencia	%	Válido	Porcentaje
Válidos	Sí	64	56,6	91,4	91,4
	No	6	5,3	8,6	100
	Total	70	61,9	100	
Perdidos	Sistema	43	38,1		
Total		113	100		

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: La autora.

Para obtener la demanda actual de reclutamiento se consideraron a las medianas empresas del Distrito Metropolitano de Quito de actividades económicas comerciales, manufactureras, de transporte y de servicios, las cuales para el año 2010 llegan a ser 1.090 empresas, de los cuales el 62% recluta talento humano mediante empresas especializadas, de éstas el 91% estaría dispuesto a contratar el nuevo servicio de reclutamiento por internet, dando como resultado una demanda de 3.020 anuncios.

**CUADRO N°14
DEMANDA ACTUAL**

Número de empresas del segmento	1.090
Porcentaje de medianas empresas que contratan empresas especializadas para obtener el servicio de reclutamiento.	62%
Número de medianas empresas que contratan empresas especializadas para obtener el servicio de reclutamiento.	676
Porcentaje de medianas empresas que contratarían una nueva empresa que utilice un portal web para la publicación de anuncios laborales.	91%
Número de medianas empresas que contratarían una nueva empresa que utilice un portal web para la publicación de anuncios laborales.	615
Frecuencia de contratación del servicio al año	4,91
Número de veces que requerirán anualmente el servicio.	3.020

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: La autora.

1.3.5 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para el proyecto de prestación del servicio de reclutamiento y preselección de talento humano para medianas empresas, es necesario conocer la demanda para los años comprendidos entre el 2010 y el 2015. Para esto es ineludible utilizar el método de la extrapolación de la tendencia histórica para serie par, utilizando el método de la regresión lineal bajo la técnica de los mínimos cuadrados, bajo el siguiente procedimiento:

**CUADRO N°15
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA**

AÑO	NO. MEDIANAS EMPRESAS (Y)	X	X²	X * Y
2000	753	-5	25	-3.765
2001	936	-4	16	-3.744
2002	1.045	-3	9	-3.135
2003	1.097	-2	4	-2.194
2004	1.302	-1	1	-1.302
2005	1.411	1	1	1.411
2006	1.563	2	4	3.126
2007	1.751	3	9	5.253
2008	1.162	4	16	4.648
2009	1.090	5	25	5.450
SUMAN	12.110	0	110	5.748

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado: La autora.

Mediante el análisis de los datos con la técnica de los mínimos cuadrados se determinó la demanda para el período establecido utilizando la ecuación general de la recta:

$$Y = a + bx$$

Donde a y b se determinan por medio del sistema de ecuaciones:

1. $\sum Y = an + b \sum X$
2. $\sum XY = a \sum X + bx^2$

Siendo: X = Variable independiente.
Y = No. de medianas empresas del Distrito Metropolitano de Quito.
N = Número de años que se utilizó para el análisis.
 \sum = Sumatoria

Desarrollo:

$$1. \sum Y = an + b \sum X$$

$$12.110,00 = 10 A + 0 b$$

$$a = \frac{12110}{10}$$

$$\mathbf{a = 1.211}$$

$$2. \sum XY = a \sum X + bx^2$$

$$5.748,00 = 0 a + 110 b$$

$$b = \frac{5748}{110}$$

$$\mathbf{b = 52,2545}$$

$$\mathbf{Y = a + bx}$$

$$\mathbf{Y = 1.211 + 52,2545 x}$$

Y en función de X calculamos el valor de Y, número año por año de las medianas empresas, donde X comprende el valor que sigue a continuación del valor asignado a los datos históricos para realizar la extrapolación, como se puede apreciar en el cuadro presentado a continuación:

**CUADRO N° 16
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA**

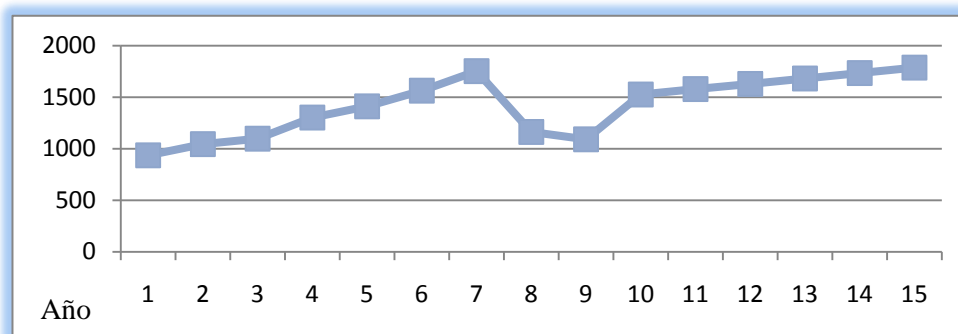
MEDIANAS EMPRESAS	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Número empresas segmento	1.090	1.525	1.577	1.629	1.681	1.734	1.786
Porcentaje de medianas empresas que contratan empresas especializadas para obtener el servicio.	62%	62%	62%	62%	62%	62%	62%
Número de medianas empresas que contratan empresas especializadas para obtener el servicio.	676	946	978	1.010	1.042	1.075	1.107
Porcentaje de medianas empresas que contratarían una nueva empresa que utilice un portal web para la publicación de anuncios.	91%	91%	91%	91%	91%	91%	91%
Número de medianas empresas que contratarían una nueva empresa que utilice un portal web para la publicación de anuncios.	615	860	890	919	948	978	1.008
Frecuencia demanda servicio de reclutamiento año.	4,91	4,91	4,91	4,91	4,91	4,91	4,91
Número de veces que requerirán anualmente la publicación de anuncios.	3.020	4.223	4.370	4.512	4.655	4.802	4.949

Fuente: Superintendencia de Compañías.

Elaborado: La autora.

Una vez realizada la proyección de la demanda, se observa la evolución gráfica de su crecimiento año a año a partir del año 2000 mediante datos históricos hasta el año 2015 a través de datos proyectados, sin embargo en los años 2008 y 2009 se puede observar que lejos de presentar un desarrollo en el número de medianas empresas, se observa una disminución durante estos años.

**GRÁFICO N°12
TENDENCIA DE LAS MEDIANAS EMPRESAS PERÍODO 2000-2016**



Elaborado por: La autora.

1.4 ANÁLISIS DE LA OFERTA

“La oferta es la cantidad de bienes o servicios que se ofrecen en un mercado a diferentes precios y condiciones establecidas, disponibles para el consumo.”⁹ La oferta del proyecto está compuesta por todas las empresas que ofrecen el servicio de reclutamiento por medio de portales web en el Distrito Metropolitano de Quito.

1.4.1 CLASIFICACIÓN DE LA OFERTA

Según el tipo de mercado la oferta se clasifica en:

- **Oferta Competitiva o de Mercado Libre:** Se caracteriza por ser de libre competencia, son tantos los ofertantes que su participación es determinada por la calidad y precio del producto o servicio.
- **Oferta Oligopólica:** Este tipo de oferta se caracteriza porque el control del mercado lo tienen pocos ofertantes, de manera que ellos determinan los precios y la oferta.
- **Oferta Monopólica:** Es el tipo de oferta en la cual existe un solo ofertante de bienes, de manera que, al dominar el mercado impone su precio, calidad y cantidad, ya que no tiene competencia.

La oferta para el portal web de reclutamiento y preselección tiene características oligopólicas, debido a que en Quito apenas cuenta con tres portales web para este fin que cuentan con oficinas en las principales ciudades del país.

1.4.2 FACTORES QUE AFECTAN LA OFERTA

1.4.2.1 PRINCIPALES COMPETIDORES

A continuación se presenta un breve detalle de las características principales de la competencia:

⁹ SAPAG CHAIN, N. & SAPAG CHAIN, R; *Preparación y evaluación de proyectos*; cuarta edición; McGraw Hill; Chile; 2001.

CUADRO N° 17
PRINCIPALES COMPETIDORES

NOMBRE	BUMERAN
TIPO DE EMPRESA	SOCIEDAD ANÓNIMA
PORTAL	www.multitrabajos.com
DIRECCIÓN	Av. 12 de octubre 24-293 y Francisco Salazar
FECHA DE CREACIÓN	2001
TIPOS DE SERVICIO	RECLUTAMIENTO DE TALENTO HUMANO Publicación de anuncios. Búsquedas específicas en base de datos.
COBERTURA	INTERNACIONAL
TOTAL EMPLEADOS ECUADOR	37
NO. DE EMPLEADOS QUITO	14
MISIÓN	"Generar productos y servicios innovadores dentro de un entorno divertido, informal y desafiante".
VISIÓN	"Ser identificado por las empresas como el medio digital para cubrir sus vacantes laborales en América Latina".
DESCRIPCIÓN	Se caracteriza por brindar soluciones tecnológicas e innovadoras bajo una cultura orientada al servicio para encontrar rápidamente el talento que requieren para su éxito empresarial; y ofrece a postulantes una amplia gama de opciones que acompañan su desarrollo profesional tanto a nivel local como internacional. Son reconocidos como líderes en reclutamiento a través de internet, ofrece a las empresas anunciantes información actualizada los 365 días del año.

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado: La autora.

**CUADRO N° 18
PRINCIPALES COMPETIDORES**

NOMBRE	BEE HUNTING
TIPO DE EMPRESA	SOCIEDAD ANÓNIMA
PORTAL	www.porfinempleo.com
DIRECCIÓN	Av. Veintimilla 1106 y Amazonas
FECHA DE CREACIÓN	2001
TIPOS DE SERVICIO	RECLUTAMIENTO DE TALENTO HUMANO Publicación de anuncios. Búsquedas específicas en base de datos.
COBERTURA	NACIONAL
TOTAL EMPLEADOS ECUADOR	26
NO. DE EMPLEADOS QUITO	12
MISIÓN	"Proveer valor agregado en servicios relacionados con la gestión de talento humano a nuestros clientes, con los más altos estándares de calidad, en forma eficiente y eficaz con innovación constante".
VISIÓN	"Ser la consultora de Talento Humano más grande del Ecuador obteniendo estándares de calidad que nos permitan estar a la vanguardia e innovar permanentemente en las mejores prácticas de talento humano, tanto internamente como en todos los sectores de actividad y proyectarnos hacia el exterior".
DESCRIPCIÓN	Constituye un portal creado por ecuatorianos con el objetivo de servir a las mejores empresas y candidatos nacionales; brinda un escenario para que empleadores publiquen oportunidades de empleo y obtengan información útil para sus áreas de recursos humanos, y para que los candidatos publiquen sus hojas de vida.

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado: La autora.



**CUADRO N° 19
PRINCIPALES COMPETIDORES**

NOMBRE	ADESA
TIPO DE EMPRESA	SOCIEDAD ANÓNIMA
PORTAL	www.kmeyo.com
DIRECCIÓN	Av. 12 de Octubre N24-593 y Fco Salazar. Salazar.
FECHA DE CREACIÓN	2008
TIPOS DE SERVICIO	RECLUTAMIENTO DE TALENTO HUMANO
	Publicación de anuncios.
	Búsquedas específicas en base de datos.
COBERTURA	NACIONAL
TOTAL EMPLEADOS	25
NO. DE EMPLEADOS	19
MISIÓN	“Ser la empresa más competitiva en los mercados que atendemos. Que nos distingamos por la lealtad de nuestros clientes, el compromiso de nuestra gente, la fortaleza de nuestros negocios y el reconocimiento de nuestros aliados comerciales”.
VISIÓN	“Ser la empresa líder en reclutamiento, con crecimiento sostenido y sustentable, manteniéndonos en el mercado con servicios de primera calidad y con personal capacitado y comprometido con la empresa, de esa manera brindar a nuestros clientes la mejor atención”.
DESCRIPCIÓN	Constituye una opción que garantiza experiencia, metodología y conocimiento en los procesos de la búsqueda de profesionales. Constituye una bolsa de empleo virtual que se caracteriza por brindar al cliente acceso a una base de datos, conformada por jóvenes profesionales en posiciones administrativas y operativas a nivel nacional para realizar búsquedas ilimitadas de acuerdo al perfil de cada vacante.

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado: La autora.

1.4.2.2 INCURSIÓN DE NUEVOS COMPETIDORES

Es necesario considerar las siguientes barreras del ingreso al mercado, ya que éstas deben ser superadas para entregar un buen servicio en el mercado competitivo donde nos estamos desarrollando.

GRÁFICO N° 13
BARRERAS DE ENTRADA



Fuente: Primer Estudio de Procesos Tecnológicos del Ecuador.

1.4.2.3 CAPACIDAD DE INVERSIÓN FIJA

A mayor disponibilidad de recursos, la oferta se incrementará; es decir, si la empresa cuenta con la mano de obra, capital y normas de calidad adecuadas, se creará un incremento en la oferta. Por otro lado una limitada disponibilidad de mano de obra, capital y normas de calidad producirán un efecto de decrecimiento en la oferta. El portal web, al contar con las herramientas necesarias, permitirá entregar un servicio eficiente y con un menor tiempo de respuesta ofreciendo así un servicio satisfactorio.

1.4.3 OFERTA ACTUAL

Para determinar la oferta actual de los competidores, se investigó su capacidad mensual de publicación de anuncios para calcular la capacidad anual.

CUADRO N° 20
OFERTA DE PORTALES WEB DE RECLUTAMIENTO NACIONALES

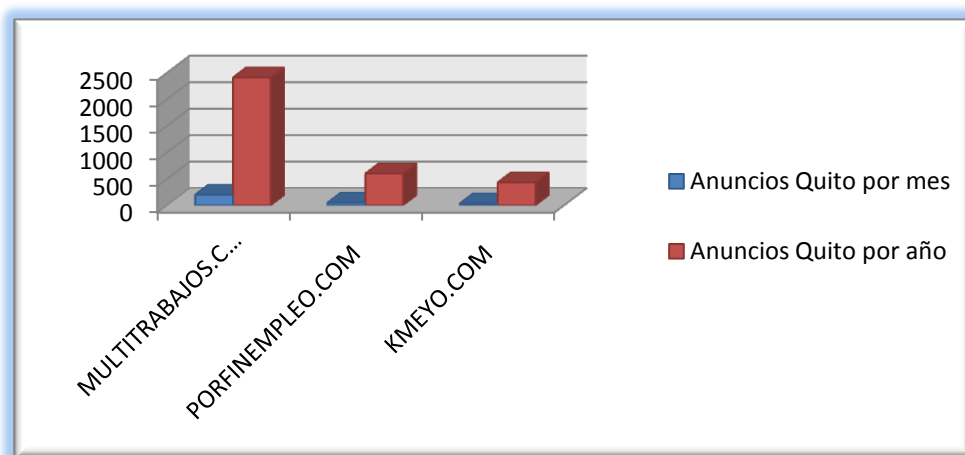
PORTAL	ANUNCIOS QUITO POR MES	ANUNCIOS QUITO POR AÑO
MULTITRABAJOS.COM	201	2.412
PORFINEMPLOO.COM	50	600
KMEYO.COM	36	432
TOTAL	287	3.444

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado: La autora.

El portal de empleo Multitabajos es el que encabeza la competencia con un promedio de 201 anuncios mensuales únicamente en la ciudad de Quito, seguido por Porfinempleo cuyo portal publica alrededor de 50 anuncios mensuales y finalmente el portal Kmeyo, con baja penetración en el mercado, publica 36 anuncios.

GRÁFICO N° 14
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN DE COMPETIDORES



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado: La autora.

1.4.4 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Para proyectar la oferta se procede a realizar una relación de frecuencia, por lo tanto si 4.223 anuncios responden a 4,91 anuncios de frecuencia por año por cada empresa, los 3.444 responden a 4,00 anuncios por año por empresa que corresponden a la competencia.

**CUADRO N° 21
PROYECCIÓN DE LA OFERTA**

MEDIANAS EMPRESAS/AÑO	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Número de empresas del segmento	1090	1525	1577	1629	1681	1.734	1786
Porcentaje de medianas empresas que contratan empresas especializadas para obtener el servicio de reclutamiento.	62%	62%	62%	62%	62%	62%	62%
Número de medianas empresas que contratan empresas especializadas para obtener el servicio de reclutamiento.	676	946	978	1010	1042	1075	1107
Porcentaje de medianas empresas que contratarían una nueva empresa que utilice un portal web para la publicación de anuncios.	91%	91%	91%	91%	91%	91%	91%
Número de medianas empresas que contratarían una nueva empresa que utilice un portal web para la publicación de anuncios.	615	860	890	919	948	978	1.008
Frecuencia de recepción de servicio de reclutamiento al año.	4	4	4	4	4	4	4
Número de veces que se ofrece anualmente la publicación de anuncios laborales.	2.463	3.444	3.564	3.680	3.796	3.917	4.037

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado: La autora.

1.5 DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

Para determinar la demanda insatisfecha se restó la oferta de la demanda, tal como se presenta a continuación:

CUADRO N° 22
DEMANDA INSATISFECHA

AÑOS	DEMANDA DEL SERVICIO	CAPACIDAD DE ATENCIÓN	DEMANDA INSATISFECHA DEL SERVICIO
	(Anuncios/año)	(Anuncios/año)	(Anuncios/año)
2011	4.370	3.564	806
2012	4.512	3.680	832
2013	4.655	3.796	858
2014	4.802	3.917	885
2015	4.949	4.037	913

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado: La autora.

1.6 COMERCIALIZACIÓN

“La comercialización es el conjunto de actividades que los oferentes realizan para lograr la venta de sus productos, por lo tanto el análisis de la oferta y la demanda deberá ser complementado con el estudio detallado de los diversos aspectos que conforman la comercialización.”¹⁰ Para realizar el proceso de comercialización del servicio de publicación de anuncios laborales en el nuevo portal web, la empresa empleará las siguientes estrategias:

1.6.1 ESTRATEGIA DE PRECIOS

“La estrategia de precios representa la forma en que se fijará la cantidad de dinero que el consumidor debe pagar para obtener el servicio de manera satisfactoria”.¹¹ El proyecto se enfrenta a un mercado oligopólico, es por esto que se utilizará la estrategia de liderazgo en costos.

¹⁰POPE Jeffrey, *Investigación de Mercados*, 1996, p. 34.

¹¹KOTLER P. AMSTRONG.; *Fundamentos de Mercadotecnia*; Segunda Edición

Se establecerán precios de introducción del servicio en el mercado con la finalidad de dar a conocer el negocio a través de referencias de clientes potenciales; y se lo desarrollará a través del uso de descuentos y paquetes especiales. Al alcanzar una buena demanda, es posible ir aumentando los precios, ya que esta estrategia se emplea dentro de un gran mercado objetivo y los costos pueden disminuir a medida que aumente el volumen de ventas.

1.6.1.1 PRECIO DEL SERVICIO

Con respecto al proceso de preselección de candidatos se detallan lo que contiene el paquete y su respectivo precio.

**CUADRO N°23
PRECIO DEL SERVICIO DE RECLUTAMIENTO Y PRESELECCIÓN**

PROCESOS DE PRE-SELECCIÓN	Inversión Total
INCLUYE: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Publicación de anuncios laborales en la web. ➤ Aplicación de filtros. ➤ Preselección de candidatos. ➤ Evaluación psicotécnica. ➤ Entrevistas presenciales. ➤ Redacción de informes de entrevistas. ➤ Verificación de referencias laborales. ➤ Presentación de candidatos finalistas. 	
TOTAL	\$365

Fuente: Investigación de Campo.

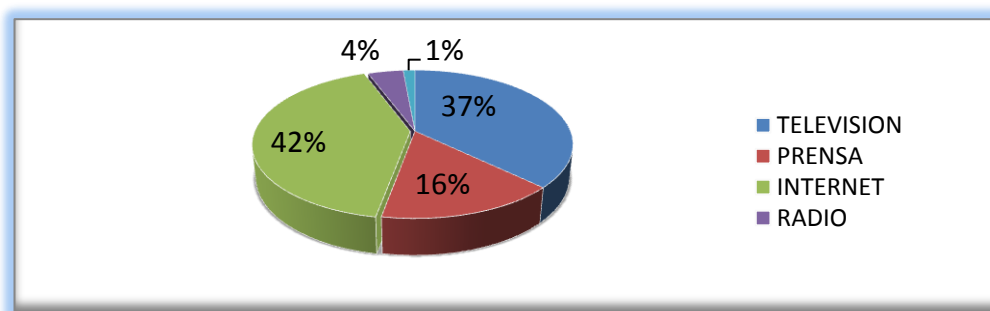
Elaborado: Autora.

El precio final del servicio de reclutamiento y preselección de talento humano será de \$365. El precio fue fijado por sugerencia de los posibles futuros cliente, éste es coherente con respecto a los precios de la competencia y constituye un precio asequible para el cliente y cumple con la estrategia de penetración al mercado.

1.6.2 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

“La promoción consiste en comunicar, informar, dar a conocer o recordar la existencia de un producto a las empresas, así como persuadir, motivar o inducir su compra o adquisición.”¹² Mediante la encuesta se determinó que el 42% de las empresas encuestadas prefieren comunicarse de los servicios que ofrecerá esta empresa por Internet, seguido por un 37% que prefiere a la televisión como principal medio para recibir información de esta empresa.

GRÁFICO N°15
PREFERENCIA DE MEDIO PUBLICITARIO



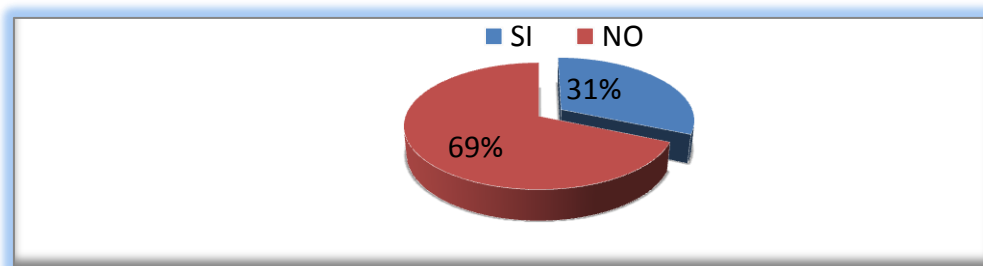
Fuente: Investigación de Campo

Elaborado: La autora.

1.6.3 ESTRATEGIA DE SERVICIO

Mediante la investigación de campo se pudo determinar que el 31% de empresas se encuentran satisfechas con su actual portal web, sin embargo el 69% afirma que requieren mejorados servicios de los portales nacionales existentes.

GRÁFICO N°15
SATISFACCIÓN PROVEEDOR ACTUAL



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado: La autora.

¹²INTERNET, <http://www.crecenegocios.com/concepto-y-ejemplos-de-estrategias-de-marketing/>

Razón por la cual la principal estrategia que se implementará es brindar al cliente una aplicación de filtros con el fin de dividir a los candidatos por edad, aspiración salarial, título, especialización, experiencia, entre otros rangos que solicite la organización. Se enviarán todos los currículos aplicados para el puesto, clasificándolos por afinidad al cargo, es decir aquellos postulantes que tengan título y experiencia en el cargo y aquellos que aplicaron que cumplen con ciertos estándares y se encuentran interesados en el cargo. Así como también el portal se encargará en informar a los candidatos aplicadores sobre las posibles entrevistas que tengan, se notificará también a los candidatos que sus currículos fueron leídos. Los objetivos del presente portal de acuerdo a las características y especificaciones del servicio serán:

- Ofrecer un servicio eficaz de manera que los clientes identifiquen al portal web por ofrecer anuncios de calidad, publicaciones de temas relacionados con el mundo laboral, asesoría en talento humano y un trato personalizado, satisfaciendo las necesidades de las empresas.
- Brindar atención oportuna y especializada, capacitando al personal encargado de comunicar al cliente toda la información necesaria que éste requiera, evitando pérdidas de tiempo.
- Aplicar encuestas vía on-line de manera continua para conocer el grado de satisfacción del cliente por los servicios ofrecidos.

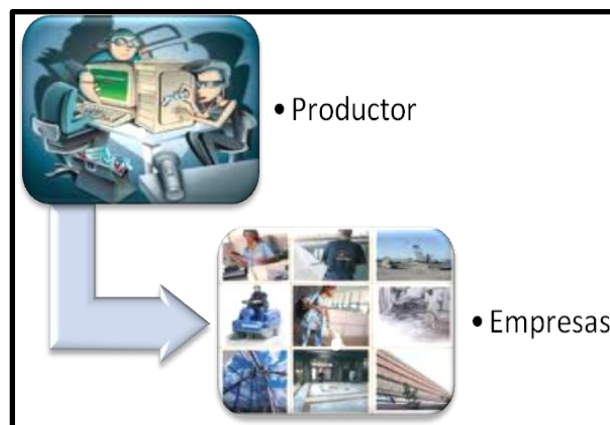
1.6.4 ESTRATEGIA DE PLAZA

Las estrategias de plaza representan lo que hace la compañía para que el producto o servicio esté al alcance de los consumidores meta.¹³ Canal directo consiste en que el productor vende el servicio directamente al consumidor sin intermediarios. Es por ello que el portal web utilizará un canal de distribución cero, ya que realizará la entrega del servicio en forma directa al consumidor final sin intermediarios.

¹³ KOTLER P. AMSTRONG.; “*Fundamentos de Mercadotecnia*”; Segunda Edición.

1.7 ANÁLISIS DE PRECIOS

“El precio es la cantidad monetaria a que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar, un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio.”¹⁴ En este caso, la empresa administradora del portal tomará en cuenta el precio que se ha fijado por la competencia inicialmente dependiendo del tipo de servicio que se ofrece a las organizaciones, esto se denomina modalidad de precio existente en el mercado. También se fijará el precio en base al costo de producción del servicio más un margen de utilidad razonable que lo permita ser competitivo en el mercado. De acuerdo a esas dos variables se logrará definir el costo que satisfaga las necesidades del cliente y cubra las expectativas de los inversionistas. La principal estrategia a aplicarse será la de liderazgo en costos, ya que se brindará precios más económicos con mayores beneficios que la competencia.



1.8 ESTRATEGIAS DEL MIX DEL MARKETING

A continuación se resumen las estrategias de marketing que se aplicarán en cada uno de los siguientes parámetros:

- Servicio
- Precio
- Plaza
- Comunicación

¹⁴ BACA URBINA Gabriel, *Evaluación de Proyectos*, Mc Graw Hill, p. 41

1.8.1 ESTRATEGIAS DE SERVICIO

CUADRO N°24

ESTRATEGIAS	TÁCTICAS	ACCIONES	RESPONSABLE	BENEFICIOS
DESARROLLO DEL SERVICIO	SERVICIOS MEJORADOS	Mejoramiento continuo de técnicas y procesos del e-recruitment.	Todas la áreas de la empresa	Actualización permanente de información y de conocimientos las cuales permitirán minimizar el tiempo en todos los procesos.
		Realizar seguimientos constantes de estándares de calidad del servicio.	Supervisor	Se satisface no sólo las necesidades de los clientes sino sus necesidades y expectativas.
DIFERENCIACIÓN EN EL SERVICIO	SERVICIOS DE RESPUESTA RÁPIDO	Generar en los colaboradores una cultura de servicio mediante la capacitación.	Supervisor	Obtención de un ambiente laboral adecuado que influye en la percepción del servicio.
		Trato personalizado para el cliente mediante servicios de respuesta rápida.	Área de Ventas	
		Fortalecimiento de marca a través de encuestas de satisfacción.	Auxiliar de Servicio	
POSICIONAMIENTO DEFENSIVO	INCREMENTAR VALORES AGREGADOS	Actualización constante de software.	Área de Programación	Sistemas actualizados y seguros. Facilidad de ingreso a la base de datos.
		Implantar un sistema de pagos mediante internet.	Área Financiera	Agilidad en el proceso de cobranzas, ahorro de tiempo para el cliente.

**1.8.2 CUADRO N°25
ESTRATEGIA DE PRECIO**

ESTRATEGIAS	TÁCTICAS	ACCIONES	RESPONSABLE	BENEFICIOS
LIDERAZGO EN COSTOS	Cubrir los costos y cubrir un margen de rentabilidad.	Investigación constante a la competencia clave.	Área Financiera	Se entrega al cliente un servicio de calidad a un costo menor al de la competencia.

Elaborado por: La autora.

**1.8.3 CUADRO N°26
ESTRATEGIA DE PLAZA**

ESTRATEGIAS	TÁCTICAS	ACCIONES	RESPONSABLE	BENEFICIOS
MEJORAR LA INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA	Atraer la atención del cliente no sólo mediante una excelente página web sino también a través de una adecuada infraestructura.	Remodelar las instalaciones, instalar rotulación visible.	Auxiliar de Servicio	Brindar una imagen atractiva para el cliente que sea capaz de influir en su poder de compra.
		Mantener accesibilidad y seguridad en parqueaderos.		

Elaborado por: La autora.

1.8.4 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

CUADRO N°27

ESTRATEGIAS	TÁCTICAS	ACCIONES	RESPONSABLE	BENEFICIOS
GARANTÍAS DEL SERVICIO	Calidad del servicio	Se ofrece una garantía de 3 meses por el servicio.	Analistas de Talento Humano	Excelente percepción del cliente sobre el servicio que se ofrece.
ESTABLECER PROGRAMAS DE FIDELIZACIÓN DE CLIENTES	Beneficios	Costos competitivos, descuentos por temporadas, paquetes de servicios.	Área Financiera	Preferencia ante los servicios de la competencia.
	Servicio Postventa	Aplicar índices de mediación y satisfacción del servicio.	Supervisor	Responder a las necesidades de los clientes de manera innovadora y ágil.
GESTIÓN PUBLICITARIA	Difundir información sobre nuevos servicios, descuentos y promociones.	Usar herramientas como páginas sociales para dar a conocer los servicios.	Área de Programación	Posicionarse en el mercado ofreciendo un servicio de calidad a bajo costo. Actitud positiva que genere una acción de compra en el cliente.
		Ventas puerta a puerta	Vendedores	
		Material publicitario	Auxiliar del servicio	
		Telemercadeo	Vendedores	
		Publicidad en medios escritos	Auxiliar del servicio	

Elaborado por: La autora.

ESTUDIO TÉCNICO

2. INTRODUCCIÓN

El servicio de reclutamiento y preselección de talento humano que se desea ofrecer se realizará por medio de internet, por lo que es fundamental para el proyecto contar con una base tecnológica que garantice un sistema óptimo y seguro de procesamiento y transmisión de datos, razón por la cual, es necesario contar con la estructura necesaria que se resume en tres aspectos importantes que son: hardware, software e internet, los cuales se detallan a continuación:

➤ **HARDWARE**

Se realizará la inversión respectiva considerando que los equipos se vuelven obsoletos en poco tiempo, por lo que es necesario que el portal web descansa sobre un servidor de última generación.

➤ **SOFTWARE**

Se refiere a los programas necesarios con los que deberá contar el proyecto. El software que se empleará es específico para el sistema de reclutamiento y selección de personal. Los software que se emplearán se describen a continuación:

- PHP constituye un software diseñado originalmente para la creación de páginas web dinámicas; es considerado un software libre por la Fundación de Software libre en su nombre original “Free Software Foundation”, por lo que puede ser desplegado en servidores sin costo alguno. El lenguaje PHP se encuentra instalado en más de 20 millones de sitios web y en un millón de servidores.
- Para el manejo de la base de datos se empleará el software MYSQL el cual constituye un sistema de gestión de base de datos relacional la cual archiva datos en tablas separadas en vez de colocar todos los datos en un gran archivo, lo cual permite velocidad y flexibilidad. Las tablas están conectadas por relaciones definidas que hacen posible combinar datos de diferentes tablas sobre pedido.

MySQL es software de fuente abierta es decir que es posible para cualquier persona usarlo y modificarlo. Cualquier persona puede bajar este código fuente y usarlo sin pagar. Cualquier interesado puede estudiar el código fuente y ajustarlo a sus necesidades, razón por la cual permite una fácil interacción con el usuario.

➤ **INTERNET**

Con respecto al internet es necesario contar con un proveedor que se caracterice por brindar un servicio de calidad que sea puntual, confiable y de prestigio, por lo que se decidió contratar el servicio de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones que ofrece diversos paquetes corporativos que se adaptan a las necesidades particulares de cada uno de sus clientes. El paquete a contratar es el plan de datos 6F SDSL C. GOLD 10 MBPS el cual se ajusta a la necesidad particular reclutar hojas de vida y de procesar información, para lo cual se requiere de una excelente velocidad para la recepción y envío de datos, ya que ofrece un ancho de banda adecuado que permite diversas visitas simultáneas a la página web sin que se sature la conexión, controlando adecuadamente el tráfico de datos con el principal objetivo de que no colapse la red en la que se trabaja para brindar el servicio.

Es importante conocer que la velocidad de carga de una página está en función de dos elementos:

1. El estado de las líneas.
2. La cantidad de información que contiene.

En cuanto al primer parámetro la Corporación Nacional de Telecomunicaciones invierte una gran cantidad de dinero en el mantenimiento sus líneas ya que como uno de los principales proveedores de Internet del país debe conservar su prestigio en los servicios que ofrece.

En cuanto a la cantidad de información que contiene se debe establecer para cada página un máximo de bytes y no sobrepasarlo con el fin de evitar el tráfico de datos. Los gráficos serán guardados en formato GIF y JFG.

El internet implica dos aspectos muy importantes que son el dominio y el hosting.

➤ **DOMINIO**

El dominio constituye el nombre que lleva la página en internet, cuando se adquiere un dominio, el nombre se vuelve exclusivo para su uso en todo el mundo.

➤ **HOSTING**

Conocido también como espacio de alojamiento, éste es vital para mantener una página web que funcione las 24 horas del día en los 365 días del año, para lo cual es importante que la información que se muestra en la página web esté grabada en el disco duro del servidor. La ventaja de alquilar el alojamiento es que el sistema se encontrará conectado las 24 horas del día, mientras que tener un host propio implica un alto costo de instalación, además de los costos mensuales por concepto de mantenimiento. Se estima que el servidor deberá contar con las siguientes características:

- Disco duro: 500GB.
- 500W con garantía de tres años.
- “El costo aproximado de contratar el hosting es de \$100 por mes”.¹⁵

➤ **PÁGINA WEB**

Representa la cara principal de la empresa por lo que su diseño y posterior administración deberán ser controladas adecuadamente para asegurar el éxito de la página. Es por esta razón que se contratará a una empresa especializada en la elaboración y diseño gráfico de páginas web, que también sea capaz de brindar seguridad y control en el uso. A continuación se presenta el análisis de la empresa a la que se contratará para la creación de la página web.

➤ **ANÁLISIS VIRUXESPANSION MULTIMEDIA**

ViruxExpansion Multimedia constituye una empresa ecuatoriana que se encarga de la planificación, diseño, programación, hospedaje, mantenimiento,

¹⁵ INTERNET, <http://www.ecualinux.com/dedicados.html>

mercadeo, auditoría, desarrollo de sistemas de información, de bases de datos especializadas, comercialización de dominios de primer nivel, entre o servicios en Internet. En el diseño de un sitio web se incluye enlaces, fotografías, animaciones, formularios, bases de datos, música, video, adicionalmente al texto.

La empresa se encuentra en capacidad de ofrecer todos los servicios de Internet, inclusive desarrollos para e-business, e-government, e-commerce and e-recruitment, así como también cualquier tipo de aplicación de gestión de bases de datos.

Es necesario considerar que en todos los negocios, para mantener ventajas competitivas se deben incorporar nuevas tecnologías en sus estrategias de mercadotecnia, por medio de Internet esto es posible, ya que constituye la frontera publicitaria más reciente con millones de usuarios que recorren día a día la Red, por lo tanto abundan y es preciso aprovechar las oportunidades para los empresarios emprendedores interesados en promocionar productos y servicios.

➤ **TRANSMISIÓN SEGURA DE DATOS**

Se empleará el protocolo SSL para brindar una transmisión segura de datos durante el uso de la página web. Este protocolo se caracteriza por autenticar los servidores, por codificar los datos y por brindar integridad a cada uno de los mensajes, así las comunicaciones que se darán mediante internet serán transmitidas en un formato codificado, así se garantiza que la información no será adulterada.

2.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

“El estudio del tamaño del proyecto es fundamental para determinar el monto de las inversiones y la capacidad de producción que, a su vez, permitirá cuantificar los costos de funcionamiento y los ingresos proyectados.”¹⁶ La

¹⁶ Nassir Sapag Chain; *Proyectos de inversión. Formulación y Preparación*, Primera Edición, 2007 Capítulo 3, p.105.

solución óptima en cuanto al tamaño es aquella que dé lugar al resultado económico más favorable para el proyecto. Por lo tanto, si se tiene distintas alternativas de tamaño para el proyecto, cada una obliga a una formulación y evaluación completa, que permita conocer los indicadores que ayudarán en la decisión final.

2.1.1 FACTORES DETERMINANTES DEL TAMAÑO

2.1.1.1 MERCADO

Uno de los factores decisivos para determinar el tamaño del proyecto es el mercado, por tal motivo es importante conocer si existe demanda insatisfecha la misma que permitirá ingresar al mercado.

En el estudio de mercado se pudo establecer que la demanda del servicio de reclutamiento y de preselección de talento humano se resume en 806 contratos. A pesar de existir empresas que ofrecen un servicio similar se registra una alta demanda insatisfecha beneficiando el ingreso de la empresa al mercado.

2.1.1.2 DISPONIBILIDAD DE RECURSOS FINANCIEROS

Los recursos financieros son aquellos recursos monetarios propios y ajenos con los que cuenta esta empresa, indispensables para su buen funcionamiento y desarrollo. Para poner en práctica el proyecto se requiere de una inversión inicial por lo que los recursos financieros se pueden financiar mediante dos fuentes:

- Recursos financieros propios a través del capital suscrito y pagado por los socios de la empresa en 59%.
- Recursos financieros ajenos por medio de un crédito otorgado por instituciones financieras del país el 41%.

La Institución Financiera con la que se va a trabajar el proyecto es la Corporación Financiera Nacional “CFN”, la misma que presenta las siguientes condiciones:

- **Monto:** 23.308,12 dólares
- **Tasa de Interés:** 10,50% fija
- **Plazo:** 5 años

“Si los recursos económicos propios y ajenos permiten escoger entre varios tamaños, sería aconsejable seleccionar aquel tamaño que pueda financiarse con mayor comodidad y seguridad y que a la vez ofrezca, de ser posible, los menores costos y mejores rendimientos de capital”.¹⁷

2.1.1.3 DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA

La mano de obra constituye una herramienta fundamental para el correcto funcionamiento de la organización. Para el presente proyecto la mano de obra no es un factor limitante debido a la gran cantidad de profesionales formados en el área informática y administrativa. De igual manera, el personal con el que contará la empresa será calificado y capacitado para garantizar un excelente servicio para los clientes.

2.1.1.4 DISPONIBILIDAD DE RECURSOS

Los insumos o servicios necesarios para el proyecto podrían no estar disponibles en la cantidad y calidad deseada, limitando la capacidad de producción o aumentando costos. En este caso, es preciso analizar, además de los niveles de recursos existentes en el momento del estudio, aquellos que se esperan a futuro. Entre otros aspectos, será necesario investigar la existencia de sustitutos.

¹⁷ INTERNET, <http://www.itescam.edu.mx/principal/sylabus/fpdb/recursos/r2583.DOC>

2.1.2 OPTIMIZACIÓN DEL TAMAÑO DEL PROYECTO

Para establecer el mejor tamaño del proyecto se utilizó el “método de diferencias de flujo”¹⁸, el cual consiste en establecer diferentes tamaños con sus respectivos flujos de caja para determinar el resultado económico más favorable.

Para cada tamaño se elaboró su respectivo flujo de fondos mediante el método de Flujo de Diferencias se va a escoger el flujo de fondos neto del mayor tamaño y se va a restar el flujo de fondos neto del menor tamaño obteniendo el flujo de diferencias, al cual se calculará el VAN marginal, de esta manera se determinará el mejor tamaño para el proyecto.

Si el VAN MG es > 0 aumentar el tamaño

Si el VAN MG es < 0 reducir el tamaño

Si el VAN MG es $= 0$ el tamaño es óptimo

Para el proyecto se estableció los siguientes tamaños:

CUADRO N° 28
TAMAÑO DEL PROYECTO

Tamaño	Capacidad Instalada (Contratos/año)	VAN (\$)
TAMAÑO 1	322	-\$ 87.749,13
TAMAÑO 2	443	\$ 15.201,56
TAMAÑO 3	564	\$ 37.141,34

Fuente: Estudio Técnico 2011

Elaborado por: La autora.

Se puede observar que el VAN del tamaño 1 es negativo, razón por la cual no se debe elegir un tamaño menor al 40% del mercado, por lo tanto se continua aumentando el porcentaje de atención al mercado con el objeto de obtener el mejor tamaño, es así que se utilizó el método de diferencias de flujos, donde se resta el flujo de caja del tamaño menor

¹⁸ SAPAG CHAIN, N. & SAPAG CHAIN, R; *Preparación y evaluación de proyectos*; 5ta Edición; McGraw Hill; México; 2007.

(T2) del flujo de caja del tamaño mayor (T3) y se procede a calcular el VAN marginal. Si el VAN marginal obtenido es mayor a cero se recomienda aumentar el tamaño, si por el contrario es menor a cero se debe reducir el tamaño de T2, considerando que si el VAN marginal es igual a cero se habrá conseguido el tamaño óptimo. En el siguiente cuadro se muestra el cálculo del VAN marginal considerando los tamaños.

**CUADRO N° 29
FLUJO MARGINAL TAMAÑO 3 – TAMAÑO 2**

TAMAÑO 3	-56.308	22.000	22.558	11.537	23.450	44.247
TAMAÑO 2	-48.539	14.795	15.144	6.734	15.655	32.512
FLUJO DIFERENCIAL O MARGINAL	-7.769	7.205	7.415	4.803	7.795	11.734

Fuente: Estudio Técnico 2011.

Elaborado por: La autora.

Tasa = 9%

VAN MARGINAL = \$ 21.939,78

**CUADRO N° 30
RESUMEN FLUJO MARGINAL**

TAMAÑO 3	37.141,34
TAMAÑO 2	15.201,56
VAN MG	21.939,78

Elaborado por: La autora.

Mediante el análisis del cuadro anterior, de acuerdo a los resultados obtenidos, los datos muestran que el tamaño tres es el que generaría mayor beneficio para la empresa. Lo que convendría seguir aumentando el tamaño; sin embargo, por razones financieras con el fin de no sobrepasar la capacidad de inversión de la empresa se ha decidido escoger el tamaño tres como la mejor opción.

2.1.3 DEFINICIÓN DE LA CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

Constituye la capacidad máxima que alcanza una empresa en base a sus recursos de mano de obra, financieros y tecnológicos. Para el proyecto la capacidad máxima instalada está dada en función del número de contratos que la empresa pueda atender en el año. De acuerdo al tamaño escogido la capacidad de producción es la que se muestra a continuación.

**CUADRO N° 31
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN**

AÑO	No. de contratos atendidos
2011	564
2012	582
2013	601
2014	620
2015	639

Fuente: Estudio Técnico 2011

Elaborado por: La Autora.

2.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

2.2.1 MACRO LOCALIZACIÓN

La presente empresa se encontrará ubicada en:

- **Provincia:** Pichincha
- **Cantón:** Quito
- **Zona:** Urbana
- **Ubicación:** Distrito Metropolitano de Quito

2.2.2 MICRO LOCALIZACIÓN

El análisis de micro localización indica cuál es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la zona elegida. Mediante este análisis se pretende fijar el lugar preciso de ubicación para la empresa, considerando algunos factores que establecerán la localización, los cuales tendrán un valor ponderado asignado de acuerdo a la importancia que se establezca a cada uno.

2.2.2.1 Factores Locacionales

Los factores tomados en cuenta son los siguientes:

- **Costo del arriendo:** Estos costos influyen directamente en los costos de producción, razón por la cual es importante encontrar un lugar bien ubicado y cuyo costo de arriendo sea accesible.
- **Seguridad:** El nivel de seguridad, tanto para la empresa como para el cliente es fundamental, por lo que es necesario descartar los lugares que registran mayor índice de robos, asaltos, etc.
- **Disponibilidad de parqueo:** En la actualidad la mayoría de habitantes del Distrito Metropolitano de Quito poseen un vehículo, por esta razón es necesario considerar que en los alrededores de la empresa existan parqueaderos públicos o privados para comodidad y seguridad del cliente.
- **Cercanía al mercado:** Identificar un lugar central al que puedan acceder los clientes de las empresas en estudio, proporcionando facilidad de ubicación.

2.2.2.2 MATRIZ LOCACIONAL

La matriz se la obtendrá mediante la aplicación del “Método Cualitativo por Puntos” que consiste en definir los principales factores que determinan la localización y se les asigna los pesos ponderados, de acuerdo a la importancia asignada. Las alternativas son:

- **Alternativa A:** Av. Amazonas y 18 de Septiembre (Mariscal).
- **Alternativa B:** Av. 12 de Octubre y Luis Cordero (La Colón).
- **Alternativa C:** Av. Shyris y Comercio (Sector Carolina).

**CUADRO N° 32
MATRIZ LOCACIONAL**

Factor	Peso	Alternativa A		Alternativa B		Alternativa C	
		Calf.	Pond.	Calf.	Pond.	Calf.	Pond.
Costo del arriendo	25	80	20	90	25	100	20
Seguridad	25	70	20	60	20	90	25
Disponibilidad parqueo	20	60	10	70	15	100	20
Cercanía al mercado	30	100	30	100	30	100	30
TOTAL	100		80		90		95

Elaborado por: La autora.

De acuerdo a la matriz la mejor opción para ubicar la empresa es la Alternativa C, cuya dirección es Av. Shyris y Comercio, ubicado en el sector La Carolina, el cual obtuvo el mayor puntaje ponderado.

GRÁFICO N° 17 MICRO LOCALIZACION DE LA EMPRESA



Fuente:<http://www.viajes.es/america/ecuador/quito/quito-mapa-de-quito>

2.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

2.3.1 PROCESO DE OPERACIÓN

“El proceso de producción se define como la forma en que una serie de insumos se transforman en productos mediante la participación de una determinada tecnología, combinando la mano de obra, maquinaria, métodos y procedimientos de operación, etc.”¹⁹

El plan de operaciones se inicia cuando el cliente se pone en contacto con la empresa, el cual se informará sobre el servicio que se ofrece y analizará si satisface sus necesidades de reclutamiento, seguido por el respectivo pago del servicio y finalmente concluye con la publicación, actualizaciones constantes del anuncio laboral y el proceso de preselección del candidato idóneo que cumpla con las habilidades y competencias que el cargo requiere si la organización así lo desea. En todos los procesos es importante que el cliente perciba la calidad y atención de los servicios que está recibiendo para conseguir de esta forma su total satisfacción.

¹⁹SAPAG CHAIN, N. & SAPAG CHAIN, R; Op. Cit. p.145

2.3.1.1 SUBPROCESO DE OPERACIÓN

En primer lugar se va a dar el contacto entre la persona encargada del proceso de reclutamiento de cada empresa y el auxiliar de servicios o vendedor, quien será la persona encargada de tomar el pedido del cliente, indicar costos, tiempos de duración y tomar toda la información de la vacante a ser cubierta para de esta manera sugerir la mejor opción de reclutamiento para el cliente.

Este momento es muy importante, ya que dependiendo de la calidad de atención, empatía que se genere con el cliente y de la información otorgada, éste tomará la decisión de contratar el servicio. Este primer contacto puede ser vía telefónica, por correo electrónico o de manera presencial en el caso de que el cliente se acerque personalmente a las oficinas o de la visita de los respectivos vendedores a las organizaciones.

Una vez que el cliente confirme su interés por contratar el servicio, éste deberá pagar por el servicio mientras los diseñadores de la página se encargarán de publicar y mantener actualizado el portal web; por otro lado, los analistas de recursos humanos serán los encargados de preseleccionar a los candidatos siguiendo las especificaciones solicitadas por las empresas de manera que se elijan los postulantes más aptos para cubrir el perfil del puesto. Finalmente el cliente recibirá el servicio, éste siempre podrá realizar los respectivos cambios que desee en base a sus necesidades de selección.

Es importante detectar la actitud y consultar cual ha sido su apreciación de tal forma que se puedan plantear mejoras para el próximo proceso de reclutamiento y preselección. El valor agregado que se ofrece a los clientes es el de brindar un pre-filtro de candidatos de manera que la empresa pueda observar el porcentaje de afinidad que tienen los postulantes con la vacante a cubrir. Sin embargo, se pregunta a las empresas si desean obtener este servicio de ser así se enviará notificaciones de entrevistas a los postulantes que la empresa haya seleccionado hasta entonces, si estos no satisfacen las necesidades del puesto, se permitirá a la empresa un acceso a toda la base de datos de candidatos para que realicen el respectivo proceso de selección.

2.3.1.1.1 Descripción del proceso de producción del servicio

A continuación se describen las principales funciones que ejecutará el futuro portal web enfocado al reclutamiento y preselección de candidatos.

- Publicación de anuncios laborales en la web.
- Aplicación de filtros.
- Preselección de candidatos.
- Evaluación psicotécnica.
- Entrevistas presenciales.
- Redacción de informes de entrevistas.
- Verificación de referencias laborales.
- Presentación de candidatos finalistas.

2.3.1.1.2 Metodología

El proceso de reclutamiento y preselección de talento humano se resume en once pasos principales que tienen la finalidad de brindar un servicio personalizado que satisfaga las necesidades del cliente.

1. Levantamiento del Perfil

Se establece una reunión con el responsable del proceso de contratación, para definir los requisitos mínimos que debe cubrir el postulante para ocupar el cargo, como:

- Requisitos básicos: Lugar de residencia, disponibilidad.
- Educación: Formación básica, título de tercer nivel, título de cuarto nivel, especialidad, formación complementaria, cursos especializados.
- Experiencia: En cargos y posiciones similares.

2. Reclutamiento

Consiste en reunir y buscar el mayor número de candidatos interesados en el puesto requerido mediante la publicación de anuncios laborales en el portal web.

3. Preselección de candidatos

Se evaluará los requerimientos excluyentes bajo tres grandes pilares:

- Competencias
- Conocimientos técnicos
- Psicología

4. Actualización de datos

Se realizará una entrevista telefónica que permita confirmar la veracidad de la información presentada en las hojas de vida y aquella proporcionada en forma directa por el candidato, para determinar un grupo de candidatos que cumplan con los requisitos fijados por las empresas para cubrir las vacantes.

5. Entrevista por competencias

Su finalidad es explorar las aptitudes, habilidades, destrezas y características de personalidad del candidato para determinar si éstas aseguran un adecuado desempeño laboral. Esto permite tener un referente de comportamiento futuro, tomando como punto esencial acciones concretas observadas durante el proceso.

6. Evaluación técnica

Permitirá identificar de manera rigurosa el nivel de conocimiento y dominio técnico del aspirante de acuerdo al cargo al que esté aplicando. Se validará su experiencia y formación para evaluar su capacidad de aporte. Esto definirá el correcto desarrollo de las actividades asignadas al puesto de trabajo y el cumplimiento de los objetivos estratégicos de cada posición.

7. Evaluación psicológica

Se aplicará una prueba psicológica que estará orientada a identificar rasgos de personalidad en los candidatos, con lo cual se podrá obtener una posible identificación de comportamiento futuro de la persona.

8. Verificación de referencias

Contactar telefónicamente a las personas que figuran como jefes inmediatos del candidato o personas que conozcan de su desempeño laboral.

9. Informes individuales

Para la presentación de los informes personales, se incluirá información tal como:

- Aspectos Personales: datos personales
- Formación Académica
- Experiencia Laboral
- Valoración psicológica y técnica
- Referencias laborales

10. Entrevistas Finales

Estas entrevistas serán realizadas por el encargado del área de la empresa solicitante, quienes serán los responsables de realizar una entrevista exploratoria para determinar cuál de los candidatos es el más apto para cubrir el puesto.

11. Elección del Candidato

Posterior a la entrevista, se sugiere el mejor postulante a la empresa, sin embargo, ésta será la que definirá el candidato de su preferencia para la vinculación a la organización.

2.3.1.1.3 Ventajas

El proceso de reclutamiento y preselección de candidatos presenta a sus clientes las siguientes ventajas competitivas:

- Equipo tecnológico que se encarga de implementar herramientas útiles como filtros, de acuerdo a las necesidades que solicitan los clientes.

- Equipo de profesionales encargados de dar atención personalizada y preseleccionar únicamente a los candidatos que se adaptan al perfil que la organización busca.
- Costos competitivos y que se adaptan a los presupuestos de las organizaciones.

2.3.1.1.4 Beneficios

Entre los beneficios que se ofrece se encuentran los siguientes cuatro principales, estos contribuyen a brindar un mejor servicio para el cliente:

- **Herramientas y filtros**

Se ofrece a los clientes búsquedas avanzadas, historial del candidato, calificación de evaluaciones, entre otras elaboradas con la última tecnología para que el cliente pueda optimizar al máximo su tiempo.

- **Servicio al cliente Personalizado**

Se cuenta con un departamento de servicio al cliente personalizado conformado por consultores especialistas en talento humano, quienes tienen la función de preseleccionar hojas de vida con el fin de optimizar al máximo el tiempo que tardan las organizaciones en cubrir una vacante.

- **Garantía**

Se ofrece un período de 90 días de garantía por los candidatos seleccionados. En caso de no ajustarse a las necesidades del cliente se reemplazará al candidato sin costo adicional.

- **Base de datos**

Esta base cuenta con candidatos profesionales de diversos perfiles especializados, sus hojas de vida están constantemente actualizándose debido a que la tecnología del nuevo portal lo exige.

2.3.1.1.5 ESTRUCTURA DEL ANUNCIO

La empresa cuenta con una adecuada estructura de anuncio que se ajustan a las necesidades empresariales, ésta se describe a continuación:

➤ **Anuncio laboral externo**

Mediante este anuncio el cliente tendrá las siguientes ventajas:

1. Mayor visibilidad: Este aviso se destacará de los demás por estar publicado en la página principal del portal web.
2. Mayor efectividad: atrae una mayor cantidad de candidatos.
3. Aparecerá el logo de la empresa dentro y fuera del aviso.

GRÁFICO N° 18 EJEMPLO ANUNCIO DESTACADO

The image shows a grid of job advertisements on a website. Each advertisement includes a job title, company name, location, and time posted. The 'Ingenieros Civiles' listing is highlighted with an orange border. A 'Ver más avisos' button is located at the bottom right of the grid.

Job Title	Company	Location	Time Posted
Ingeniero de Helpdesk y Desarrollo de Software	COLEGIO MENOR CMSFQ S.A.	Pichincha	Hace 17 horas
Ejecutivo de Cuentas	KANTAR WORLD PANEL	Pichincha	Ayer
Diseñador Web / Webmaster		Pichincha	Ayer
Asesores financieros de alto nivel		Pichincha	Hace 2 días
Supervisor Comercial DHL - W.U.	Importante Empresa de Correo Internacional	Pichincha	Hace 6 días
Ingenieros Civiles	ESQUETINI LUZURIAGA	Pichincha	Hace 6 días
Prevendedores Sto Domingo	The Tesalia Springs Co.	Santo Domingo de los Tsachilas	Hace 6 días
Jefe de mercadeo	SUMESA	Quayas	Hace 6 días
CONTADORA GENERAL	MEDIO DE COMUNICACION	Pichincha	Hace 1 semana

Fuente: INTERNET, <http://www.multitabajos.com>

➤ **Anuncio laboral interno**

Este anuncio presenta al cliente las siguientes ventajas:

1. Aparecerá el logo de su empresa dentro del aviso si el cliente lo desea.
2. Se puede publicar el anuncio utilizando el nombre de la compañía o sin mencionarlo.
3. La administración de los candidatos postulados la realizará desde el portal, utilizando todos los filtros y herramientas disponibles para una fácil y rápida selección. Entre las herramientas contará con la posibilidad de crear respuestas automáticas, envío de preguntas o solicitudes de información a los candidatos.

GRÁFICO Nº 19
EJEMPLO ANUNCIO ESTÁNDAR

 <p>RECAUDADOR 06 MAY EDITORES NACIONALES - VISTAZO <input checked="" type="checkbox"/> PICHINCHA</p>	<p>Se requiere incorporar a esta Editorial, un Recaudador con experiencia. Dentro de sus principales responsabilidades está la entrega de estados de cuenta, notas de crédito por devoluciones a los clientes; la gestión de cobranzas y recuperación de valores pendientes de cobro a los puntos de venta...</p>
 <p>SECRETARIA DE GERENCIA (TEMPORAL) 06 MAY BANCO PROCREDIT S.A. <input checked="" type="checkbox"/> PICHINCHA</p>	<p>Funciones: - Elaborar y recibir correspondencia interna y externa (cartas, faxes, informes, etc.) - Clasificar, organizar y archivar la correspondencia recibida de los organismos de control. - Redactar oficios de acuerdo a lo solicitado. - Recibir y efectuar llamadas telefónicas. - Coordinar la...</p>
 <p>OFICIAL MICROCRÉDITO AMBATO 06 MAY PWC ASESORES EMPRESARIALES CIA. LTDA. <input checked="" type="checkbox"/> TUNGURAHUA</p>	<p>Importante empresa del sector financiero se encuentra en la búsqueda de Oficiales de Microcrédito que estén a cargo de las siguientes funciones: P rospectar potenciales clientes. Promocionar y colocar el producto de microcrédito. Levantar información financiera del cliente. Recomendar operación y...</p>
<p>PROFESIONAL EN VENTAS 06 MAY</p> <p>Importante Entidad Comercial requiere un/a profesional para su Departamento de Ventas. Nuestra búsqueda está enfocada en un/a ejecutivo/a de cualidades profesionales y comerciales medibles cualitativa y cuantitativamente, que disponga de tiempo completo o que no este trabajando, proactivo/a, con...</p>	
 <p>GERENTE REGIONAL 06 MAY INTEGRALIC <input checked="" type="checkbox"/> PICHINCHA</p>	<p>Institución Financiera líder en el sector desea incorporar a su equipo un GERENTE REGIONAL DE SUCURSALES Y AGENCIAS OBJETIVO DEL CARGO Administrar los procesos Comerciales, Operativos, Administrativos y del RRHH de las Sucursales y Agencias de su Región, cumpliendo con las políticas y metas...</p>
 <p>CAJEROS AGENCIA MACHALA 06 MAY PWC ASESORES EMPRESARIALES CIA. LTDA. <input checked="" type="checkbox"/> EL ORO</p>	<p>Importante Institución Financiera se encuentra en la búsqueda de cajeros para agencia ubicada en Machala. Edad: 18 a 24 años Sexo: Indistinto Estudios: Cursando o culminadas carreras Administrativas, Financieras, Economía o afines. Favor aplicar unicamente personas que residan en...</p>

Fuente: INTERNET, <http://www.multitabajos.com>

2.3.1.1.6 TÉRMINOS DE USO DEL PORTAL WEB

Megaempleos.com constituye un portal web ofrecido por Mundo Trabajo Cía. Ltda. empresa ubicada y registrada en el Ecuador que ofrece el servicio de e-recruitment, así como de la base de datos de candidatos, ofertas de empleo y currículos de candidatos.

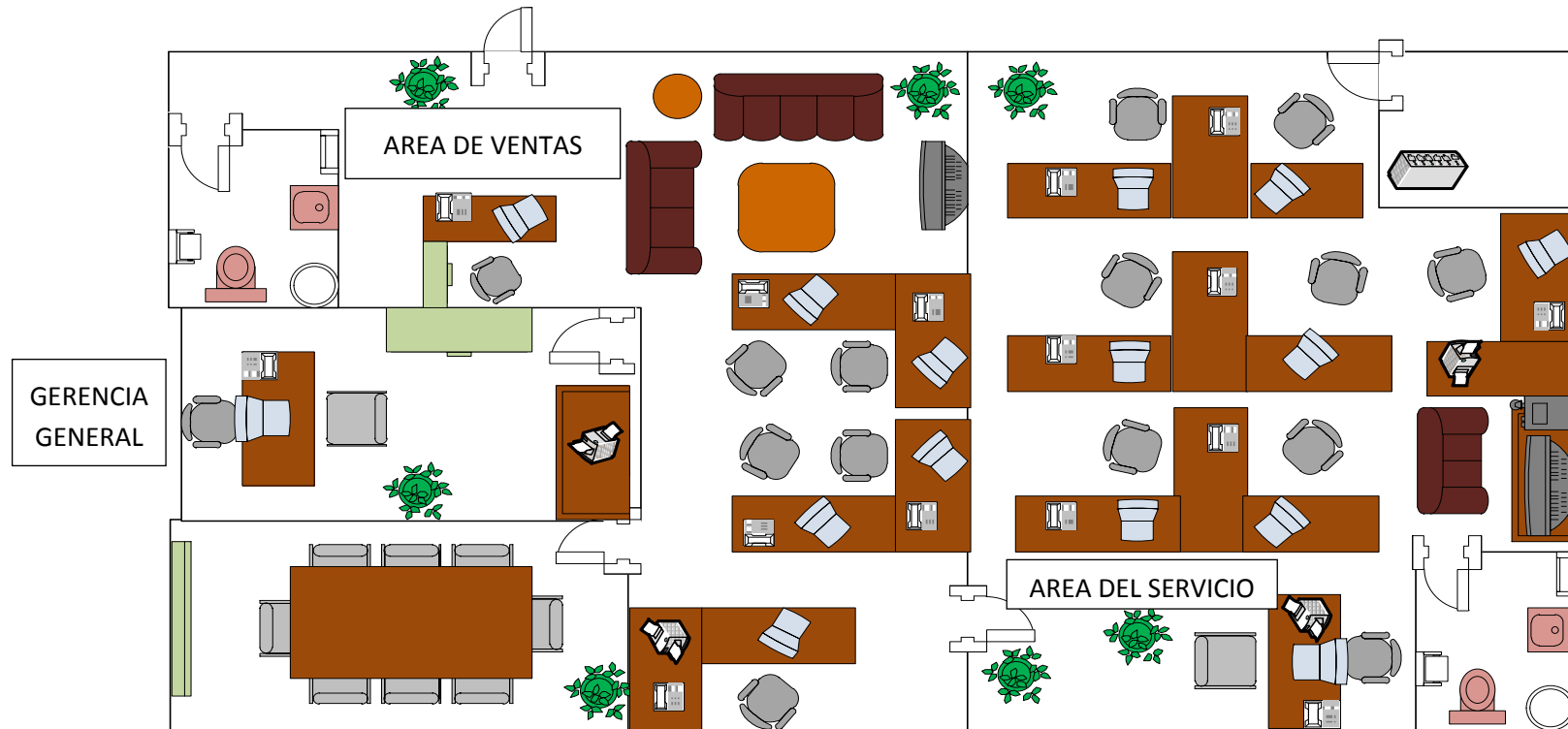
Los datos aportados tanto por empresas que constituyen los clientes como los candidatos registrados para los diversos puestos de trabajo son gestionados por Mundo Trabajo Cía. Ltda. con la finalidad de ofrecer un vínculo intermediario entre empleadores y trabajadores. Las empresas registradas en este sitio web acuerdan respetar el uso de los servicios ofrecidos con la única finalidad de utilizarlos como instrumento de ayuda en los procesos de selección de talento humano. Cualquier uso distinto a la búsqueda y selección de personal para cubrir puestos de trabajo cualifica a Mundo Trabajo Cía. Ltda. a desautorizar el uso de los servicios a la empresa.

Las empresas se comprometen también a ofrecer amplia información sobre la o las ofertas de empleo anunciadas. Asimismo, cualquier oferta de empleo que contenga datos que favorezcan el contacto directo del candidato con la empresa dejarán de ser publicadas y la práctica reiterada de esta conducta cualificará a Mundo Trabajo Cía. Ltda. a dar de baja a la empresa de todos los servicios ofrecidos por este portal web. Las empresas y candidatos que usan este sitio web podrán en cualquier momento actualizar y/o eliminar la totalidad de sus datos de la base de datos de este sitio a través de la web.

2.3.1.2 DISTRIBUCIÓN DE LA OFICINA

La oficina de Mundo Trabajo Cía. Ltda. se encontrará distribuida de la manera que se presenta a continuación, en la cual se considera el número de empleados, los departamentos participantes y los activos fijos adquiridos en la inversión inicial.

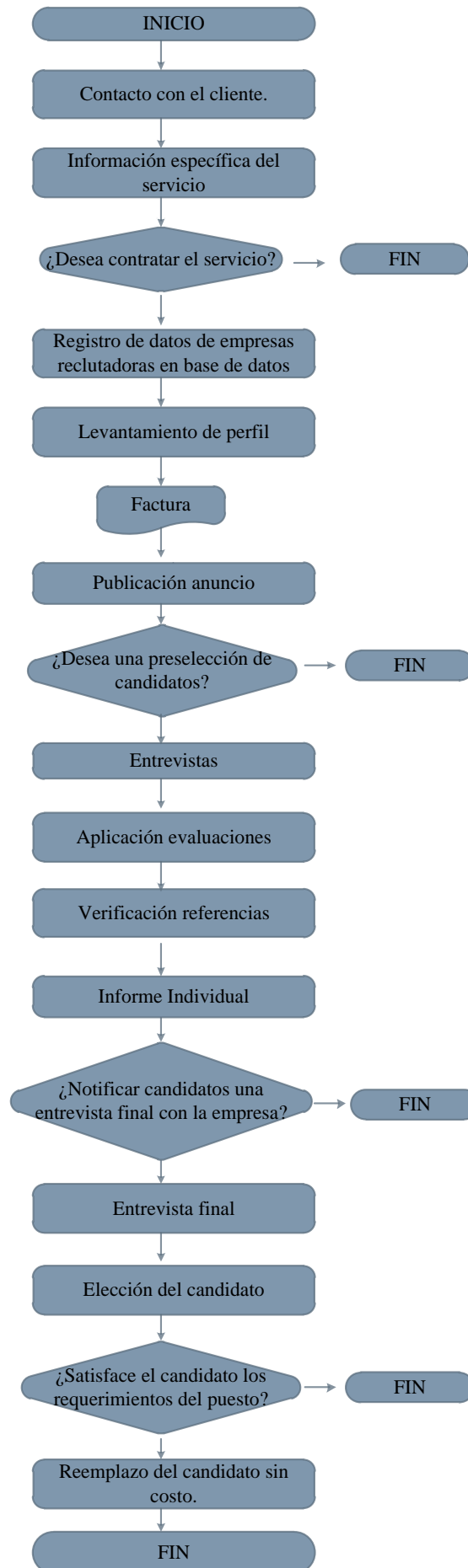
**GRÁFICO N°20
DISTRIBUCIÓN OFICINA**



Elaborado por: La autora.

2.3.1.3 DIAGRAMA DE FLUJO

El Diagrama de Flujo constituye la representación gráfica de los pasos de un proceso para entenderlo mejor. El siguiente diagrama de flujo muestra el proceso de generación del servicio para el presente proyecto.



2.3.1.4 REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA

El cuadro que se presenta a continuación detalla el requerimiento anual de la mano de obra que se necesitará para la generación del servicio.

CUADRO N°33
REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total Anual
ÁREA DE PRODUCCIÓN DEL SERVICIO				
Jefe de producción	Persona/mes	1	925,63	11.107,5
Analistas de RR.HH	Persona/mes	4	835,26	40.092,6
Diseñador de páginas web	Persona/mes	2	714,78	17.154,7
TOTAL			2.475,67	68.354,80

Fuente: Estudio Técnico 2011

Elaborado por: La autora.

2.3.1.5 REQUERIMIENTO DE SERVICIOS

El portal web para desarrollar sus actividades requiere de insumos y servicios los mismos que serán utilizados en los diferentes procesos durante la generación del servicio. En el siguiente cuadro se detallan los servicios requeridos en el proceso.

CUADRO N° 34
REQUERIMIENTO DE SERVICIOS PARA EL SERVICIO

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total Anual
Agua Potable	Mes	12	30	360
Luz Eléctrica	Mes	12	90	1.080
Teléfono	Mes	12	200	2.400
Internet	Mes	12	2.715	32.580
Arriendo Hosting	Mes	12	100	1.200
COSTO DE PRODUCCIÓN TOTAL				37.620

Fuente: Estudio Técnico 2011

Elaborado por: La autora.

2.3.1.6 ESTIMACIÓN DE LA INVERSIÓN

Se presenta una estimación de la inversión inicial de activos fijos que se requieren en el presente proyecto.

**CUADRO N° 35
ESTIMACIÓN DE LA INVERSIÓN**

Concepto	Unidad	Cantidad	P. Unitario	P. Total
MUEBLES DE OFICINA				
Área de Procesamiento de la Información				
Estación de Trabajo	Unidad	7	170	1.190
Aparador	Unidad	1	150	150
Archivador	Unidad	2	60	120
Silla Ejecutiva	Unidad	7	50	350
Subtotal				1.810
EQUIPO DE OFICINA				
Área de Procesamiento de la Información				
Teléfono Inalámbrico	Unidad	7	33	231
Televisor LCD	Unidad	1	600	600
Minicomponente	Unidad	1	275	275
Subtotal				1.106
EQUIPO DE CÓMPUTO				
Área de Procesamiento de la Información				
Portátil DELL 1440	Unidad	5	800	4.000
Desktop Acer Veriton	Unidad	2	709	1.418
Impresora SAMSUNG LASER	Unidad	1	178	178
Servidor HP	Unidad	1	1906	1.906
Subtotal Equipos de Cómputo				7.502
Subtotal Activos Fijos Área Producción y Servicio				10.418

Elaborado por: La autora.

2.3.2 CALENDARIO DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO

El calendario de ejecución para el proyecto será el siguiente:

**CUADRO N° 36
CALENDARIO DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO**

Actividad	Meses										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Formulación y Evaluación del proyecto											
Constitución de la empresa											
Inversiones del Proyecto											
Reclutamiento y selección de Personal											
Inducción del personal											
Inicio de Actividades											

Elaborado por: La autora.

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

3.1 LA EMPRESA

La empresa en el mercado llevará el nombre de “Mundo Trabajo”, esta empresa de servicios especializados en talento humano aspira satisfacer las necesidades de las medianas empresas del Distrito Metropolitano de Quito y su enfoque será la prestación de servicios de reclutamiento y preselección de personal que cumpla con las características requeridas para cubrir un puesto de trabajo.

3.1.1 FINALIDAD

- Responder de forma ágil y segura a las necesidades laborales de una era globalizada.
- Ofrecer servicios con valores agregados.
- Trabajar con altos estándares de calidad.
- Generar fuentes de empleo.
- Disminuir la tasa de desempleo.

3.1.2 TIPO DE EMPRESA

Existen diversos tipos de empresas y según las actividades que éstas realizan se clasifican en tres grupos fundamentales:

- **Industrial.-** Constituye toda empresa dedicada a la producción ya sea manufacturera o de transformación.
- **Comercial.-** Son aquellas empresas cuya actividad se enfoca a la compraventa de un producto determinado.
- **Servicios.-** Representan empresas que se caracterizan por ofrecer al mercado un producto de carácter intangible.

3.1.3 CONSTITUCIÓN LEGAL

La Superintendencia de Compañías señala que existen sociedades mercantiles que se clasifican en dos grupos importantes clasificados así por la forma de organización de su capital, éstas son los siguientes:

1. De personas: En comandita Simple y Nombre Colectivo.

1.1 Las Compañías en Nombre Colectivo

Son aquellas que se forman entre dos o más personas bajo una razón social y estos responden solidaria e ilimitadamente ya que todos pueden tener la administración de la sociedad.

1.2 Sociedades en Comandita Simple

En esta sociedad hay dos clases de socios: los socios comanditados y los socios comanditarios, los primeros tienen una responsabilidad solidaria e ilimitada con la organización, mientras que con los segundos se restringe su ámbito de responsabilidad única y exclusiva al monto de sus aportaciones.

2. De capital: Sociedad Anónima, Economía Mixta, Compañía de Responsabilidad Limitada y En Comandita por acciones.

2.1 Sociedad en Comandita por Acciones

El capital de esta compañía se dividirá en acciones nominativas de un valor nominal igual. La décima parte del capital social por lo menos, debe ser aportada por los socios solidariamente responsable, la única diferencia que existe entre la comanditaria simple y la en comandita por acciones es que la una está dividida por acciones y la otra no.

2.2 Sociedad de Responsabilidad Limitada

Se caracteriza por tener tres socios como mínimo y quince como máximo, el capital está representado por participaciones que podrán transferirse. Los socios responden hasta por el valor de sus aportaciones.

2.3 Compañía Anónima

La compañía anónima es una sociedad cuyo capital está dividido en acciones negociables, lo que la diferencia de la compañía de responsabilidad limitada es que ésta tiene participaciones y en la anónima existen acciones.

2.4 Compañía de Economía Mixta

Se llaman de Economía Mixta debido a que instituciones de derecho público pueden participar de esta clase de sociedades conjuntamente con el capital privado.

El capital de la presente empresa estará conformado por el aporte de tres socios por tal motivo, será una compañía de Responsabilidad Limitada, ya que cada socio responderá hasta por el monto de su aporte de capital.

3.1.4 BASE LEGAL

La Empresa Reclutadora y Seleccionadora de Talento Humano, será una organización legalmente establecida según lo dispone la ley ecuatoriana, la cual permite el desenvolvimiento legal de sus funciones y su posterior optimización de la inversión ofreciendo servicios que den la plena satisfacción a los clientes.

Por lo tanto, se constituirá una Compañía de Responsabilidad Limitada, formada por tres personas, que responden únicamente por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva a la cual se la añadirá, en todo caso las palabras “Compañía Limitada” o su correspondiente abreviatura Cía. Ltda. Además, la empresa debe contar con los permisos de funcionamiento otorgados por el Ilustre Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, Cuerpo de Bomberos, SRI, entre otros.

3.1.4.1 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

Para constituir una Compañía de Responsabilidad Limitada se debe tener en cuenta los siguientes requisitos:

- Nombre o razón social de la empresa, el cual debe ser aprobado por la Secretaria General de la Superintendencia de Compañías.
- Solicitud de aprobación, presentación de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía al Superintendente de Compañías.
- Socios, la compañías se constituirá con un mínimo de tres socios o un máximo de quince socios.
- Capital, estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por la Superintendencia de Compañías. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos el 50% del valor nominal de cada participación.

3.1.4.2 REQUISITOS ESCRITURA PÚBLICA DE CONSTITUCIÓN

Se requiere de los siguientes requerimientos para obtener de manera legal la escritura pública de constitución de la empresa.

- Estatutos de la empresa
- Objetivos de la empresa
- Nombres de los socios
- Identificación de los socios
- Tiempo de duración de la empresa
- Valor suscrito y pendiente
- Nombre de la razón social
- Número de socios
- Afiliación a las Cámaras
- Descripción de Activos y Pasivos

3.1.4.3 REQUISITOS PARA LA AFILIACION A LA CAMARA DE COMERCIO DE QUITO

Se debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Copia de la escritura de constitución de la compañía.
- Copia de la resolución emitida por la Superintendencia de Compañías.
- Copia de la cédula de ciudadanía del representante legal, a falta de éste, de un socio responsable de la afiliación.

3.1.4.4 TRÁMITE REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES (RUC)

El RUC constituye un instrumento cuya función consiste en registrar e identificar a los contribuyentes con fines arancelarios y proporcionar información a la administración tributaria. Están obligados a inscribirse todas las personas naturales y jurídicas, nacionales y extranjeros que inicien o realicen actividades económicas en forma permanente u ocasional.

Es necesario que la empresa obtenga su número de RUC con el principal objetivo de registrarse como contribuyente y pagar sus obligaciones tributarias con el estado, ya que la presente empresa generará ganancias, beneficios, remuneraciones sujetas a tributación.

El plazo con el que se cuenta para la inscripción es de treinta días contados a partir de la constitución o iniciación de las respectivas actividades económicas.

Los requisitos que se deberán presentar se enumeran a continuación:

- Formularios RUC-01-A y RUC-01-B suscritos por el representante legal.
- Original y copia de la escritura pública de constitución y domiciliación.

3.1.4.5 TRÁMITE CUERPO DE BOMBEROS

Se deberá llenar una solicitud de inspección, a fin de que el personal autorizado por el Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito, realice una inspección del local donde funcionará la empresa y posteriormente emita el certificado correspondiente. Para retirar el certificado del Cuerpo de Bomberos se debe presentar:

- Copia de la solicitud de inspección.
- Original y copia de la cédula de identidad.
- Original y copia de la papeleta de votación.
- Original y copia del comprobante de pago de la patente municipal.

En caso de realizarse alteraciones o cambios de uso o estado tanto del sistema de prevención de incendios como del espacio físico, se deberá comunicar al Cuerpo de Bombero a fin de que disponga las acciones pertinentes del caso.

3.1.4.6 TRÁMITE INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL

Están sujetos al Régimen del Seguro General Obligatorio los empleados privados bajo relación de dependencia, por lo tanto, constituye una obligación del empleador registrarse en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social para obtener el número patronal con el cual podrá asegurar a sus trabajadores desde el primer día de labor.

Las obligaciones y trámites pertinentes constituyen los siguientes:

- Solicitar cédula de inspección patronal.
- Enviar el “Aviso de Entrada” de cada trabajador desde el primer día de labores y/o el “Aviso de Salida”.
- Notificar al IESS las modificaciones de sueldos y salarios, de los accidentes de trabajo, de las enfermedades profesionales y demás condiciones de trabajo de los asegurados.
- Presentar cédula de identidad original y copia.
- Presentar última papeleta de votación, original y copia.

3.1.5 RAZÓN SOCIAL, LOGOTIPO Y SLOGAN

La razón social de la empresa representa la identificación de la empresa que se oferta al mercado. Con el nombre de “Mundo Trabajo” Cía. Ltda., se registrará a la Empresa en la Superintendencia de Compañías.

El nombre comercial o marca identifica el producto ante el consumidor, y lo distingue de otros que compiten con él. Si bien un mal producto nada logra con un buen nombre, un producto de calidad ve potenciada su valía a través de las asociaciones psicológicas que logra una marca adecuada.

La imagen corporativa es el punto de partida para el sistema de comunicación global que la empresa requiere para generar una identidad fuerte y reconocible en la sociedad. El registro de la empresa se hará bajo la razón social “Mundo Trabajo” Cía. Ltda. El portal web llevará el nombre de MEGAEMPLEOS.COM y estará acompañado por el eslogan: “El empleo que siempre soñaste en tus manos”.

GRÁFICO N° 21
LOGOTIPO Y SLOGAN



3.2 BASE FILOSÓFICA DE LA EMPRESA

La filosofía corporativa de la Empresa Reclutadora y Seleccionadora de Talento Humano, se basa en entregar al cliente un servicio de calidad que ayude a las empresas a elegir el personal idóneo para ocupar los cargos que se requieran, ahorrándoles de esta manera tiempo y dinero, para lo cual se debe fomentar el compromiso organizacional que se refleje tanto en sus clientes externos como internos, obteniendo una satisfacción total.

3.2.1 MISIÓN

“Es la definición de la razón de existencia y la naturaleza de un negocio.”²⁰

La misión es la razón de existir de una empresa, con lo que le permite lograr rentabilidad; los elementos clave para la elaboración de la misión son:

CUADRO N° 37
ELEMENTOS DE LA MISIÓN

NATURALEZA DEL NEGOCIO	Servicio de reclutamiento y preselección de talento humano.
RAZÓN PARA EXISTIR	Brindar a los clientes un servicio diferenciado por la calidad y agilidad en cada uno de los procesos de reclutamiento del talento humano idóneo.
MERCADO	Medianas empresas del Distrito Metropolitano de Quito.
CARACTERÍSTICA DEL SERVICIO	<ul style="list-style-type: none">➤ Preselecciona a los candidatos bajo especificaciones de la empresa para facilitar el proceso de selección.➤ Asesora en Gestión de Talento Humano.➤ Orientado a satisfacer las necesidades y expectativas del cliente referentes al reclutamiento y preselección.➤ Brinda a los clientes anuncios laborales no convencionales.
PRINCIPIOS Y VALORES	<ul style="list-style-type: none">➤ Mejoramiento continuo, creatividad y responsabilidad.

Elaborado por: La autora.

²⁰SALAZAR, Francis; *Gestión Estratégica de Negocios*; p. 151; 2007.

MISIÓN

Somos una empresa de servicios especializados en Talento Humano que facilita y agiliza procesos de reclutamiento y selección de personal idóneo que cumpla con los requisitos necesarios para cubrir las vacantes necesarias dentro de una organización trabajando con calidad, eficiencia y compromiso todos los días para satisfacer las necesidades empresariales, brindando asesorías en la materia, disminuyendo la tasa de desempleo y excediendo expectativas mediante el empleo de la creatividad, la responsabilidad y el mejoramiento continuo.

3.2.2 VISIÓN

“Futuro relativamente remoto donde la empresa se desarrolla en las mejores condiciones posibles de acuerdo a los sueños y esperanzas del director ejecutivo.”²¹

La Visión representa una imagen del futuro deseado que se busca crear mediante esfuerzos y acciones, por lo que debe ser factible alcanzarla; los elementos clave para la elaboración de la visión son:

**CUADRO N° 38
ELEMENTOS DE LA VISIÓN**

POSICIÓN EN EL MERCADO	Ser líderes en el mercado.
TIEMPO	5 años.
ÁMBITO DEL MERCADO	Nacional
SERVICIOS	Reclutamiento, preselección y asesorías.
VALORES	Compromiso, responsabilidad y trabajo en equipo.
PRINCIPIOS ORGANIZACIONALES	Mejoramiento Continuo, creatividad, rentabilidad.

²¹Andrade, S., *Planificación Estratégica*, Lima, p. 26, 2001.

VISIÓN

Ser la empresa líder en el mercado ecuatoriano de servicios de reclutamiento y preselección de talento humano, mediante la oferta de anuncios creativos que atraigan la mayor cantidad de profesionales; así como el empleo de estrategias competitivas capaces de identificar al personal idóneo que requieren las empresas.

3.2.3 ESTRATEGIA EMPRESARIAL

“La estrategia es como la suma de todas las decisiones, correctas o equivocadas, que determinan el futuro y producen resultados buenos o malos.”²²

- **ESTRATEGIAS DE DESARROLLO.-** Esta estrategia también es conocida como estrategia de ventaja competitiva. La presente empresa implementará la estrategia de liderazgo en costos, la cual consiste en superar el desempeño de los competidores generando servicios de calidad a un costo inferior, ofreciendo atención personalizada, un servicio puntual, y un sinnúmero de promociones que atraigan la atención del cliente sin ignorar la calidad de los servicios a ofrecer.
- **ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO.-** Esta estrategia se concentrará en el desarrollo del servicio, mediante la ampliación de servicios ofrecidos por las empresas competidoras, lo que ayudará a alcanzar nuevas y diversas características que permitan una mayor diferenciación y una mejor apreciación del servicio.
- **ESTRATEGIA DE COMPETENCIA.-** La estrategia que se aplicará es la de retador de mercado atacando a las empresas con condiciones similares a esta empresa considerando sus elevados precios y la insatisfacción de los clientes, centrándose en la satisfacción de sus necesidades con un servicio de calidad, precios accesibles, disponibilidad del producto, posicionamiento y tiempo de respuesta.

²²SALAZAR, Francis; *Gestión Estratégica de Negocios*; p. 184; 2007.

ESTRATEGIA EMPRESARIAL

Alcanzar el liderazgo en el mercado de servicios de e-recruitment, ofreciendo mayor eficiencia en los procesos, brindándolos a un costo inferior buscando siempre el mejoramiento continuo, generando valor agregado que permita satisfacer las necesidades y sobrepasar las exigencias del segmento de mercado.

3.2.4 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

- Incrementar los ingresos económicos mediante la mejora del servicio, a través de procesos eficientes, optimizando la inversión de los socios.
- Desarrollar un programa de capacitación especializado en atención al cliente, así como también en gestión administrativa, productiva y financiera que permita mejorar la satisfacción del cliente tanto externo como interno fortaleciendo la cultura organizacional.
- Actualizar los sistemas constantemente brindando al cliente un software más amigable e interactivo que logre su preferencia, logrando de esta forma captar y fidelizar a un mayor porcentaje de clientes.
- Optimizar al 100% todos los recursos con los que cuenta la empresa y buscar alternativas innovadoras que ayuden a recuperar la inversión realizada en el menor tiempo posible.
- Satisfacer las diferentes necesidades de los clientes potenciales al 100% desde sus inicios, ofreciendo un servicio de calidad que le permita ser reconocido y así, obtener prestigio y reconocimiento en el mercado.
- Disponer de un lugar adecuado con un buen ambiente de trabajo creando una imagen sólida y confiable de la empresa.
- Invertir eficientemente en cada uno de los recursos, para asegurar la sostenibilidad del negocio, logrando la satisfacción de los clientes e incentivar el incremento en la inversión para el crecimiento de la empresa.
- Mantener un control riguroso de los procesos que intervienen en la prestación del servicio para asegurar la calidad, la innovación, la responsabilidad y el compromiso que merece el cliente.

**CUADRO N° 39
PRE-OBJETIVOS**

NO.	EJE	FACTOR ESPECIFICO	INDICADOR	ASIGNABLE	RECURSOS	TIEMPO DE EJECUCIÓN	ACCIÓN
1	Alianzas Estratégicas	Fortalecer alianzas y buscar alternativas de negociación	No. De alianzas alcanzadas	Gerencia General	Tecnológicos Financieros Humanos	3 años	Fortalecer las alianzas estratégicas existentes.
2	Gestión Financiera	Brindar precios cómodos y ofrecer facilidades de pago	Índice de precios	Área Financiera	Tecnológicos Financieros Humanos	2 años	Diseñar un programa que reduzca costos para de esta manera brindar precios cómodos.
3	Capacitación	Crear cultura organizacional	Índice de satisfacción e incremento de clientes	Todas las áreas de la empresa	Tecnológicos Financieros Humanos	3 años	Capacitar continuamente al personal para incrementar conocimientos y fortalecer capacidades.
4	Demanda	Aprovechar la demanda creciente	Resultado de los estados financieros	Área de Ventas	Tecnológicos Financieros Humanos	2 años	Abarcar mayor porcentaje de participación en el mercado siendo flexibles.

5	Normatividad	Establecer políticas organizacionales	No. de políticas cumplidas.	Gerencia General	Tecnológicos Financieros Humanos	1 año	Cumplir con todas las disposiciones organizacionales y legales.
6	Mejora continua	Innovar continuamente el servicio	No. de ventas anuales	Todas las áreas de la empresa	Tecnológicos Financieros Humanos	1 año	Motivar continuamente al personal.
7	Gestión	Aplicar políticas de venta y postventa	No. de errores	Todas las áreas de la empresa	Tecnológicos Financieros Humanos	1 año	Mejorar la atención personalizada.
8	Posicionamiento	Aprovechar la demanda insatisfecha	No. De competidores	Gerencia General	Tecnológicos Financieros Humanos	2 años	Sacar provecho del bajo número de competidores para crecer más en el mercado.

Elaborado por: La autora.

CUADRO N° 40

OBJETIVOS

OBJETIVOS		
1	Alianzas estratégicas y ventajas	Fortalecer las alianzas estratégicas existentes y crear vínculos directos con las compañías, para otorgar y mejorar los beneficios para los clientes.
2	Posicionamiento demanda y nuevos servicios	Abarcar mayor porcentaje de participación en el mercado siendo flexibles y adaptarse al medio con los cambios y necesidades de los clientes.
3	Capacitación / Cultura organizacional	Capacitar continuamente al personal ampliando sus conocimientos y fortaleciendo sus capacidades, logrando una cultura de mejora.
4	Gestión Financiera/Sistemas especializados	Diseñar un programa que reduzca costos para de esta manera brindar precios cómodos a los clientes sin afectar la rentabilidad del negocio, aprovechando la disponibilidad de diversos software que agilitan el trabajo.

Elaborado por: La autora.

3.2.5 PRINCIPIOS Y VALORES

La empresa reclutadora de talento humano se basará en los siguientes principios y valores fundamentales para fomentar una cultura organizacional y brindar al cliente la atención que se merece, la cual marcará la diferencia ante la competencia.

- Ofrecer Servicios de Calidad: La empresa estará comprometida con todos sus clientes para brindar un servicio de calidad, elaborado bajo sistemas actualizados y procesos rigurosos para mantener la satisfacción del cliente.
- Mejoramiento Continuo: Buscar una perfección continua en todos sus procesos, desde la recepción de solicitudes, hasta la publicación del anuncio y la preselección del candidato idóneo; todo esto con el afán de un mayor crecimiento de la empresa.
- Constancia en el cumplimiento de Metas y Objetivos: Todos los miembros de la empresa estarán comprometidos a cumplir con las metas y objetivos de ésta.
- Organización y Planificación en sus Actividades: La empresa manejará sus procesos en forma clara y ordenada y una correcta programación de todas sus actividades, para el correcto funcionamiento de ésta.
- Puntualidad en la entrega del Servicio: ofrecer una atención de calidad a los clientes, ofreciendo sus productos a tiempo y de esta manera crear fidelidad con los clientes.

**CUADRO N° 41
PRINCIPIOS Y VALORES**

PRINCIPIOS	VALORES	APLICACIÓN
CULTURA ORGANIZACIONAL	CONFIANZA	Plena seguridad en los principios morales de los empleados.
	LEALTAD	Promulgar y defender preceptos éticos de la empresa, con un sólido sentido de pertenencia.
	RESPONSABILIDAD	Todos los empleados tienen conciencia de la importancia de cumplir cabalmente con las tareas que les son asignadas.
TRANSPARENCIA EN LAS ACCIONES	JUSTICIA	Equidad en la solución de problemas internos.
	HONESTIDAD	Sentido crítico y constructivo, para hacer observaciones y sugerencias que permitan mejorar el desempeño colectivo.
MEJORAMIENTO CONTINUO	CREATIVIDAD	Intercambio de nuevas ideas, para el mejoramiento en la operación de la empresa.
	INNOVACIÓN	Creación continúa de nuevos proyectos y mejoramiento de los diseños tradicionales, de acuerdo con los requerimientos de los clientes.
TRABAJO EN EQUIPO	RESPECTO	Unión de fuerzas y conocimientos, que den cumplimiento a los objetivos de la empresa y solución a los problemas de los clientes. Valorar y mantener relaciones cordiales con los compañeros de trabajo, proveedores y clientes.

Elaborado por: La autora.

3.2.6 ANÁLISIS ORGANIZACIONAL

El presente análisis constituye una herramienta fundamental para identificar la situación de la empresa, y en función de esto tomar decisiones de acuerdo con los objetivos formulados anteriormente. A continuación se analizan las fortalezas y debilidades competitivas que posee la empresa tanto a nivel interno como las oportunidades y amenazas a nivel externo dentro del mercado en el que se va a competir.

ANALISIS FODA

3.2.7.1 FORTALEZAS

- Se ofrece un servicio tanto de reclutamiento como de preselección de talento humano; ésta constituye la principal razón que nos diferencia de la competencia.
- La empresa efectúa trabajos de mayor calidad a un precio mucho más económico del que ofrece la competencia.
- Al desarrollar la empresa por medio del internet, los costos disminuyen significativamente, por lo que representa un proyecto de baja inversión.
- Se cuenta con profesionales altamente capacitados a un costo menor a diferencia de los países desarrollados.
- El mercado al cual se dirigirá la empresa se encuentra identificado, por lo que se entiende las necesidades de los clientes y se puede adaptar rápidamente a los cambios de la demanda.
- No existe una gran cantidad de competidores, lo cual no dificulta el ingreso al mercado.
- Constituye un proyecto de bajo riesgo.
- El servicio al cliente es personalizado.
- Adecuada estructura que ofrece comodidad a los clientes.
- La localización de la empresa es estratégica dado que en el sector existen varias empresas que pueden convertirse en potenciales clientes.
- Toma de decisiones en forma conjunta y participativa.
- Programas y sistemas especializados y eficientes.

3.2.7.2 DEBILIDADES

- Falta de experiencia en el mercado, y se va a competir con empresas que si bien no ofrecen un valor agregado para el cliente, cuentan con años de experiencia en el mercado del e-recruitment.
- No se tiene difusión del plan estratégico.
- No se utilizan reglamentos.
- Falta de negociación con grandes clientes corporativos.
- Falta de seguimiento en las metas y objetivos propuestos.
- Delegación de funciones incompleta.
- Falta de incentivos a clientes frecuentes.

3.2.7.3 OPORTUNIDADES

- Competencia débil en la zona de influencia del proyecto.
- Mercado atendido dispuesto a pagar por un servicio de calidad.
- Gran parte del mercado del e-recruitment no está cubierto.
- Apertura de préstamos bancarios de manera oportuna.
- Existen múltiples proveedores de internet.
- La página cuenta con un valor agregado frente a la competencia.
- Crecimiento de la demanda de servicios por internet.
- Mejores estándares de servicio de la competencia.

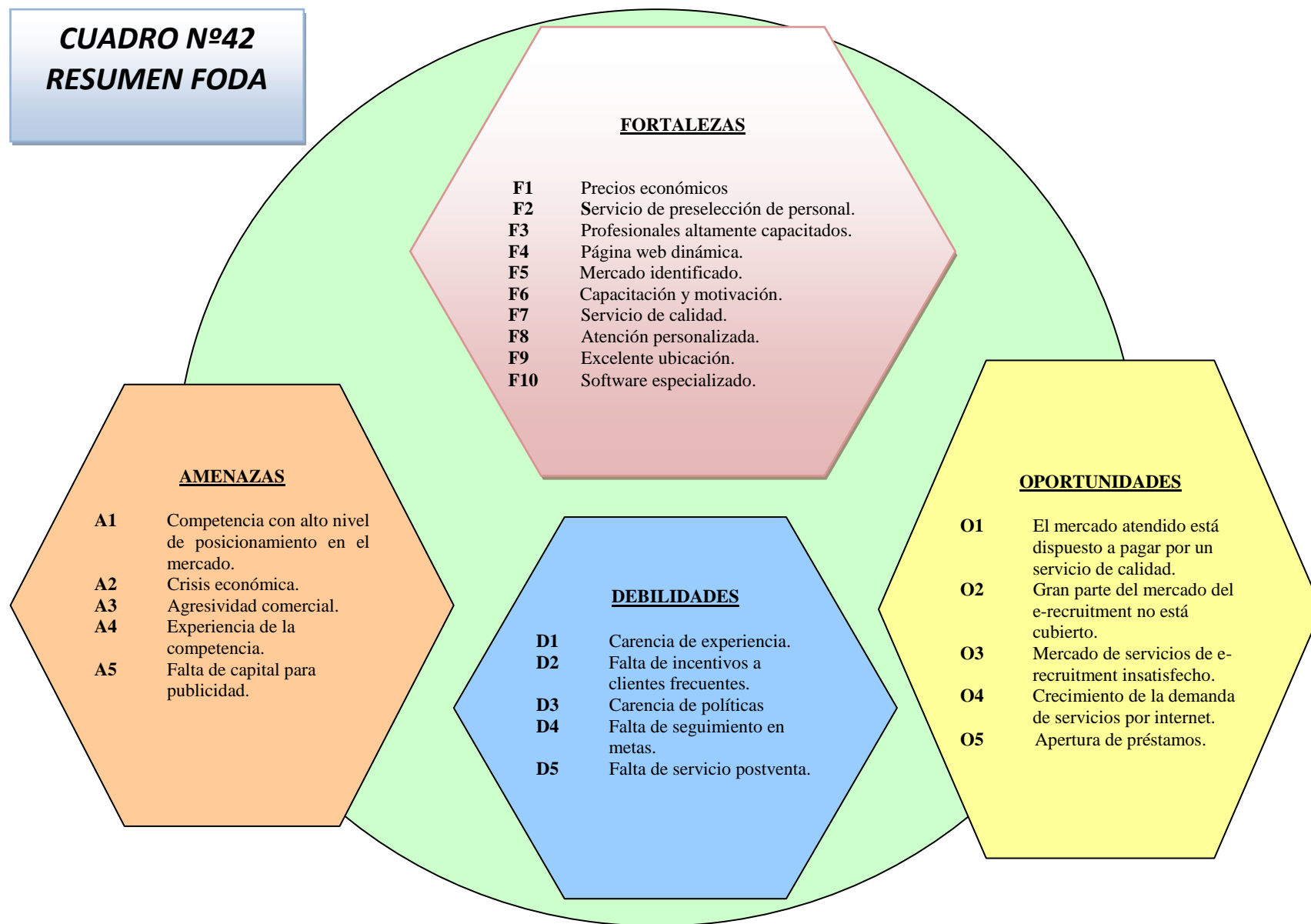
3.2.7.4 AMENAZAS

- La crisis económica por la que atraviesa el país, es un factor que limita el desarrollo de las microempresas.
- La competencia puede reducir sus precios para atraer nuevos clientes pues cuentan ya con clientes fijos.
- Agresividad comercial de la competencia.
- Competidores que afectan a la rentabilidad y crecimiento del sector.
- Falta de capital para invertir en publicidad.
- Experiencia de competidores en el mercado.

3.2.7.5 ACCIONES A TOMAR

- Publicar los anuncios a tiempo.
- Explotar el mercado del e-recruitment.
- Mejorar el servicio e innovar continuamente.
- Aprovechar el crecimiento de la demanda de servicios por internet y satisfacer las necesidades adecuadamente.
- Mejorar el servicio con transparencia y solidez.
- Realizar seguimientos continuos de competidores potenciales.
- Buscar alternativas para brindar precios cómodos y convenientes.
- Crear y aplicar con eficiencia las políticas de venta, visitas y seguimiento, y controlar que se cumplan las metas y objetivos.
- Controlar que se cumplan las metas y objetivos propuestos.
- Fortalecer alianzas con el proveedor de internet.
- Aprovechar la experiencia laboral de los empleados y continuar con capacitaciones constantes.
- Motivar al recurso humano de la empresa.
- Aprovechar al máximo los programas especializados con que se cuenta.
- Ofrecer nuevas alternativas de servicios que permitan la generación de mayores ingresos.
- Motivar al personal a poner en práctica las políticas y reglamentos de la empresa.

**CUADRO N°42
RESUMEN FODA**



Elaborado por: Autora

CUADRO N° 43 ESTRATEGIAS DE MAXIMIZACIÓN DE FORTALEZAS Y OPORTUNIDADES

INTERNAS EXTERNAS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
OPORTUNIDADES	<p>FO (Maxi-Maxi) Estrategia para maximizar tanto las F como las O.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar una capacitación permanente del equipo de acuerdo a la tendencia del mercado. 2. Dar apertura a nuevas estrategias de captación de clientes. 3. Inversión continua en equipos tecnológicos y compra de software. 	<p>DO (Mini-Maxi) Estrategia para minimizar las D y maximizar las O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Implementar herramientas claves de publicidad. 2. Capacitar al personal en atención al cliente. 3. Incentivar al equipo de trabajo fomentando seguridad laboral y desarrollo profesional en la empresa. 4. Identificar y resolver los cuellos de botella en los procesos de facturación. 5. Implementar un servicio postventa.
AMENAZAS	<p>FA (Maxi-Mini) Estrategia para maximizar las F y minimizar las A.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ofrecer nuevos servicios para satisfacer a la demanda insatisfecha. 2. Buscar nuevos puntos estratégicos para la fidelización de los clientes. 3. Implementar herramientas de promoción que mejoren el posicionamiento de la empresa. 	<p>DA (Mini-Mini) Estrategia para minimizar tanto las D como las A.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Controlar las estrategias de marketing con las que cuenta la competencia. 2. Implementar, ejecutar y controlar un plan de marketing y el cumplimiento de los objetivos marcados por la directiva de la empresa.

Elaborado por: La autora.

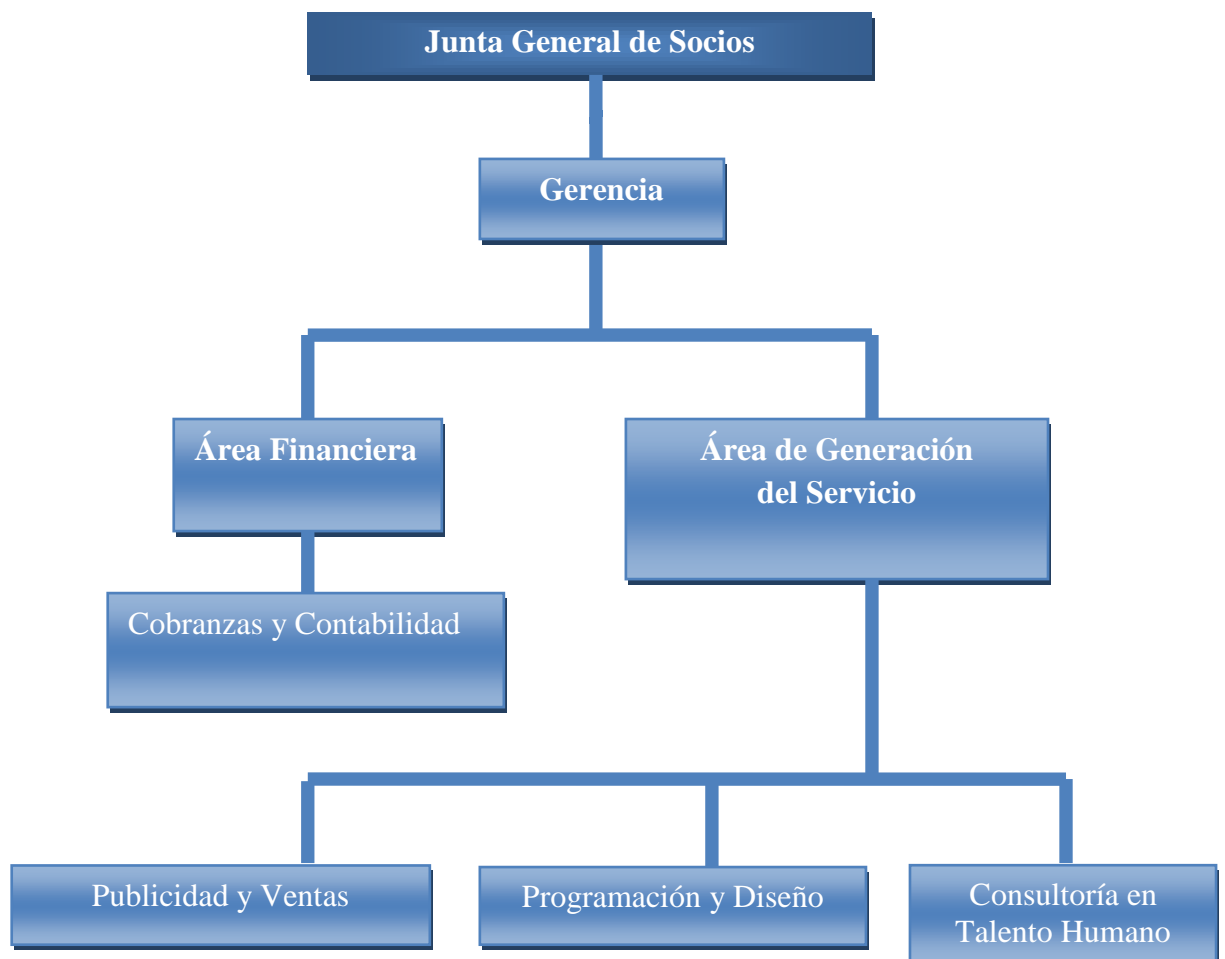
3.3 LA ORGANIZACIÓN

“Organización es la estructuración técnica de las relaciones que deben existir entre las funciones, niveles y actividades de los elementos humanos y materiales de un organismo social, con el fin de lograr máxima eficiencia en la realización de planes y objetivos señalados con anterioridad.”²³

La organización cumple con la función de vincular las actividades productivas, el personal y las áreas de trabajo como un sistema eficiente en función de objetivos.

3.3.1 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

El organigrama estructural representa el esquema básico de una organización, lo cual permite conocer sus unidades administrativas y la relación de dependencia que existe entre ellas.

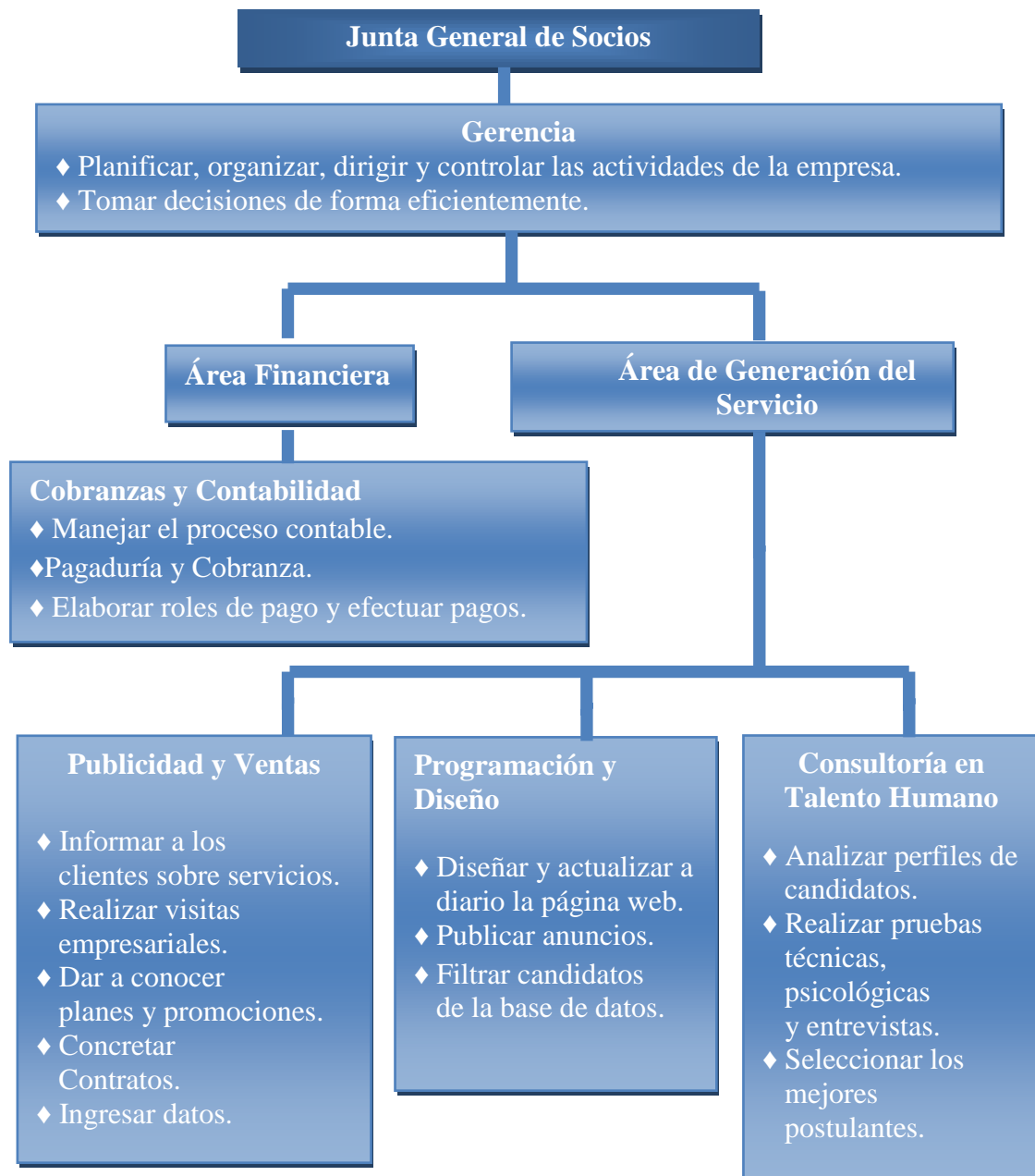


²³ FRANKLIN, Benjamín; *Organización y métodos un enfoque competitivo*; Mc Graw Hill; México.

3.3.2 ORGANIGRAMA FUNCIONAL

“Incluyen en el diagrama de organización, además de las unidades y sus interrelaciones, las principales funciones que tienen asignadas las unidades”²⁴.

Así se presenta el organigrama funcional de la empresa:



²⁴ INTERNET, http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/organigramas

ESTUDIO FINANCIERO

4.1 Presupuestos

“Los presupuestos son planes de acción dirigidos a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que, deben cumplirse en un determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas”.²⁵

4.1.1 Presupuesto de Inversión

El presupuesto de inversión es el monto de dinero que se necesita para el funcionamiento de la empresa, en sí, representa el dinero que se utiliza para adquirir los activos fijos, intangibles y capital de trabajo necesario para poner en marcha el proyecto.

4.1.2 Activos Fijos

“Las inversiones en activos fijos son todas aquellas que se realizan en los bienes tangibles que se utilizarán en el proceso de transformación de los bienes o que sirvan de apoyo a la operación normal del proyecto”.²⁶

Se entienden como activos fijos o tangibles, a los bienes de propiedad de la empresa, tales como: terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos de transporte y otros.

A continuación se detallan los activos fijos necesarios para el funcionamiento de la empresa:

CUADRO N° 44
ACTIVOS FIJOS

CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
MUEBLES DE OFICINA				
Área Administrativa				
Estación de Trabajo	Unidad	2	170	340
Archivador	Unidad	1	60	60
Silla Ejecutiva	Unidad	2	50	100
Sillas	Unidad	15	35	525
Mesa de Reuniones	Unidad	1	189	189

²⁵ INTERNET, <http://www.monografias.com/trabajos3/presupuestos/presupuestos.shtml>

²⁶ SAPAG CHAIN, N. & SAPAG CHAIN, R; Op. Cit. p. 260.

Sillones de Espera	Unidad	1	600	600
Área de Ventas				
Estación de Trabajo	Unidad	5	170	850
Archivador	Unidad	1	60	60
Silla Ejecutiva	Unidad	5	50	250
Área de Procesamiento de la Información				
Estación de Trabajo	Unidad	7	170	1.190
Aparador	Unidad	1	150	150
Archivador	Unidad	2	60	120
Silla Ejecutiva	Unidad	7	50	350
Subtotal				4.784
EQUIPO DE OFICINA				
Área Administrativa				
Teléfono Inalámbrico	Unidad	2	33	66
Televisor LCD	Unidad	1	600	600
Área de Ventas				
Teléfono Inalámbrico	Unidad	5	33	165
Área de Procesamiento de la Información				
Teléfono Inalámbrico	Unidad	7	33	231
Televisor LCD	Unidad	1	600	600
Minicomponente	Unidad	1	275	275
Subtotal				1.937
EQUIPO DE CÓMPUTO				
Área Administrativa				
Portátil ASPIRE 4332	Unidad	2	525	1.050
Impresora SAMSUNG LASER	Unidad	1	178	178
Área de Ventas				
Portátil DELL 1440	Unidad	5	800	4.000
Área de Procesamiento de la Información				
Portátil DELL 1440	Unidad	5	800	4.000
Desktop Acer Veriton	Unidad	2	709	1.418
Impresora SAMSUNG LASER	Unidad	1	178	178
Servidor HP	Unidad	1	1.906	1.906
Subtotal				12.730
Área de Ventas				
Vehículos	Unidad	1	9.990	9.990
Subtotal				9.990
Subtotal Activos Fijos Área Administrativa				3.708
Subtotal Activos Fijos Área de Ventas				15.315
Subtotal Activos Fijos Área Producción y Servicio				10.418
TOTAL INVERSION ACTIVOS FIJOS				29.441

Fuente: Anexo J Tamaño 3

Elaborado por: La autora.

4.1.1.2 Activos Intangibles

“Los activos intangibles son aquellas inversiones que se necesitan para la constitución y los derechos adquiridos para la iniciación del proyecto”²⁷. Constituyen inversiones intangibles sujetas a amortizar. A continuación se detallan los activos intangibles del proyecto.

CUADRO N° 45
PRESUPUESTO DE INVERSIÓN ACTIVOS INTANGIBLES

CONCEPTO	INVERSIÓN
Gastos de Constitución	2.000,00
Afiliación a la Cámara de Comercio	269,04
Publicidad	3.910,00
Licencia Microsoft Corporativa	5.503,68
Diseño página web	4.000,00
Instalación de Sistema	1.500,00
TOTAL	17.182,72

Fuente: Anexo J Tamaño 3

Elaborado por: La autora.

4.1.1.3 Capital de Trabajo

Según Weston John Freed, en su obra *Fundamentos de Administración Financiera*, manifiesta que el capital de trabajo son aquellos recursos financieros que requiere el proyecto para atender las operaciones de producción y comercialización de bienes o servicios, y contempla el monto de dinero que se precisa para dar inicio al ciclo productivo del proyecto en su fase de funcionamiento. En otras palabras es el capital adicional con el que se debe contar para que comience a funcionar el proyecto.

Para el cálculo del capital de trabajo se utilizó el Método de Período de Desfase, el cual define la cantidad de recursos necesarios para

²⁷ SAPAG CHAIN, N. & SAPAG CHAIN, R; Op. Cit. p.158

financiar la totalidad de los costos de operación durante el lapso comprendido desde que se inician los desembolsos hasta que se recuperan los fondos a través de la cobranza de los ingresos generados por la venta.

Se debe mencionar que la Empresa Reclutadora y Seleccionadora de Talento Humano, ha considerado un ciclo productivo de 20 días puesto que en estos días se realizará el proceso de reclutamiento y preselección de personal y se considerará un ciclo de financiamiento.

El cálculo del capital de trabajo (CT), se determina por la siguiente fórmula:

$$\text{Capital de Trabajo} = \frac{\text{Costo Total de Producir}}{365} * \text{Días Ciclo Productivo}$$

$$\text{Capital de Trabajo} = \frac{176.740,30}{365} * 20$$

$$\text{Capital de Trabajo Total} = \text{Capital de Trabajo} * \text{Ciclo a financiar}$$

$$\text{Capital de Trabajo Total} = 9.684,40 * 1 \text{ ciclo}$$

$$\text{Capital de Trabajo Total} = 9.684,40$$

En el siguiente cuadro se presenta el presupuesto de inversión del capital de trabajo para el presente proyecto:

CUADRO N° 46
CAPITAL DE TRABAJO

(+) Costos Producción Anuales	105.974,80
(+) Costos Administrativos Anuales	24.780,50
(+) Costos Ventas Anuales	45.985,00
(=) Costos Total de Producción	176.740,30
Ciclo Productivo	20 días
CAPITAL DE TRABAJO	<u>Costo Total de Producir</u> * Ciclo Productivo 365 días
CAPITAL DE TRABAJO	9.684,40
Ciclos a Financiar	1 ciclo
CAPITAL DE TRABAJO TOTAL	Capital de Trabajo x Ciclos a financiar
CAPITAL DE TRABAJO TOTAL	\$9.684,40

Fuente: Anexo J Tamaño 3

Elaborado por: La autora

4.1.1.4 Resumen de Inversiones Iniciales

En la siguiente tabla se presenta un resumen de las inversiones iniciales:

CUADRO N° 47
RESUMEN DE INVERSIONES INICIALES

CONCEPTO	INVERSIÓN
ACTIVOS FIJOS	29.441,00
ACTIVOS INTANGIBLES	17.182,72
CAPITAL DE TRABAJO	9.684,40
TOTAL INVERSION INICIAL	56.308,12

Fuente: Anexo J Tamaño 3

Elaborado por: La autora.

4.1.2 Cronograma de Reinversiones

Para el cronograma de reinversiones se considera la vida útil de los activos fijos, y de esa forma poder realizar las reinversiones necesarias. Así se detalla el cronograma de reinversión:

CUADRO N° 48
CRONOGRAMA DE REINVERSIONES

AÑOS		0	3
Muebles de Oficina		4.784	
Administrativa	Estación de Trabajo	340	
	Archivador	60	
	Silla Ejecutiva	100	
	Sillas	525	
	Mesa de Reuniones	189	
	Sillones de Espera	600	
Ventas	Estación de Trabajo	850	
	Archivador	60	
	Silla Ejecutiva	250	
Producción de Servicio	Estación de Trabajo	1.190	
	Aparador	150	
	Archivador	120	
	Silla Ejecutiva	350	
Equipo de Oficina		1.937	
Administrativa	Teléfono Inalámbrico	66	
	Televisor LCD	600	
Ventas	Teléfono Inalámbrico	165	
Producción de Servicio	Teléfono Inalámbrico	231	
	Televisor LCD	600	
	Minicomponente	275	
Equipo de Computo		12.730	12.730
Administrativa	Portátil ASPIRE 4332	1.050	1.050
	Impresora SAMSUNG LASER	178	178
Ventas	Portátil DELL 1440	4.000	4.000
Producción de Servicio	Portátil DELL 1440	4.000	4.000
	Desktop Acer Veriton	1.418	1.418
	Impresora SAMSUNG	178	178
	Servidor HP	1.906	1.906
	Vehículos	9.990	
Ventas	Vehículos	9.990	
TOTAL		29.441	12.730

Fuente: Anexo J Tamaño 3

Elaborado por: La autora.

4.1.3 Presupuestos de Operación

Presupuesto de Ingresos

Este presupuesto está conformado por todos los ingresos que se espera generar durante un año financiero.

4.1.3.1 Presupuesto de Ingresos Operacionales

Para la elaboración del presupuesto de ingresos del proyecto se consideró el número de contratos que se atenderán al año y el pago por el servicio, como se muestra en la tabla siguiente:

CUADRO N° 49
PRESUPUESTO DE INGRESOS

CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Demanda Insatisfecha	806	832	858	885	913
% de Atención	0,70	0,70	0,70	0,70	0,70
Atención anual	564	582	601	620	639
Precio	365	365	365	365	365
TOTAL INGRESOS	205.872	212.580	219.288	226.228	233.167

Fuente: Anexo J Tamaño 3

Elaborado por: La autora.

4.1.3.1.2 Presupuesto de Otros Ingresos

El grupo de los otros ingresos lo constituyen la venta de activos lo cual se detallan a continuación:

CUADRO N° 50
PRESUPUESTO DE OTROS INGRESOS VENTA DE ACTIVOS

TIPO DE ACTIVO	Valor de adquisición	Vida útil (años)	Años	
			3	5
Muebles de Oficina	4.784,00	10	0	2.631,20
Equipo de Oficina	1.937,00	10	0	1.065,35
Equipo de Cómputo	12.730,00	3	1.273,00	5.092,00
Vehículos	9.990,00	5	0	1.998,00
TOTAL	29.441,00		1.273,00	10.786,55

Fuente: Anexo J Tamaño 3

Elaborado por: La autora.

CUADRO N°51 VENTA DE ACTIVOS Tipo de activo	Valor de adquisición	Vida útil	Valor Residual	Años					
				0	1	2	3	4	5
Muebles de Oficina	4.784	10	0,1	0	0	0	0	0	2.631,20
Estación de Trabajo	340	10	0,1	0	0	0	0	0	187,00
Archivador	60	10	0,1	0	0	0	0	0	33,00
Silla Ejecutiva	100	10	0,1	0	0	0	0	0	55,00
Sillas	525	10	0,1	0	0	0	0	0	288,75
Mesa de Reuniones	189	10	0,1	0	0	0	0	0	103,95
Sillones de Espera	600	10	0,1	0	0	0	0	0	330,00
Estación de Trabajo	850	10	0,1	0	0	0	0	0	467,50
Archivador	60	10	0,1	0	0	0	0	0	33,00
Silla Ejecutiva	250	10	0,1	0	0	0	0	0	137,50
Estación de Trabajo	1.190	10	0,1	0	0	0	0	0	654,50
Aparador	150	10	0,1	0	0	0	0	0	82,50
Archivador	120	10	0,1	0	0	0	0	0	66,00
Silla Ejecutiva	350	10	0,1	0	0	0	0	0	192,50
Equipo de Oficina	1.937	10	0,1	0	0	0	0	0	1.065,35
Teléfono Inalámbrico	66	10	0,1	0	0	0	0	0	36,30
Televisor LCD	600	10	0,1	0	0	0	0	0	330,00
Teléfono Inalámbrico	165	10	0,1	0	0	0	0	0	90,75
Teléfono Inalámbrico	231	10	0,1	0	0	0	0	0	127,05
Televisor LCD	600	10	0,1	0	0	0	0	0	330,00
Minicomponente	275	10	0,1	0	0	0	0	0	151,25
Equipo de Cómputo	12.730	3	0,1	0	0	0	1273,00	0	5.092,00
Portátil ASPIRE 4332	1.050	3	0,1	0	0	0	105,00	0	420,00
Impresora SL	178	3	0,1	0	0	0	17,80	0	71,20
Portátil DELL 1440	4.000	3	0,1	0	0	0	400,00	0	1.600,00
Portátil DELL 1440	4.000	3	0,1	0	0	0	400,00	0	1.600,00
Desktop Acer Veriton	1.418	3	0,1	0	0	0	141,80	0	567,20
Impresora SL	178	3	0,1	0	0	0	17,80	0	71,20
Servidor HP	1.906	3	0,1	0	0	0	190,60	0	762,40
Vehículos	9.990	5	0,2	0	0	0	0	0	1.998,00
TOTAL	29.441			0	0	0	1.273,00	0	10.786,55

4.1.3.2 Presupuesto de Egresos

El presupuesto de egresos presenta todos los costos y gastos que la empresa incurre al realizar sus actividades operacionales. A los costos y gastos se los agrupa en costos variables, costos fijos, y a los gastos en administrativos y de ventas. En el siguiente cuadro se aprecia el presupuesto de los egresos totales:

4.1.3.2.1 Costos de Producción

Para la empresa se consideran como costos de producción del servicio los siguientes ítems necesarios para realizar las respectivas actividades de reclutamiento y preselección:

CUADRO N° 52
PRESUPUESTO DE COSTOS DEL SERVICIO

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANT.	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL ANUAL
MANO DE OBRA DIRECTA				
Programadores de páginas web	Hombre/mes	2	714,78	17.154,7
Analistas de RR.HH	Hombre/mes	4	835,26	40.092,6
COSTOS DIRECTOS				
Internet	Mensual	12	2715	32.580
Energía eléctrica	Mensual	12	90	1.080
Arriendo hosting y dominio	Mensual	12	100	1.200
MANO DE OBRA INDIRECTA				
Jefe De Producción	Supervisor/mes	1	925,63	11.107,5
COSTOS INDIRECTOS				
Depreciaciones	Mensual	12	209,42	2.513,04
Otros servicios básicos	Mensual	12	230	2.760
TOTAL				108.487,84

Fuente: Anexo J Tamaño 3

Elaborado por: La autora.

CUADRO N° 53
CÁLCULO DE MANO DE OBRA DE PRODUCCIÓN DEL SERVICIO

CARGO	NO. DE PERSONAS	INGRESO MENSUAL	13 SUELDO	14 SUELDO	IESS 12,15%	TOTAL MES	VALOR TOTAL MES	VALOR TOTAL ANUAL
MANO DE OBRA DIRECTA								
Programador	2	575	47,92	22	69,86	714,78	1.429,50	17.154,70
Analista	4	675	56,25	22	82,01	835,26	3341,1	40.092,60
MANO DE OBRA INDIRECTA								
Jefe de producción	1	750	62,5	22	91,13	925,63	925,63	11107,5

Elaborado por: La autora.

4.1.3.2.2 Gastos Administrativos y de Ventas

Los costos administrativos y de ventas incluyen mano de obra indirecta, materiales e insumos de oficina, servicios básicos, gastos de mantenimiento, y publicidad y promoción. En este grupo se encuentran todos los gastos administrativos que se necesitan para la entrega del servicio, conforme se presenta en la siguiente tabla:

CUADRO N° 54
PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

Unidad de Medida	Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Sueldos				
Gerente	mes / hombre	12	1.046,11	12.553,30
Contador	mes / hombre	12	503,93	6.047,20
Subtotal Gasto Administrativo				18.600,50
Suministros de Oficina	Mes	12	30	360,00
Agua	Mes	12	20	240,00
Teléfono	Mes	12	75	900,00
Luz	Mes	12	30	360,00
Arriendo	Mes	12	360	4.320,00
Depreciaciones	Mes	12	49	591,60
Amortizaciones	Mes	12	286	3.436,54
Subtotal Gasto Administrativo				10.208,14
Total Gasto Administrativo				28.808,64

Fuente: Anexo J Tamaño 3

Elaborado por: La autora.

CUADRO N° 55
CÁLCULO DE MANO DE OBRA ADMINISTRATIVA

CARGO	NO. DE PERSONAS	INGRESO MENSUAL	13 SUELDO	14 SUELDO	IESS 12,15%	TOTAL MES	VALOR TOTAL MES	VALOR TOTAL ANUAL
ÁREA ADMINISTRATIVA								
Gerente	1	850	70,83	22	103,28	1.046,10	1.046,11	12.553,30
Contador	1	400	33,33	22	48,6	503,93	503,93	6.047,20

Fuente: Anexo J Tamaño 3

Elaborado por: La autora.

CUADRO N° 56
PRESUPUESTO DE GASTOS DE VENTA

Unidad de Medida	Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Sueldos				
Vendedores	mes / hombre	5	624,42	37.465,00
Subtotal Gasto Venta				37.465,00
Suministros de Oficina	Mes	12	30	360,00
Combustible	Mes	12	70	840,00
Publicidad	Mes	12	550	6.600,00
Otros servicios básicos	Mes	12	60	720,00
Depreciaciones	Mes	12	243	2.917,65
Subtotal Gasto Venta				11.437,65
Total Gasto Venta				48.902,65

Fuente: Anexo J Tamaño 3

Elaborado por: La autora.

CUADRO N° 57
CÁLCULO DE MANO DE OBRA DE VENTA

CARGO	NO. DE PERSONAS	INGRESO MENSUAL	13 SUELDO	14 SUELDO	IESS 12,15%	TOTAL MES	VALOR TOTAL MES	VALOR TOTAL ANUAL
ÁREA DE VENTAS								
Vendedores	5	500	41,67	22	60,75	624,42	3.122,08	37.465

Fuente: Anexo J Tamaño 3

Elaborado por: La autora.

4.1.3.3 Depreciaciones

La depreciación es la pérdida contable de valor promedio de un activo fijo por año transcurrido. Para efectos de la depreciación de los activos fijos del proyecto, se utilizó el Método Lineal el cual admite que la depreciación es una función constante del tiempo y que las causas que la provocan tienen efectos continuos y homogéneos. La fórmula del método es la siguiente:

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{Valor Total} - \text{Valor Residual}}{\text{Vida Útil}}$$

A continuación se presenta el cuadro de la depreciación anual de los activos fijo:

CUADRO N° 58
RESUMEN DEPRECIACIONES

Tipo de Activo	Valor de adquisición	Vida útil (años)	Años				
			1	2	3	4	5
Muebles de Oficina	4.784,00	10	430,56	430,56	430,56	430,56	430,56
Equipo de Oficina	1.937,00	10	174,33	174,33	174,33	174,33	174,33
Equipo de Computo	12.730,00	3	3.819,00	3.819,00	3.819,00	3.819,00	3.819,00
Vehículos	9.990,00	5	1.598,40	1.598,40	1.598,40	1.598,40	1.598,40
TOTAL	29.441,00		6.022,29	6.022,29	6.022,29	6.022,29	6.022,29

Fuente: Anexo J Tamaño 3

Elaborado por: La autora

CUADRO N° 59 DEPRECIACIONES	Tipo de activo	Valor de adquisición	Vida útil	Valor Residual	Años				
					1	2	3	4	5
Muebles de Oficina		4.784	10	0,10	430,56	430,56	430,56	430,56	430,56
Administrativa	Estación de Trabajo	340	10	0,10	30,60	30,60	30,60	30,60	30,60
	Archivador	60	10	0,10	5,40	5,40	5,40	5,40	5,40
	Silla Ejecutiva	100	10	0,10	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00
	Sillas	525	10	0,10	47,25	47,25	47,25	47,25	47,25
	Mesa de Reuniones	189	10	0,10	17,01	17,01	17,01	17,01	17,01
	Sillones de Espera	600	10	0,10	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00
Ventas	Estación de Trabajo	850	10	0,10	76,50	76,50	76,50	76,50	76,50
	Archivador	60	10	0,10	5,40	5,40	5,40	5,40	5,40
	Silla Ejecutiva	250	10	0,10	22,50	22,50	22,50	22,50	22,50
Producción de Servicio	Estación de Trabajo	1.190	10	0,10	107,10	107,10	107,10	107,10	107,10
	Aparador	150	10	0,10	13,50	13,50	13,50	13,50	13,50
	Archivador	120	10	0,10	10,80	10,80	10,80	10,80	10,80
	Silla Ejecutiva	350	10	0,10	31,50	31,50	31,50	31,50	31,50
Equipo de Oficina		1.937	10	0,10	174,33	174,33	174,33	174,33	174,33
Administrativa	Teléfono Inalámbrico	66	10	0,10	5,94	5,94	5,94	5,94	5,94
	Televisor LCD	600	10	0,10	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00
Ventas	Teléfono Inalámbrico	165	10	0,10	14,85	14,85	14,85	14,85	14,85
Producción de Servicio	Teléfono Inalámbrico	231	10	0,10	20,79	20,79	20,79	20,79	20,79
	Televisor LCD	600	10	0,10	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00
	Minicomponente	275	10	0,10	24,75	24,75	24,75	24,75	24,75
Equipo de Cómputo		12.730	3	0,10	3.819,00	3.819,00	3.819,00	3.819,00	3.819,00
Administrativa	Portátil ASPIRE 4332	1.050	3	0,10	315,00	315,00	315,00	315,00	315,00
	Impresora SAMSUNG LASER	178	3	0,10	53,40	53,40	53,40	53,40	53,40
Ventas	Portátil DELL 1440	4.000	3	0,10	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Producción de Servicio	Portátil DELL 1440	4.000	3	0,10	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
	Desktop Acer Veriton	1.418	3	0,10	425,40	425,40	425,40	425,40	425,40
	Impresora SAMSUNG LASER	178	3	0,10	53,40	53,40	53,40	53,40	53,40
	Servidor HP	1.906	3	0,10	571,80	571,80	571,80	571,80	571,80
Ventas	Vehículos	9.990	5	0,20	1.598,40	1.598,40	1.598,40	1.598,40	1.598,40
TOTAL		29.441			6.022,29	6.022,29	6.022,29	6.022,29	6.022,29

4.1.3.4 Amortizaciones

La amortización es la disminución gradual de cualquier deuda durante un período de tiempo, que se la realiza a los activos intangibles. El método que se utilizó fue el método lineal o cuotas fijas que supone que el activo intangible se amortiza de modo homogéneo y consiste en distribuir el costo de adquisición del activo entre sus años de vida útil estimada en cinco años. A continuación se presenta el cuadro de amortización de activos intangibles:

$$\text{Amortización} = \frac{\text{Valor Total}}{\text{Vida Útil}}$$

CUADRO N° 60
AMORTIZACIONES

Descripción	Valor	Años				
		1	2	3	4	5
Gastos de Constitución	2.000,00	400	400	400	400	400
Afiliación CCQ	269,04	53,81	53,81	53,81	53,81	53,81
Publicidad	3.910,00	782	782	782	782	782
Licencia Microsoft	5.503,68	1.100,7	1.100,7	1.100,7	1.100,7	1.100,7
Diseño página web	4.000,00	800	800	800	800	800
Instalación Sistema	1.500,00	300	300	300	300	300
TOTAL	17.182,7	3.436,5	3.436,54	3.436,54	3.436,54	3.436,5

Fuente: Anexo J Tamaño 3

Elaborado por: La autora.

4.1.3.5 Estructura de Financiamiento

La estructura de financiamiento para el proyecto proviene de dos fuentes básicas: las fuentes internas o recursos propios y los recursos de terceros o fuentes externas. Los recursos propios serán captados de tres accionistas que disponen de un capital propio de \$33.000 de la inversión inicial total, mientras que el financiamiento se originará de un préstamo con la Corporación Financiera Nacional, por un monto de \$23.308,12 del cual el 42% se lo destinará para capital de trabajo y el 58% del crédito se lo destinará para activos fijos, el préstamo se fijará con una tasa de interés del 10,5 % a un plazo de cinco años. A continuación presenta el cuadro con la estructura de financiamiento del proyecto:

CUADRO N° 61
ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

Financiamiento	41%	23.308,12
Capital Propio	59%	33.000,00
Total Inversión	100%	56.308,12

Fuente: Anexo J Tamaño 3

Elaborado por: La autora.

La Corporación Financiera Nacional aprobará el crédito y financiará el proyecto, bajo las siguientes condiciones:

CUADRO N° 62
INFORMACIÓN PARA EL CRÉDITO

CRÉDITO DIRECTO	
DESTINO	-Activo Fijos tales como maquinarias, equipo, fomento agrícola y semoviente. -Capital de Trabajo: Adquisición de materia prima, insumos, materiales directos e indirectos, pago de mano de obra, etc. -Asistencia Técnica
BENEFICIARIO	-Personas naturales y jurídicas.
MONTO	-Hasta el 70% para proyectos nuevos. -El monto máximo será definido de acuerdo a la metodología de riesgos de la CFN.
PLAZO	-Activo Fijo: hasta 10 años. -Capital de Trabajo: hasta 3 años. -Asistencia Técnica: hasta 3 años.
TASAS DE INTERÉS	-Capital de trabajo: 10.5% -Activos Fijos: *10.5% hasta 5 años. *11% hasta 10 años.
GARANTÍA	Negociada entre la CFN y el cliente; de conformidad con lo dispuesto en la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero a satisfacción de la Corporación Financiera Nacional. La CFN se reserva el derecho de aceptar las garantías de conformidad con los informes técnicos pertinentes.

Fuente: Corporación Financiera Nacional

Elaborado por: La autora.

Para el préstamo que se obtendrá de la CFN, será necesario realizar la tabla de amortización empleando el método de amortización de cuotas fijas. A continuación se presenta la tabla de amortización del préstamo y los valores que se deben cancelar anualmente:

DATOS	
Valor Préstamo	23.308,12
Tasa de Interés	10,5
Plazo	5 años

CUADRO N° 63
TABLA DE AMORTIZACIÓN – PRÉSTAMO CFN

TABLA DE AMORTIZACION DEL PRÉSTAMO				
Período	Saldo Deuda	Cuota	Interés	Amortización
1	23.308,12	6.227,36	2.447,35	3.780,01
2	19.528,11	6.227,36	2.050,45	4.176,91
3	15.351,21	6.227,36	1.611,88	4.615,48
4	10.735,73	6.227,36	1.127,25	5.100,11
5	5.635,62	6.227,36	591,74	5.635,62

Fuente: Anexo J Tamaño 3

Elaborado por: La autora.

4.1.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es la cantidad de producción con la que los ingresos totales igualan a los costos totales; es decir, con la que la utilidad de operación es cero.²⁸ Para establecer el punto de equilibrio se deben determinar el precio, los costos fijos y variables totales con el fin de aplicarlos en la siguiente fórmula:

²⁸ Horngren, Foster, *Contabilidad de Costos*. Un enfoque Gerencial. Décima edición, Pearson Prentice Hall 2002, México.

CUADRO N°64
CLASIFICACIÓN RUBROS DE PRODUCCIÓN DEL SERVICIO

RUBROS	PRODUCCIÓN	TOTAL	CLASIFICACIÓN
MANO DE OBRA		68.354,80	
Mano de obra directa	57.247,30		Costo variable
Mano de obra indirecta	11.107,5		Costo variable
COSTOS DIRECTOS		34.860	
Internet	32.580		Costo fijo
Energía eléctrica	1.080		Costo variable
Arriendo hosting y dominio	1.200		Costo fijo
COSTOS INDIRECTOS		2.513,04	
Depreciaciones	2.513,04		Costo fijo
TOTAL	105.727,84	105.727,84	COSTO TOTAL

Fuente: Anexo J Tamaño 3

Elaborado por: La autora.

CUADRO N° 65
COSTOS FIJOS DE PRODUCCIÓN DEL SERVICIO

COSTOS FIJOS	VALOR
Internet	32.580
Arriendo Hosting	1.200
Depreciaciones	2.513,04
Otros servicios básicos	2.760
TOTAL COSTOS FIJOS	36.293,04

Fuente: Anexo J Tamaño 3

Elaborado por: La autora.

CUADRO N° 66
COSTOS VARIABLES DE PRODUCCIÓN DEL SERVICIO

COSTOS VARIABLES	VALOR
Programadores	17.154,70
Analistas de RR.HH	40.092,60
Jefe de producción	11.107,50
Energía Eléctrica	1.080
TOTAL COSTO VARIABLE	69.434,80

Fuente: Anexo J Tamaño 3

Elaborado por: La autora.

CUADRO N° 67
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN UNITARIO

Precio de Venta Unitario	365
Costo Variable Unitario	123,1043
Margen de Contribución Unitaria	241,8957
Costo de Venta	187,4499

Fuente: Anexo J Tamaño 3

Elaborado por: La autora.

$$PuntoEquilibrioVentas = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{V}}$$

$$PuntoEquilibrioVentas = \frac{36.293,04}{1 - \frac{69.434,80}{205.872}}$$

Punto de Equilibrio de Ventas en dólares es igual a \$54.763,10.

El margen de contribución por unidad es de 123,10.

CUADRO N° 68
PUNTO DE EQUILIBRIO DEL PRODUCTO

CONCEPTO	VALOR
Costos Fijos Totales	36.293,04
Costo Variable Unitario	123,10
Precio	365
Punto de Equilibrio	150,04

Fuente: Anexo J Tamaño 3

Elaborado por: La autora.

$$PuntoEquilibrio = \frac{CFT}{PVP - CVU}$$

$$PuntoEquilibrioQ = \frac{36.293,04}{365 - 123,10}$$

Punto de Equilibrio = 150 anuncios

En el cuadro anterior se puede observar que el punto de equilibrio donde la empresa no gana ni pierde es procesando 150 anuncios al año, lo que generará un ingreso por ventas de \$54.763,10; por encima de este valor la empresa empezará a obtener ganancias.

CUADRO N° 69
CLASIFICACIÓN DE RUBROS TOTALES DE LA EMPRESA

RUBROS	PRODUCCIÓN	ADMINISTRATIVOS	VENTAS	FINANCIERO	TOTAL	CLASIFICACIÓN
MANO DE OBRA						
MANO DE OBRA DIRECTA	57247,3				57247,3	COSTO VARIABLE
MANO DE OBRA INDIRECTA	11107,5	18.600,50	37465		67173	COSTO VARIABLE
COSTOS DIRECTOS						
INTERNET	32580				32580	COSTO FIJO
ENERGÍA ELÉCTRICA	1080				1080	COSTO VARIABLE
ARRIENDO HOSTING Y DOMINIO	1200				1200	COSTO FIJO
COSTOS INDIRECTOS						
DEPRECIACIONES	2513,04	591,6	2.917,65		6022,29	COSTO FIJO
AMORTIZACIONES		3.436,54			3436,54	COSTO FIJO
OTROS SERVICIOS BÁSICOS	2760	1.500,00	720		4980	COSTO FIJO
ARRIENDO		4.320,00			4320	COSTO FIJO
SUMINISTROS		360	360		720	COSTO FIJO
COMBUSTIBLE			840		840	COSTO FIJO
PUBLICIDAD			6.600,00		6600	COSTO FIJO
AMORTIZACIÓN PRÉSTAMO				3.780,01	3780,01	COSTO FIJO
TOTAL	108487,84	28808,644	48902,65	3.780,01	189979	COSTO TOTAL

Fuente: Anexo J Tamaño 3

Elaborado por: La autora.

CUADRO N° 70
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN UNITARIO

Precio de Venta Unitario	365
Costo Variable Unitario	222,5055
Margen de Contribución Unitaria	142,4944
Costo de Venta	336,8231

Fuente: Anexo J Tamaño 3

Elaborado por: La autora.

$$PuntoEquilibrioVentas = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{V}}$$

$$PuntoEquilibrioVentas = \frac{64.478,84}{1 - \frac{125.500,30}{205.872}}$$

Punto de Equilibrio de Ventas en dólares es igual a \$165.162,71.

El margen de contribución por unidad es de 142,49.

CUADRO N° 71
PUNTO DE EQUILIBRIO DE LA EMPRESA

CONCEPTO	VALOR
Costos Fijos Totales	64.478,84
Costo Variable Unitario	222,51
Precio	365
Punto de Equilibrio	452,50

Fuente: Anexo J Tamaño 3

Elaborado por: La autora.

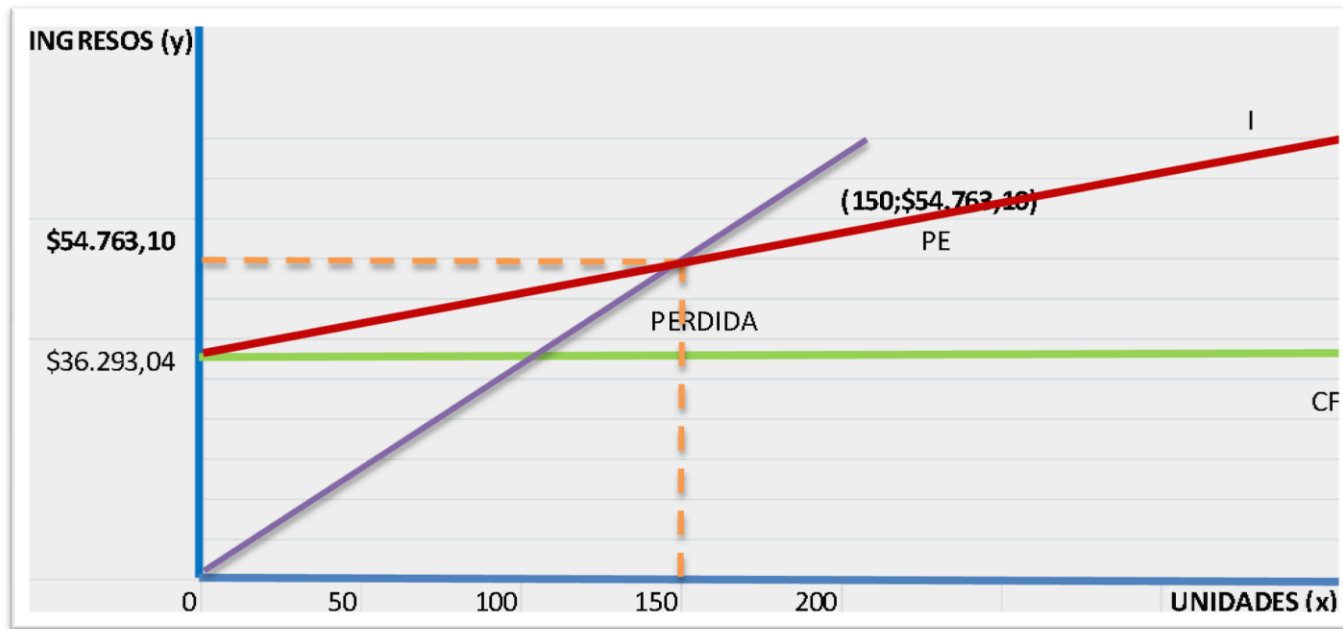
$$PuntoEquilibrio = \frac{CFT}{PVP - CVU}$$

$$PuntoEquilibrioQ = \frac{64.478,84}{365 - 222,51}$$

Punto de Equilibrio = 453 anuncios

En el cuadro anterior se puede observar que el punto de equilibrio donde la empresa no gana ni pierde es procesando 453 anuncios al año, lo que generará un ingreso por ventas de \$165.162,71; por encima de este valor la empresa empezará a obtener ganancias.

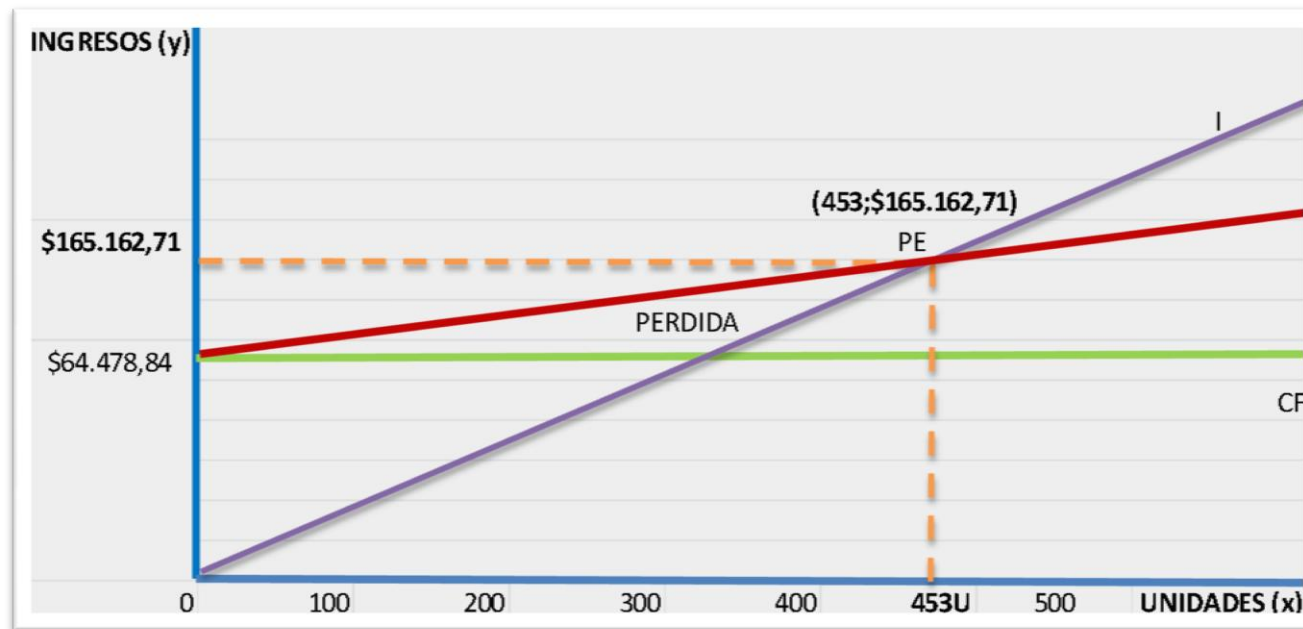
GRÁFICO N°22
PUNTO DE EQUILIBRIO DEL PRODUCTO



Fuente: Anexo J Tamaño 3

Elaborado por: La autora.

GRÁFICO N°23
PUNTO DE EQUILIBRIO DE LA EMPRESA



Fuente: Anexo J Tamaño 3
Elaborado por: La autora.

4.2. FLUJO NETO DE FONDOS

La proyección del flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, ya que la evaluación de éste se efectuará sobre los resultados que se determinen en ella. La información básica para realizar esta proyección está contenida tanto en los estudios de mercado, técnico, organizacional y financiero, al proyectar el flujo de caja será necesario incorporar información adicional relacionada, principalmente con los efectos tributarios de la depreciación, amortización del activo nominal, valor residual, de las utilidades y pérdidas. La construcción de los flujos de caja se los realiza con diferentes fines:

- Medir la rentabilidad del proyecto.
- Medir la rentabilidad de los recursos propios.
- Medir la capacidad de pago frente a los préstamos que ayudaron a su financiación.

Existen dos tipos de flujos de fondos que son los siguientes:

4.2.1 Del Proyecto

Los estados financieros del proyecto permiten analizar y medir la rentabilidad de toda la inversión, con recursos propios. El objetivo de los estados financieros es proveer información para la toma de decisiones.

4.2.2 Del Inversionista

“Los estados financieros del inversionista permiten medir la rentabilidad de los recursos propios, agregando el efecto del financiamiento para incorporar el impacto del apalancamiento de la deuda.”²⁹

A continuación se presenta el flujo neto de fondos del proyecto para la Empresa Reclutadora y Seleccionadora de Talento Humano.

²⁹SAPAG CHAIN, N. & SAPAG CHAIN, R; Op. Cit. p. 297

CUADRO N° 72
FLUJO NETO DE FONDOS DE PROYECTO PURO

	Años					
	0	1	2	3	4	5
Ventas Netas		205.871,80	212.579,98	219.288,16	226.227,66	233.167,16
Costos de generación del servicio		105.974,80	109.471,97	113.084,54	116.816,33	120.671,27
Utilidad Bruta		99.897,00	103.108,01	106.203,62	109.411,33	112.495,89
Gastos Administrativos		24.780,50	25.598,26	26.443,00	27.315,62	28.217,03
Gastos de Ventas		45.985,00	47.502,51	49.070,09	50.689,40	52.362,15
Utilidad Operacional		29.131,50	30.007,25	30.690,53	31.406,31	31.916,70
Depreciación		6.022,29	6.022,29	6.022,29	6.022,29	6.022,29
Amortización		3.436,54	3.436,54	3.436,54	3.436,54	3.436,54
Utilidad antes participaciones		19.672,66	20.548,42	21.231,70	21.947,48	22.457,87
(-) 15% trabajadores		2.950,90	3.082,26	3.184,75	3.292,12	3.368,68
Utilidad antes de impuestos		16.721,77	17.466,15	18.046,94	18.655,35	19.089,19
(-) 25% Impuesto a la Renta		4.180,44	4.366,54	4.511,74	4.663,84	4.772,30
UTILIDAD NETA		12.541,32	13.099,62	13.535,21	13.991,52	14.316,89
Depreciación		6.022,29	6.022,29	6.022,29	6.022,29	6.022,29
Amortización		3.436,54	3.436,54	3.436,54	3.436,54	3.436,54
Venta de Activos				1.273,00		
Inversión inicial	46.623,72					
Inversión de reemplazo				12.730,00		
Inversión capital de trabajo	9.684,40					
Valor de desecho						10.786,55
Recuperación de capital de trabajo						9.684,40
FLUJO DE CAJA	56.308,12	22.000,16	22.558,45	11.537,04	23.450,35	44.246,68

Elaborado por: La autora.

A continuación se presenta el flujo neto de fondos del inversionista para la Empresa Reclutadora y Seleccionadora de Talento Humano.

CUADRO N° 73
FLUJO NETO DE FONDOS DEL INVERSIONISTA

Detalle	0	1	2	3	4	5
Ventas Netas		205.872	212.580	219.288	226.228	233.167
Costos del servicio		105.974,8	109.472	113.085	116.816	120.671
Utilidad Bruta		99.897	103.108	106.204	109.411	112.496
Gastos Administrativos		24.780,50	25.598,26	26.443,00	27.315,62	28.217,03
Gastos de Ventas		45.985,00	47.502,51	49.070,09	50.689,40	52.362,15
Utilidad Operacional		29.131,50	30.007,25	30.690,53	31.406,31	31.916,70
Gastos Financieros		2.447,35	2.050,45	1.611,88	1.127,25	591,74
Depreciación		6.022,29	6.022,29	6.022,29	6.022,29	6.022,29
Amortización		3.436,54	3.436,54	3.436,54	3.436,54	3.436,54
Utilidad antes de participaciones		17.225,31	18.497,97	19.619,82	20.820,23	21.866,13
(-) 15% trabajadores		2.583,80	2.774,69	2.942,97	3.123,03	3.279,92
Utilidad antes de impuestos		14.641,52	15.723,27	16.676,85	17.697,19	18.586,21
(-) 25% Impuesto a la Renta		3.660,38	3.930,82	4.169,21	4.424,30	4.646,55
UTILIDAD NETA		10.981,14	11.792,45	12.507,64	13.272,89	13.939,66
Depreciación		6.022,29	6.022,29	6.022,29	6.022,29	6.022,29
Amortización		3.436,54	3.436,54	3.436,54	3.436,54	3.436,54
Venta de Activos				1.273,00		
Inversión inicial	46.623,7					
Inversión reemplazo				12.730,00		
Préstamo	23.308,1					
Pago capital préstamo		3.780,01	4.176,91	4.615	5.100,11	5.635,62
Inversión capital de trabajo	9.684,40					
Valor de desecho						10.786,55
Recuperación de capital de trabajo						9.684
FLUJO DE CAJA	33.000	16.659,96	17.074,38	5.893,99	17.631,62	38.233,82

Elaborado por: La autora.

4.3 Estados Financieros Proforma

4.3.1 Estado de Resultados

El estado de resultados es el informe mediante el cual se conoce el resultado de un período económico, sea la utilidad o pérdida que ha generado el negocio. En el siguiente cuadro se presenta el Estado de Resultados del proyecto:

CUADRO N° 74
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTO PURO

DETALLE	1	2	3	4	5
Ventas Netas	205.871,8	212.579,9	219.288,1	226.227,6	233.167,1
Costos del servicio	105.974,8	109.471,9	113.084,5	116.816,3	120.671,2
Utilidad Bruta	99.897,00	103.108,0	106.203,6	109.411,3	112.495,8
Gastos Administrativos	24.781	25.598	26.443	27.316	28.217
Gastos de Ventas	45.985,00	47.502,51	49.070,09	50.689,40	52.362,15
Utilidad Operacional	29.131,50	30.007,25	30.690,53	31.406,31	31.916,70
Depreciación	6.022,29	6.022,29	6.022,29	6.022,29	6.022,29
Amortización	3.436,54	3.436,54	3.436,54	3.436,54	3.436,54
Utilidad antes de participaciones	19.672,66	20.548,42	21.231,70	21.947,48	22.457,87
(-) 15% trabajadores	2.950,90	3.082,26	3.184,75	3.292,12	3.368,68
Utilidad antes impuestos	16.721,77	17.466,15	18.046,94	18.655,35	19.089,19
(-) 25% Impuesto a la Renta	4.180,44	4.366,54	4.511,74	4.663,84	4.772,30
UTILIDAD NETA	12.541,32	13.099,62	13.535,21	13.991,52	14.316,89

Fuente: Anexo J Tamaño 3

Elaborado por: La autora.

En el siguiente cuadro se presenta el Estado de Resultados del inversionista:

CUADRO N° 75
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS DEL INVERSIONISTA

DETALLE	Años					
	0	1	2	3	4	5
Ventas Netas		205.872	212.580	219.288	226.228	233.167
Costos del servicio		105.974,8	109.472	113.085	116.816	120.671
Utilidad Bruta		99.897	103.108	106.204	109.411	112.496
Gastos Administrativos		24.780,50	25.598,2	26.443,0	27.315,6	28.217,0
Gastos de Ventas		45.985,00	47.502,5	49.070,0	50.689,4	52.362,1
Utilidad Operacional		29.131,50	30.007,2	30.690,5	31.406,3	31.916,7
Gastos Financieros		2.447,35	2.050,45	1.611,88	1.127,25	591,74
Depreciación		6.022,29	6.022,29	6.022,29	6.022,29	6.022,29
Amortización		3.436,54	3.436,54	3.436,54	3.436,54	3.436,54
Utilidad antes de participaciones		17.225,31	18.497,9	19.619,8	20.820,2	21.866,1
(-) 15% trabajadores		2.583,80	2.774,69	29.42,97	3.123,03	3.279,92
Utilidad antes impuestos		14.641,52	15.723,27	16.676,85	17.697,19	18.586,21
(-) 25% Impuesto a la Renta		3.660,38	3.930,82	4.169,21	4.424,30	4.646,55
UTILIDAD NETA		10.981,14	11.792,45	12.507,64	13.272,89	13.939,66

Fuente: Anexo J Tamaño 3

Elaborado por: La autora.

4.3.2 ESTADO DE ORIGEN Y APLICACIÓN DE FONDOS

Este estado se utiliza para pronosticar posibles situaciones de riesgo que tenga la empresa, pero su objetivo principal está centrado en la utilidad que tiene para evaluar la procedencia y utilización de fondos en el largo plazo, “este conocimiento permite que el administrador financiero planeé mejor los requerimientos de fondos futuros a mediano y largo plazo”.³⁰

CUADRO N° 76
ESTADO DE ORIGEN Y APLICACIÓN DE FONDOS

CONCEPTO	MONTO TOTAL	RECURSOS PROPIOS	CRÉDITO
MUEBLES DE OFICINA			
Área Administrativa			
Estación de Trabajo	340		340
Archivador	60	60	
Silla Ejecutiva	100	100	
Sillas	525	525	
Mesa de Reuniones	189		189
Sillones de Espera	600	600	
Área de Ventas			
Estación de Trabajo	850	850	
Archivador	60	60	
Silla Ejecutiva	250		250
Área del Servicio			
Estación de Trabajo	1.190	1.100	90
Aparador	150		150
Archivador	120		120
Silla Ejecutiva	350		350
EQUIPO DE OFICINA			
Área Administrativa			
Teléfono Inalámbrico	66		66
Televisor LCD	600	600	
Área de Ventas			
Teléfono Inalámbrico	165		165
Área del Servicio			

³⁰ INTERNET, http://www.wikilearning.com/articulo/el_estado_de_origen_y_aplicacion_de_fondos-uso_del_estado_de_origen/13142

Teléfono Inalámbrico	231		231
Televisor LCD	600	600	
Minicomponente	275		275
EQUIPO DE CÓMPUTO			
Área Administrativa			
Portátil ASPIRE 4332	1.050	1.050	
Impresora SAMSUNG	178	178	
Área de Ventas			
Portátil DELL 1440	4.000	4.000	
Área del Servicio			
Portátil DELL 1440	4.000	4.000	
Desktop Acer Veriton	1.418		1.418
Impresora SAMSUNG	178	178	
Servidor HP	1.906	1.906	
Área de Ventas			
Vehículos	9.990		9.990
ACTIVOS INTANGIBLES			
Gastos de Constitución	2000	2000	
Afiliación a la Cámara de Comercio	269,04	269,04	
Publicidad	3910	3910	
Licencia Microsoft Corporativa	5503,68	5503,68	
Diseño página web	4000	4.000	
Instalación de Sistema	1500	1500	
CAPITAL DE TRABAJO	9.684,40	10,28	9.674,12
INVERSIÓN TOTAL	56.308,12	33.000,00	23.308,12

Fuente: Anexo J Tamaño 3

Elaborado por: La autora.

4.4 EVALUACIÓN FINANCIERA

La Evaluación Financiera es el proceso mediante el cual una vez definida la inversión inicial, los beneficios futuros y los costos durante la etapa de operación, permite determinar la viabilidad de un proyecto.

4.4.1 Determinación de las Tasas de Descuento

“La tasa de descuento o tipo de descuento es una medida financiera que se aplica para determinar el valor actual de un pago futuro.”³¹

³¹ INTERNET, http://es.wikipedia.org/wiki/Tasa_de_descuento

4.4.1.1 Del Proyecto

“La tasa de descuento del proyecto es igual al costo de oportunidad de los recursos propios más una prima por riesgo”.³² Para determinar el costo de oportunidad se utilizó una tasa libre de riesgo que es generalmente la tasa de los documentos de inversión colocados en el mercado de capitales por los gobiernos. Son los recursos propios del inversionista, los cuales se miden con el costo de oportunidad.

La tasa de descuento del proyecto se compone de:

- Costo de Oportunidad: costo de sacrificar en algo los recursos propios.
- Prima por riesgo: probabilidad que los flujos de caja se van a cumplir y no corresponden a proyectos riesgosos, por lo tanto, se toma un valor del 2,5%.

La mejor opción para medir la rentabilidad, son los bonos del estado, que constituyen una inversión segura 6,5%.

CUADRO N° 77
TASA DE DESCUENTO DEL PROYECTO PURO

CONCEPTO	VALOR (%)
Rentabilidad a largo plazo, bonos	6,50%
Prima por riesgo	2,50%
Tasa de Descuento para el Proyecto	9%

Fuente: Anexo J Tamaño 3

Elaborado por: La autora.

La tasa de descuento del proyecto, está dada por el costo de oportunidad definido por el valor de la mejor alternativa dejada de lado al optar por la que se emprende, la misma que se ha fijado en 9% en función de las alternativas posibles de inversión establecidas en el mercado de capitales, siendo la más segura y confiable los bonos del estado, y más una tasa por riesgo del proyecto la misma que se ha fijado en el 2,5% , la cual refleja la posibilidad de un ajuste por riesgo de que los flujos de fondos que se han estimado se los pueda obtener.

³² SAPAG CHAIN, N. & SAPAG CHAIN, R; Op. Cit. p. 355

4.4.1.2 Del Inversionista

La tasa de descuento del inversionista se basa en el costo promedio ponderado de capital (CPPC), que se obtiene mediante la siguiente fórmula:

$$TCPPC = (r_1 * p_1) + (r_2 * p_2) * (1 - t)$$

Dónde:

r1= Costo de oportunidad del inversionista (9%)

r2= Tasa de interés que cobra la CFN (10,5%)

p1= Proporción de recursos propios (59%)

p2= Proporción de la deuda (41%)

Tasa impositiva= Carga tributaria (36,25%)

$$TCPPC = (9\% * 59\%) + (10,5\% * 41\%) + (1 - 36,25\%)$$

$$TCPPC = 5,27\% + 4,35\% + 63,75\%$$

$$TCPPC = 8,05\%$$

La tasa de descuento del inversionista es del 8,05%.

4.4.2 CRITERIOS DE EVALUACIÓN

4.4.2.1 Valor Actual Neto

SAPAG CHAIN, Nassir Reinaldo (2008, p. 321), plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto (VAN) es igual o superior a 0, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados en moneda actual. También da a conocer en qué medida el inversionista al realizar el proyecto es más rico o más pobre, es decir, cuánto gana o pierde con respecto al capital invertido.

El Valor Actual Neto mide la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión. Para ello, calcula los valores actuales de fondos de todos los flujos futuros de caja, proyectados a partir del primer año período de operación, y le resta la inversión total expresada en el momento cero.³³ Se pueden presentar diferentes resultados del VAN, los que pueden se interpretan de la siguiente manera:

$VAN > 0$, gana el proyecto, después de recuperar la inversión.

$VAN = 0$, el proyecto reporta exactamente la tasa que se quería obtener después de recuperar el capital invertido.

$VAN < 0$, el monto que falta para ganar la tasa que se deseaba obtener después de recuperar la inversión.

La fórmula que nos permite calcular el Valor Actual Neto es:

$$VAN = 0 = -I_0 + \frac{FF1}{(1+i)^1} + \frac{FF2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FFn}{(1+i)^n}$$

Dónde:

FF = Flujos de caja en cada período

I_0 = Inversión inicial

n = Número de períodos considerado

i = Tasa de descuento

4.4.2.1.1 Valor Actual Neto del Proyecto Puro

Con una inversión inicial de \$56.308,12 y una tasa de descuento de 9%, aplicando la respectiva fórmula el VAN del proyecto será de \$37.141,34; por lo que se aconseja invertir.

$$VAN = 0 = -56.308,12 + \frac{22.000,16}{(1+0.09)^1} + \frac{22.558,45}{(1+0.09)^2} + \frac{11.537,04}{(1+0.09)^3} + \frac{23.450,35}{(1+0.09)^4} + \frac{44.246,68}{(1+0.09)^5}$$

³³ SAPAG CHAIN, N. & SAPAG CHAIN, R. Op. Cit. p. 355.

CUADRO N° 78

VALOR ACTUAL NETO (VAN) DEL PROYECTO			
AÑOS	FLUJO DE CAJA (\$)	TASA	VALOR ACTUAL (\$)
0	-56.308,12		-56.308,12
1	22.000,16	9%	20.183,63
2	22.558,45	9%	18.987,00
3	11.537,04	9%	8.908,71
4	23.450,35	9%	16.612,82
5	44.246,68	9%	28.757,30
VAN			37.141,34

Fuente: Anexo J Tamaño 3

Elaborado por: La autora.

4.4.2.1.2 Valor Actual Neto del Inversionista

Considerando una inversión inicial de \$33.000,00 y una tasa de descuento de 8,05%, a continuación se presenta el VAN del inversionista:

CUADRO N° 79

VALOR ACTUAL NETO (VAN) DEL PROYECTO			
AÑOS	FLUJO DE CAJA (\$)	TASA	VALOR ACTUAL (\$)
0	-33.000,00		-33.000,00
1	16.659,96	8,05%	15.419,42
2	17.074,38	8,05%	14.626,24
3	5.893,99	8,05%	4.672,95
4	17.631,62	8,05%	12.938,02
5	38.233,82	8,05%	25.966,73
VAN			40.623,36

Fuente: Anexo J Tamaño 3

Elaborado por: La autora.

De acuerdo a lo indicado anteriormente el proyecto posee un VAN mayor a cero, lo que nos indica que el proyecto es viable.

4.4.2.2 Tasa Interna de Retorno

Se denomina Tasa Interna de Rentabilidad (TIR) a la tasa de descuento que hace que el Valor Actual Neto de una inversión sea igual a cero ($VAN = 0$). La TIR representa la tasa de interés más alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero,

La TIR es la tasa de descuento de un proyecto de inversión que permite que el beneficio sea igual a la inversión. “La TIR es la máxima tasa de descuento que puede tener un proyecto para que sea rentable, pues una mayor tasa ocasionaría que el beneficio sea menor que la inversión”.³⁴

Si la TIR es mayor que la tasa de descuento, el proyecto debe aceptarse. Cuando la TIR es igual a la tasa de descuento, el inversionista es indiferente entre realizar la inversión o no; y si la TIR es menor que la tasa de descuento se rechaza el proyecto.

4.4.2.2.1 TIR del Proyecto

A continuación se presenta el cuadro con el cálculo de la TIR para el proyecto.

CUADRO N° 80

TIR DEL PROYECTO	
AÑOS	FLUJO DE CAJA (US\$)
0	-56.308,12
1	22.000,16
2	22.558,45
3	11.537,04
4	23.450,35
5	44.246,68
TIR	29%

Fuente: Anexo J Tamaño 3

Elaborado por: La autora.

³⁴ INTERNET, <http://www.crecenegocios.com/el-van-y-el-tir>

4.4.2.2 TIR del Inversionista

A continuación se presenta el cuadro con el cálculo de la TIR para el inversionista.

CUADRO N° 81

TIR DEL INVERSIONISTA	
AÑOS	FLUJO DE CAJA (US\$)
0	-33.000,00
1	16.659,96
2	17.074,38
3	5.893,99
4	17.631,62
5	38.233,82
TIR	42%

Fuente: Anexo J Tamaño 3

Elaborado por: La autora.

La TIR para el proyecto es del 29%, mientras que la tasa de descuento es del 9%; y la del inversionista es del 42% con una tasa de descuento del 8,05% es por ello que el inversionista debe aceptar por las condiciones detalladas anteriormente.

4.4.2.3 Período de Recuperación de la Inversión

El período de recuperación de la inversión es el tiempo que requiere la empresa para recuperar el monto de inversión inicial efectuado, es decir es el período real de recuperación en la cual se toma como base los flujos de caja generados durante la vida útil del proyecto y se obtiene una tasa de descuento.

Es importante anotar que este indicador es un instrumento financiero que al igual que el Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Retorno, permite optimizar el proceso de toma de decisiones. Para calcular la recuperación de la inversión se debe calcular el valor actual de un monto futuro, con la siguiente ecuación:

$$\text{ValorActual} = \frac{\text{ValorFuturo}}{(1 + \text{TasadeDescuento})^n}$$

4.4.2.3.1 Período de Recuperación de la Inversión para el Proyecto Puro

En el siguiente cuadro se determinará el período de recuperación de la inversión del proyecto, con una tasa de descuento del 9%.

CUADRO N° 82

PERÍODO DE RECUPERACION DEL PROYECTO			
Período	Flujo de Fondos	Flujo Fondos Actualizado	Flujo Fondos Acumulado
0	-56.308,12	-56.308,12	
1	22.000,16	20.183,63	20.183,63
2	22.558,45	18.987,00	39.170,63
3	11.537,04	8.908,71	48.079,34
4	23.450,35	16.612,82	64.692,16
5	44.246,68	28.757,30	93.449,46

Fuente: Anexo J Tamaño 3

Elaborado por: La autora.

$$56.308,12 - 48.079,34 = 8.228,78$$

$$16.612,82 / 12 = 1.384,40$$

$$8.228,78 / 1.384,40 = 5,9439$$

Por lo tanto, el período de recuperación de la inversión para el proyecto es en el tercer año, lo cual significa que se requieren 3 años con 6 meses para recuperar la inversión.

4.4.2.3.2 Período de Recuperación de la Inversión del Inversionista

A continuación se determina el período de recuperación de la inversión para el inversionista, con una tasa de descuento 8,05%.

CUADRO N° 83

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL INVERSIONISTA			
Período	Flujo de Fondos Actualizado	Flujo Fondos Actualizado	Flujo Fondos Acumulado
0	-33.000,00	-33.000,00	
1	16.659,96	15.419,42	15.419,42
2	17.074,38	14.626,24	30.045,66
3	5.893,99	4.672,95	34.718,61
4	17.631,62	12.938,02	47.656,63
5	38.233,82	25.966,73	73.623,36

Fuente: Anexo J Tamaño 3

Elaborado por: La autora.

PRI = 2 AÑOS 8 MESES

Para el inversionista el período de recuperación de la inversión será dentro de dos años y ocho meses aproximadamente, por lo que se puede concluir que el proyecto es viable pues la inversión se recuperará antes de su finalización.

4.4.2.4. Relación Beneficio/Costo

“La relación beneficio/costo es un índice de rendimiento que determina cuáles son los beneficios por cada dólar que se sacrifica en el proyecto.”³⁵ La relación beneficio costo fue calculada en base a los flujos de ingresos y de egresos del inversionista y se calculó de la siguiente forma:

$$RBC = \frac{\sum_{i=1}^n \frac{I_i}{(1+i)^n}}{\sum_{i=1}^n \frac{E_i}{(1+i)^n}}$$

Dónde:

RBC = Relación Beneficio/Costo

I_i = Ingresos (i=0,1,2,3...n)

E_i = Egresos (i=0,1,2,3...n)

i = Tasa de descuento

n = Número de período

Con el resultado obtenido se tomará las decisiones en base a:

Si la RB/C > 1 SE ACEPTA EL PROYECTO

Si la RB/C < 1 SE RECHAZA EL PROYECTO

Si la RB/C = 1 EL PROYECTO ES INDIFERENTE

Para el cálculo de la relación beneficio costo del proyecto se toman los ingresos, egresos del flujo de fondos y la tasa de descuento, como se detalla en el siguiente cuadro:

³⁵ INTERNET, <http://www.crecenegocios.com/el-van-y-el-tir/>

4.4.2.4.1 Relación Beneficio Costo del Proyecto

CUADRO N° 84
RELACIÓN BENEFICIO/COSTO (Proyecto Puro)

CONCEPTO	0	1	2	3	4	5	
INGRESOS							
Ingresos	-	205.871,80	212.579,98	219.288,16	226.227,66	233.167,16	
Venta de Activos	-	-	-	1.273,00	-	-	
Recuperación de capital de trabajo	-	-	-	-	-	9.684,40	
Valor de desecho	-	-	-	-	-	10.786,55	
Total Ingresos	-	205.871,80	212.579,98	220.561,16	226.227,66	253.638,11	
Ingresos Descontados	-	188.873,21	178.924,317	170.313,687	160.265,379	164.847,3691	863.223,9619
EGRESOS							
Costos del servicio	-	105.974,80	109.471,97	113.084,54	116.816,33	120.671,27	
Gastos Administrativos	-	24.780,50	25.598,26	26.443,00	27.315,62	28.217,03	
Gastos de Ventas	-	45.985,00	47.502,51	49.070,09	50.689,40	52.362,15	
15% Trabajadores	-	2.950,90	3.082,26	3.184,75	3.292,12	3.368,68	
25% Impuesto a la Renta	-	4.180,44	4.366,54	4.511,74	4.663,84	4.772,30	
Inversión inicial	46.623,72	-	-	-	-	-	
Inversión de reemplazo	-	-	-	12.730,00	-	-	
Inversión capital de trabajo	9.684,40	-	-	-	-	-	
Total Egresos	56308,12	183.871,64	190.021,53	209.024,12	202.777,31	209.391,43	
Egresos Descontados	56.308,12	168.689,579	159.937,321	161.404,973	143.652,56	136.090,0653	826.082,6184

Fuente: Anexo J Tamaño 3

Elaborado por: La autora.

$$RBC = \frac{863.223,96}{826.082,62} \Rightarrow RBC = 1,04$$

Por cada dólar que se invierta en el proyecto se obtendrá una rentabilidad de \$0,04.

4.4.2.4.2 Relación Beneficio/Costo del Inversionista

La RB/C se calculó con base a los ingresos y egresos de los flujos de fondos incurridos por el inversionista, como se indica a continuación.

CUADRO N° 85
RELACIÓN BENEFICIO/COSTO (Proyecto del Inversionista)

CONCEPTO	0	1	2	3	4	5	
INGRESOS							
Ingresos	23.308,12	205.871,80	212.579,98	219.288,16	226.227,66	233.167,16	
Venta de Activos	-	-	-	1.273,00	-	-	
Recuperación capital de trabajo	-	-	-	-	-	9.684,40	
Valor de desecho	-	-	-	-	-	10.786,55	
Total Ingresos	23308,12	205.871,80	212.579,98	220.561,16	226.227,66	253.638,11	
Ingresos Descontados	23308,12	190.542,02	178924,317	174868,168	166005,061	172259,839	905.907,5248
EGRESOS							
Costos del servicio	-	105.974,80	109.471,97	113.084,54	116.816,33	120.671,27	
Gastos Administrativos	-	24.780,50	25.598,26	26.443,00	27.315,62	28.217,03	
Gastos de Ventas	-	45.985,00	47.502,51	49.070,09	50.689,40	52.362,15	
15% Trabajadores	-	2.583,80	2.774,69	2.942,97	3.123,03	3.279,92	
25% Impuesto a la Renta	-	3.660,38	3.930,82	4.169,21	4.424,30	4.646,55	
Inversión inicial	46.623,72	-	-	-	-	-	
Inversión de reemplazo	-	-	-	12.730,00	-	-	
Inversión capital de trabajo	9.684,40	-	-	-	-	-	
Total Egresos	56308,12	182.984,48	189.278,24	208.439,82	202.368,68	209.176,93	
Egresos Descontados	56.308,12	169.358,95	162.139,379	165.257,963	148.497,427	142.063,7614	843.625,6

Elaborado por: La autora.

Por cada dólar que se invierta en el proyecto se obtendrá una rentabilidad de \$0,07 siendo viable y factible su implementación.

**CUADRO N° 86
BALANCE GENERAL**

ACTIVOS				PASIVOS			
Activo Corriente			9.684,40	9.684,40	Pasivos a Largo Plazo		23.308,12
Activo Circulante		9.684,40			Crédito CFN	23.308,12	
Activos Fijos				46.624			
Activos Tangibles			29.441				
Vehículos		9.990					
Depreciación Vehículos	7.992						
Equipos de Cómputo		12.730					
Depreciación Equipo de Cómputo	3.819						
Equipos de Oficina		1.937					
Depreciación Equipo de Oficina	872						
Muebles de oficina		4.784					
Depreciación Muebles	2.153						
Activos Intangibles			17.182,72		PATRIMONIO		33.000,00
Gastos de Constitución		2.000,00			Capital	33.000,00	
Amortización Gastos Constitución	400						
Afiliación a la CCQ		269,04					
Amortización Afiliación	53,808						
Publicidad		3.910,00					
Amortización Publicidad	782						
Licencia Microsoft Corporativa		5.503,68					
Amortización Licencia Microsoft	1100,736						
Diseño página web		4.000,00					
Amortización Diseño página web	800						
Instalación de Sistema		1.500,00					
Amortización Instalación Sistema	300						
TOTAL				56.308,12			56.308,12

4.4.2.5 Análisis de Razones Financieras

$$\text{➤ } \mathbf{\acute{I}NDICE DE SOLVENCIA} = \frac{\mathbf{\underline{Activo Total}}}{\mathbf{\underline{Pasivo Total}}}$$

$$\mathbf{\acute{I}NDICE DE SOLVENCIA} = \frac{56.308,12}{23.308,12}$$

$$\mathbf{\acute{I}NDICE DE SOLVENCIA} = \mathbf{2,41}$$

Este índice refleja que los activos totales de la empresa pueden cubrir hasta 2,41 veces los pasivos totales.

$$\text{➤ } \mathbf{RAZÓN DE ENDEUDAMIENTO} = \frac{\mathbf{\underline{Pasivo Total}}}{\mathbf{\underline{Activo Total}}}$$

$$\mathbf{RAZÓN DE ENDEUDAMIENTO} = \frac{23.308,12}{56.308,12}$$

$$\mathbf{RAZÓN DE ENDEUDAMIENTO} = \mathbf{0,4139 = 41,39\%}$$

Este índice muestra la participación de los acreedores en el financiamiento de los activos totales, es decir, la parte de los activos que fueron financiados por la entidad bancaria. Los acreedores poseen el 41,39% de la totalidad de los activos, el resto constituye propiedad de la empresa.

$$\mathbf{APALANCAMIENTO FINANCIERO} = \frac{\mathbf{\underline{Activo Total}}}{\mathbf{\underline{Patrimonio}}}$$

$$\mathbf{APALANCAMIENTO FINANCIERO} = \frac{56.308,12}{33.000,00}$$

$$\mathbf{APALANCAMIENTO FINANCIERO} = \mathbf{1,7063}$$

Este índice muestra el grado de solidez que presenta el proyecto sobre la base de su patrimonio. Es decir que por cada dólar de patrimonio existe 1,71 dólares de activo total.

➤ **ÍNDICES DE RENTABILIDAD**

$$\text{ROTACIÓN DE ACTIVOS TOTALES} = \frac{\text{Ventas Netas}}{\text{Activo Total}}$$

$$\text{ROTACIÓN DE ACTIVOS TOTALES} = \frac{205.872}{56.308,12}$$

$$\text{ROTACIÓN DE ACTIVOS TOTALES} = \mathbf{3,6562}$$

Este índice indica cuantas veces las ventas son generadas por los activos; es decir, de cada dólar invertido en activos se genera \$3,66.

➤ **MARGEN DE GANANCIAS NETAS = $\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}}$**

$$\text{MARGEN DE GANANCIAS NETAS} = \frac{10.981,14}{205.872}$$

$$\text{MARGEN DE GANANCIAS NETAS} = \mathbf{0,0533}$$

Este índice refleja que de cada dólar que se genera por las ventas 0.05 centavos es para los socios, lo que confirma que el proyecto es viable para sus accionistas.

➤ **RENTABILIDAD SOBRE PATRIMONIO = $\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$**

$$\text{RENTABILIDAD SOBRE PATRIMONIO} = \frac{10.981,14}{33.000,00}$$

$$\text{RENTABILIDAD SOBRE PATRIMONIO} = \mathbf{0,3328}$$

Este índice expresa que de cada dólar del patrimonio, existen 0,33 centavos de dólar que son generados de utilidad para la empresa.

4.4.2.6 Análisis de Sensibilidad

Según el autor SAPAG CHAIN, Nassir Reinaldo (2008, p. 399), la importancia del análisis de sensibilidad se manifiesta en el hecho de que los valores de las variables que se han utilizado para llevar a cabo la evaluación del proyecto pueden tener desviaciones con efectos de consideración en la medición de sus resultados.

Los escenarios que se han considerado para el análisis de sensibilidad son los siguientes:

Escenario 1: Si el precio disminuye un 5%.

Escenario 2: Si la cantidad disminuye un 5%.

Escenario 3: Si los costos de producción del servicio aumentan un 5%.

Escenario 4: Si los gastos administrativos aumentan un 5%.

4.4.2.5.1 Análisis de Sensibilidad del Proyecto

A continuación se presenta la tabla con las variaciones del VAN y la TIR cuando los factores más importantes aumentan o disminuyen.

CUADRO N° 87
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DEL PROYECTO

CONCEPTO	%	VAN	TIR	RELACIÓN B/C
Disminución precio de ventas	5	\$ 10.452,18	15%	1,01
Disminución volumen de ventas	5	\$ 10.081,50	15%	1,01
Aumento costos de producción	5	\$ 23.082,58	22%	1,03
Aumento gastos administrativos y de ventas	5	\$ 27.753,49	24%	1,03

Fuente: Anexo J Tamaño 3

Elaborado por: La autora.

Con el análisis de sensibilidad se concluye que el proyecto sufre un cambio al disminuir el precio y la cantidad, pero no es muy sensible a estas variaciones ya que el VAN se mantiene positivo. Por otro lado al aumentar los costos y gastos administrativos y de ventas se observa que el proyecto mantiene su VAN positivo. Por otro lado, la TIR también se mantiene mayor a la tasa de descuento, lo cual es un punto importante ya que en los cuatro escenarios presentados el proyecto es rentable.

4.4.2.5.2 Análisis de Sensibilidad del Inversionista

A continuación se presenta la tabla con las variaciones del VAN y la TIR cuando los factores más importantes aumentan o disminuyen.

CUADRO N° 88
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DEL INVERSIONISTA

CONCEPTO	%	VAN	TIR	RELACIÓN B/C
Disminución precio de ventas	5	\$ 13.244,86	20%	1,05
Disminución volumen de ventas	5	\$ 12.864,60	19%	1,04
Aumento costo de producción unitario	5	\$ 26.235,48	30%	1,06
Aumento gastos administrativos y de ventas	5	\$ 31.016,35	34%	1,06

Fuente: Anexo J Tamaño 3

Elaborado por: La autora.

El proyecto al presentar una reducción del 5% en las ventas y reducción en el precio del 5% es muy sensible ya que la tasa interna de retorno se reduce significativamente, así como también el VAN disminuye. El impacto de las variables utilizadas para el análisis de sensibilidad en el caso del inversionista, son similares a los observados en el proyecto puro.

Una vez analizados los cuatro escenarios, se llegó a la conclusión de que la variable que más pone en riesgo el proyecto es la disminución de ventas y la reducción del precio; ya que a pesar de que el VAN, la TIR y la RB/C se mantienen dentro del rango de aceptabilidad y son positivos, se deberán aplicar estrategias que permitan mantener estabilidad en los precios con el fin de alcanzar el mayor porcentaje de del mercado.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- El éxito necesario para el desarrollo tanto económico como productivo de las organizaciones se encuentra en la implementación y adaptación a nuevos sistemas de gestión de talento humano que estén directamente relacionados con la adopción de nuevas técnicas y métodos de gestión de reclutamiento y selección de talento humano con el fin de conseguir que las futuras empresas nacionales se conviertan en entes más competitivos capaces de generar un excelente desarrollo socio-económico del país.
- La empresa Reclutadora y Seleccionadora de Talento Humano ofrecerá como principal servicio la preselección de talento humano para las medianas empresas del Distrito Metropolitano de Quito. La segmentación se definió de acuerdo a la actividad económica que realizan las empresas, por lo tanto se consideró la Clasificación Industrial Internacional Uniforme donde se encuentran el grupo D, el grupo G, el grupo I y el grupo K que corresponden a los sectores manufactureros, comerciales, de transporte y de servicios.
- Las encuestas aplicadas a la población objetivo permitieron cuantificar la demanda actual que es de aproximadamente 4.223 anuncios, mientras que la demanda futura para el año 2011 es de 4.370 y para el año 2015 será de 4.949 anuncios que está dado en función del crecimiento de las medianas empresas considerando los resultados de las encuestas.
- Analizando la demanda y la oferta se determinó la demanda insatisfecha existente en el mercado que es de 806 anuncios esto se debe a que la oferta actual no satisfacen las necesidades del cliente en cuanto a calidad y precio principalmente. La existencia de demanda insatisfecha permite el ingreso de la empresa al mercado.
- El mercado donde operará la Empresa Reclutadora de Talento Humano es oligopólico, ya que existen tres empresas de origen nacional conocidas por sus famosos portales: Multitrabajos.com, Porfinempleo.com y Kmeyo.com, las cuales poseen una capacidad instalada para procesar hasta 3.444 anuncios

anuales, cubriendo así un porcentaje alto del mercado. Por lo tanto, la empresa deberá concentrar su trabajo en la diferenciación, tanto en costos, calidad y tiempo de espera en la entrega del servicio.

- Para establecer el precio se tomó como base el costo de producción más un margen de ganancia, la utilidad generada permitirá a la empresa crecer en el mercado y a la vez ser competitiva.
- La comercialización del servicio se dará a través de los principales medios publicitarios arrojados por la investigación de campo, los cuales son: televisión, radio, prensa escrita, redes sociales y vallas publicitarias con el fin de captar la atención de los clientes. El servicio será personalizado, ya que contará con personal motivado y capacitado de manera que brinde atención oportuna y amable; por otro lado el sistema será monitoreado constantemente para detectar posibles problemas y poder corregirlos a tiempo.
- Para encontrar el mejor tamaño del proyecto se analizaron tres diferentes opciones de acuerdo a la capacidad máxima instalada según el número de anuncios que la empresa podría atender al año; y mediante el método de flujo de diferencias, se determinó al tamaño III como la mejor opción con una inversión inicial de 56.308,12, considerando 14 empleados. Este tamaño implica atender 564 anuncios anuales, lo cual generaría un Valor Actual Neto de 37.141,34 el cual es positivo lo que significa el proyecto es factible. Se podría seguir aumentando el tamaño, sin embargo, la inversión del presente tamaño está de acuerdo al presupuesto inicial de los inversionistas.
- Mediante el estudio técnico se determinó la mejor localización de la empresa utilizando el método cualitativo por puntos que consiste en asignar una ponderación de peso relativo a una serie de factores locacionales, en donde la mejor alternativa seleccionada para la empresa es en el Sector de La Carolina, en la Av. Shyris y Comercio, sector norte de la ciudad de Quito.
- Entre las diversas posibilidades para la constitución de una empresa, se eligió como la más adecuada para los accionistas la figura de compañía de

responsabilidad limitada, donde cada uno de los accionistas responde por su aporte de capital. El registro de la empresa reclutadora y seleccionadora de talento humano se hará bajo la razón social “Mundo Trabajo”, el portal web tendrá el nombre de megaempleos.com acompañada del slogan “El trabajo que siempre quisiste en tus manos”. La empresa se caracterizará por el compromiso, responsabilidad y trabajo en equipo, buscando siempre el mejoramiento continuo para brindar el mejor servicio a las medianas empresas del Distrito Metropolitano de Quito.

- La implementación del proyecto requiere de una inversión inicial de 56.308,12 dólares, los cuales corresponden 29.441 dólares a los activos fijos, los activos intangibles ascienden a 17.182,72 dólares y el capital de trabajo de 9.684,40 dólares. La inversión será financiada el 59% con recursos propios y el 41% con crédito de la CFN a 5 años con una tasa del 10,5% anual.
- La evaluación financiera para el proyecto puro arrojó un VAN de \$37.141,34, una TIR de 29% la cual es mayor a la tasa de descuento asumida. La inversión se recuperará en tres años con seis meses, y la relación beneficio-costos indica que por cada dólar invertido se obtendrá una utilidad de 0,04 centavos. Por otro lado para el proyecto del inversionista el VAN \$40.623,36, una TIR de 42% y la inversión se recuperará en dos años con ocho meses, mientras que la relación beneficio-costos indica que se obtendrá 0,07 centavos de utilidad por cada dólar invertido, lo cual indica que el proyecto es factible.
- Mediante el análisis de sensibilidad realizado se demostró que el proyecto era sensible a la disminución del precio y de la cantidad de empresas atendidas, sin embargo el VAN y el TIR continúan siendo positivos.
- Finalmente el proyecto para la creación de la empresa reclutadora y seleccionadora de talento humano “Mundo Trabajo” constituye un negocio viable, pues permite recuperar la inversión inicial y genera utilidades para los accionistas y empleados.

RECOMENDACIONES

- Asignar los recursos necesarios para la puesta en marcha del proyecto ya que los estudios de mercado, técnico, financiero y económico demuestran la factibilidad y rentabilidad del proyecto.
- Implementar estrategias a fin de promocionar adecuadamente la oferta del servicio, y así atender la mayor cantidad de contratos que sea posible.
- Elaborar programas de capacitación con el fin de mantener actualizados a los clientes internos.
- Implementar estrategias de publicidad y promoción con el fin de dar a conocer los servicios que se ofrecen.
- Suscribir convenios con los proveedores con el fin de mantener el precio en el mercado.
- Invertir en la expansión de la empresa de manera que los servicios tengan cobertura tanto nacional como internacional.

BIBLIOGRAFÍA

- CHIAVENATO Idalberto, *Administración de Recursos Humanos*, Segunda edición, McGraw – Hill Interamericana de Colombia.
- KOTLER P. Amstrong, *Fundamentos de Mercadotecnia*, Segunda Edición.
- BACA Urbina, Gabriel, *Evaluación de Proyectos*, Cuarta edición, México, McGraw Hill, 2001.
- FRANKLIN, Benjamín, *Organización y métodos un enfoque competitivo*, McGraw Hill, México.
- LAMB HAIR McDaniel, *Marketing*, Sexta Edición, Editorial Thomson, 2002.
- MENESES, Edilberto, *Preparación y evaluación de proyectos*.
- NASSIR Sapag Chain, *Proyectos de inversión, Formulación y Preparación*, Primera Edición, 2007.
- VIDURRI Aguirre H., *Matemáticas financieras*, Segundo edición, México, Thomson, 2011.
- MORA Zambrano A., *Matemáticas financieras*, Segunda edición, Buenos Aires, Grupo Guía, 2004.
- ANDRADE, S., *Planificación Estratégica*, Lima, 2001.
- PORTER Michael, *Estrategia Competitiva*, Técnica para el Análisis de los Sectores Industriales y de la Competencia, Editorial Continental, 2005.
- ZAPATA, Sánchez Pedro C.P.A *Contabilidad General*, Editorial McGraw-Hill, Quinta Edición 2005.
- LORA, Verónica, *Un Sitio en Internet, ¿Qué es la Web?*, España, 1999.

- CABRERA Henry, *Internet como medio de comunicación en Venezuela*, Instituto universitario de tecnología industrial Rodolfo Llero Arismendi, Caracas, Julio 1998.
- LERMA Alejandro, *Guía para el desarrollo de productos*, Tercera Edición; Thomson; 2004.
- KOTLER, Philip, *Dirección de Marketing*, La Edición del Milenio, Prentice Hall, México, 2001.
- SAPAG CHAIN, N. & SAPAG CHAIN, R., *Preparación y evaluación de proyectos*, cuarta edición, McGraw Hill, Chile, 2001.
- POPE Jeffrey, *Investigación de Mercados*, 1996.
- SALAZAR, Francis, *Gestión Estratégica de Negocios*, 2007.
- ANDRADE, S., *Planificación Estratégica*, Lima, 2001.
- HORNGREN, Foster, Datar. *Contabilidad de Costos*, Un enfoque Gerencial. Décima edición, Pearson Prentice Hall 2002, México.

ESTADÍSTICAS PÚBLICAS

- Superintendencia de Compañías
- Cámara de Comercio de Quito
- Instituto de Investigaciones Socio-Económicas y Tecnológicas INSOTEC, Diagnóstico de la Pequeña y Mediana Industria.

NET GRAFÍA

- <http://www.esmas.com>
- <http://www.google.com>
- <http://www.monografias.com>
- <http://www.gestiopolis.com>
- <http://www.wikipedia.org>
- <http://www.crecenegocios.com>
- <http://www.inec.gob.ec>
- <http://bce.fin.ec>
- <http://www.slideshare.net/llumiguanof/bienes-y-servicios-1706607>
- <http://www.scribd.com/doc/2671794/Sapag-Chain-PREPARACION-EVALUACION-DE-PROYECTOS>
- <http://www.viajes.es/america/ecuador/quito/quito-mapa-de-quito>
- <http://www.mitecnologico.com/Main/ConceptoEstadoDeResultados>
- <http://www.zonaeconomica.com/inversion/metodos>
- <http://www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/34/sensibilidad.htm>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Ciudad_de_Quito#Poblaci.C3.B3n
- <http://www.ecualinux.com/dedicados.html>
- <http://www.itescam.edu.mx/principal/sylabus/fpdb/recursos/r2583.DOC>
- http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/organigramas
- <http://www.monografias.com/trabajos3/presupuestos/presupuestos.shtml>
- http://www.wikilearning.com/articulo/el_estado_de_origen_y_aplicacion_de_fondos-uso_del_estado_de_origen/13142
- http://es.wikipedia.org/wiki/Tasa_de_descuento
- <http://www.crecenegocios.com/el-van-y-el-tir/>

ANEXOS

ANEXO A
ENCUESTA PILOTO

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ENCUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA RECLUTADORA DE TALENTO HUMANO			
OBJETIVO: ANALIZAR LA DEMANDA DE EMPRESAS QUE ESTARÍAN DISPUESTAS A ADQUIRIR UN NUEVO SERVICIO DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE TALENTO HUMANO MEDIANTE UN PORTAL WEB.			
INSTRUCCIONES: 1.- RESPONDA CON SINCERIDAD A LAS SIGUIENTES PREGUNTAS QUE SE PLANTEAN A CONTINUACIÓN 2.- LOS RESULTADOS DE ESTA ENCUESTA SERAN ANALIZADOS CON ABSOLUTA RESERVA 3.- SEÑALE CON UNA "X" EN EL LUGAR QUE CORRESPONDA			
FECHA:	CODIGO:		
ENCUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA RECLUTADORA Y DE PRESELECCIÓN DE TALENTO HUMANO			
1) ¿SU EMPRESA ACTUALMENTE COMO RECLUTA Y SELECCIONA LA TALENTO HUMANO REQUERIDO?			
<input type="checkbox"/>	A TRAVÉS DE EMPRESAS ESPECIALIZADAS.		
<input type="checkbox"/>	A TRAVÉS DEL PERSONAL DE SU EMPRESA.		
2) ¿CONTRATARÍA USTED UNA EMPRESA QUE UTILICE UN PORTAL WEB PARA LA PUBLICACIÓN DE ANUNCIOS LABORALES?			
<input type="checkbox"/>	SÍ	<input type="checkbox"/>	NO
3) ¿CON QUÉ FRECUENCIA REALIZA PROCESOS DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE PERSONAL? POR FAVOR ESPECÍFIQUE EL NÚMERO DE VECES.			
_____	MENSUAL	_____	SEMESTRAL
_____	TRIMESTRAL	_____	ANUAL
GRACIAS POR SU COLABORACIÓN			

ANEXO B

ENCUESTA DEFINITIVA

ENCUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA RECLUTADORA Y DE SELECCIÓN DE TALENTO HUMANO

OBJETIVO: ANALIZAR LA DEMANDA DE EMPRESAS QUE ESTARÍAN DISPUESTAS A ADQUIRIR UN NUEVO SERVICIO DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE TALENTO HUMANO MEDIANTE UN PORTAL WEB.

INSTRUCCIONES:

- 1.- RESPONDA CON SINCERIDAD A LAS SIGUIENTES PREGUNTAS QUE SE PLANTEAN A CONTINUACIÓN
- 2.- LOS RESULTADOS DE ESTA ENCUESTA SERAN ANALIZADOS CON ABSOLUTA RESERVA
- 3.- SEÑALE CON UNA "X" EN EL LUGAR QUE CORRESPONDA

1) ¿SU EMPRESA ACTUALMENTE COMO RECLUTA Y SELECCIONA LA TALENTO HUMANO REQUERIDO?

A TRAVÉS DE EMPRESAS ESPECIALIZADAS.

A TRAVÉS DEL PERSONAL DE SU EMPRESA.

2) ¿CON QUÉ FRECUENCIA REALIZA PROCESOS DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE PERSONAL? COLOQUE UNA X PARA INDICAR EL PROMEDIO DE CONTRATACIONES QUE REALIZA SU EMPRESA EN EL PERÍODO SELECCIONADO.

FRECUENCIA

NO. DE CONTRATACIONES EN ESTE PERÍODO

PERÍODO

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
MENSUAL												
ANUAL												
SEMESTRAL												
ANUAL												

OTRO: _____

3) ¿CONTRATARÍA USTED UNA NUEVA EMPRESA QUE UTILICE UN PORTAL WEB PARA LA PUBLICACIÓN DE ANUNCIOS LABORALES?

SÍ

NO

¿POR QUÉ? _____

4) ¿CUÁL ES EL FACTOR MÁS IMPORTANTE AL MOMENTO DE CONTRATAR UN SERVICIO DE RECLUTAMIENTO?

PRECIO CALIDAD DEL SERVICIO

FINANCIAMIENTO PRESTIGIO DEL PROVEEDOR

PROMOCIONES CONFIDENCIALIDAD

OTROS ¿CUÁLES?: _____

5) ¿CON CUÁL DE LOS SIGUIENTES PORTALES SU EMPRESA REALIZA EL PROCESO DE RECLUTAMIENTO?

MULTITRABAJOS.COM KMEYO.COM

PORFINEMPLEO.COM OTRO: _____
¿CUÁL?: _____

6) ¿QUÉ TIPO DE SERVICIO DE PUBLICACIÓN DE ANUNCIOS PREFIERE SU ORGANIZACIÓN?			
STANDARD (NORMAL)	<input type="checkbox"/>		
PREMIUM (DESTACADO)	<input type="checkbox"/>		
7) ¿CUÁL DE LAS SIGUIENTES CONSIDERA LA PRINCIPAL FUNCIÓN QUE DEBE REALIZAR UN PORTAL WEB?			
RECLUTAMIENTO DE TALENTO HUMANO		<input type="checkbox"/>	
PRESELECCIÓN DE CANDIDATOS		<input type="checkbox"/>	
ASESORÍA Y CAPACITACIÓN		<input type="checkbox"/>	
OTROS ¿CUÁLES?: _____			
8) ¿ESTÁ SATISFECHO CON SU ACTUAL PORTAL WEB DE RECLUTAMIENTO DE TALENTO HUMANO?			
SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
9) ¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR MENSUALMENTE POR PUBLICAR ANUNCIOS DE EMPLEO EN UN NUEVO PORTAL WEB?			
MENOS DE \$200	<input type="checkbox"/>	DE \$200 A \$400	<input type="checkbox"/>
		MÁS DE \$400	<input type="checkbox"/>
10) ¿EN QUÉ PARTE DE LA CUIDAD PREFERIRÍA QUE OPERE LAS OFICINAS DEL NUEVO PORTAL WEB?			
NORTE	<input type="checkbox"/>	CENTRO NORTE	<input type="checkbox"/>
		SUR	<input type="checkbox"/>
11) ¿POR CUAL MEDIO PUBLICITARIO LE GUSTARÍA INFORMARSE SOBRE LOS SERVICIO QUE SE OFRECERÁ?			
TELEVISION	<input type="checkbox"/>	RADIO	<input type="checkbox"/>
PRENSA ESCRITA	<input type="checkbox"/>	PANFLETOS	<input type="checkbox"/>
INTERNET	<input type="checkbox"/>	OTROS	<input type="checkbox"/>
GRACIAS POR SU COLABORACIÓN			

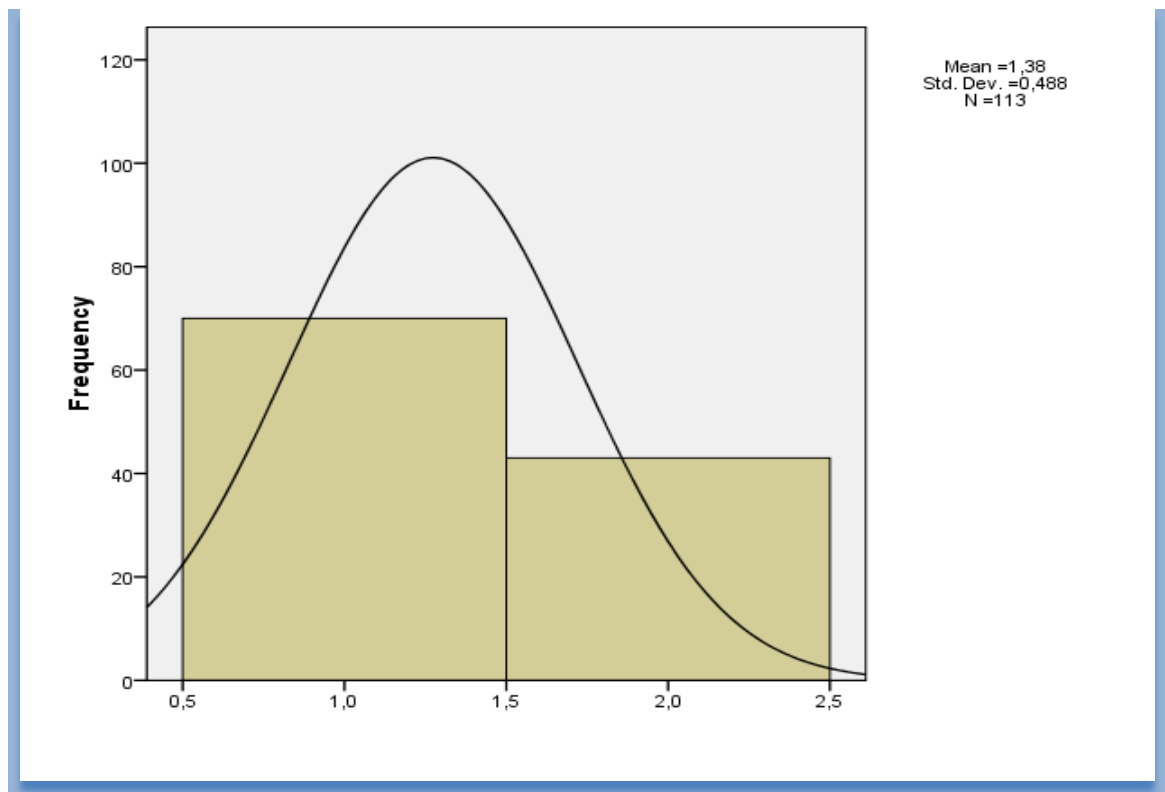
ANEXO C
PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA
INVESTIGACIÓN DE MERCADEO

1) ¿SU EMPRESA ACTUALMENTE COMO RECLUTA Y SELECCIONA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	A través de empresas especializadas	70	61,9	61,9	61,9
	A través del personal de su empresa	43	38,1	38,1	100
	Total	113	100	100	

LA TALENTO HUMANO REQUERIDO?

- A TRAVÉS DE EMPRESAS ESPECIALIZADAS.
- A TRAVÉS DEL PERSONAL DE SU EMPRESA.

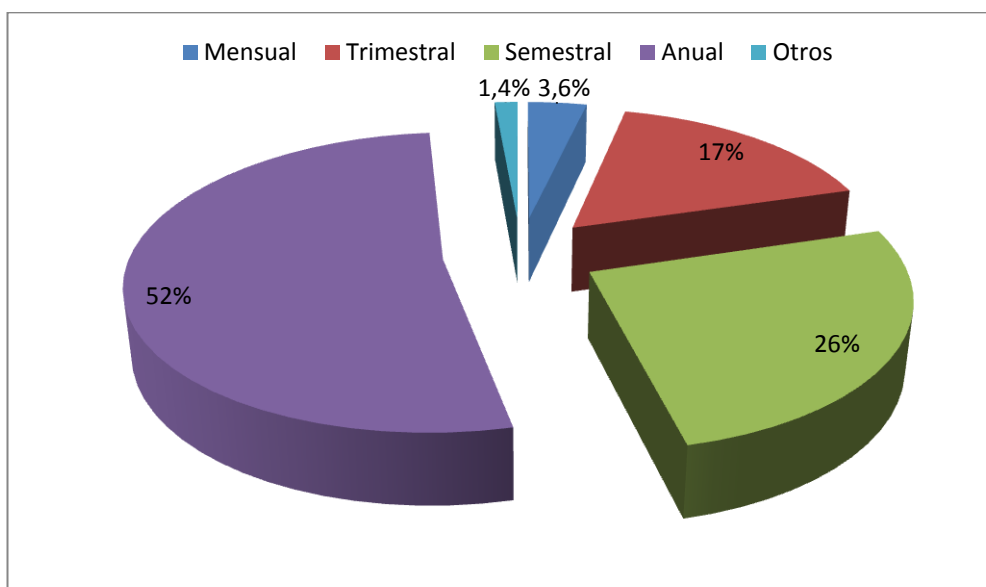


2) ¿CON QUÉ FRECUENCIA REALIZA PROCESOS DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE PERSONAL?

PERÍODO

- MENSUAL
- TRIMESTRAL
- SEMESTRAL
- ANUAL

		Frecuencia	Porcentaje Válido
Válidos	Mensual	3	3,6
	Trimestral	12	16,8
	Semestral	18	25,9
	Anual	36	52,2
	Otros	1	1,4
	Total	70	100
Perdidos	Sistema	43	
Total		113	

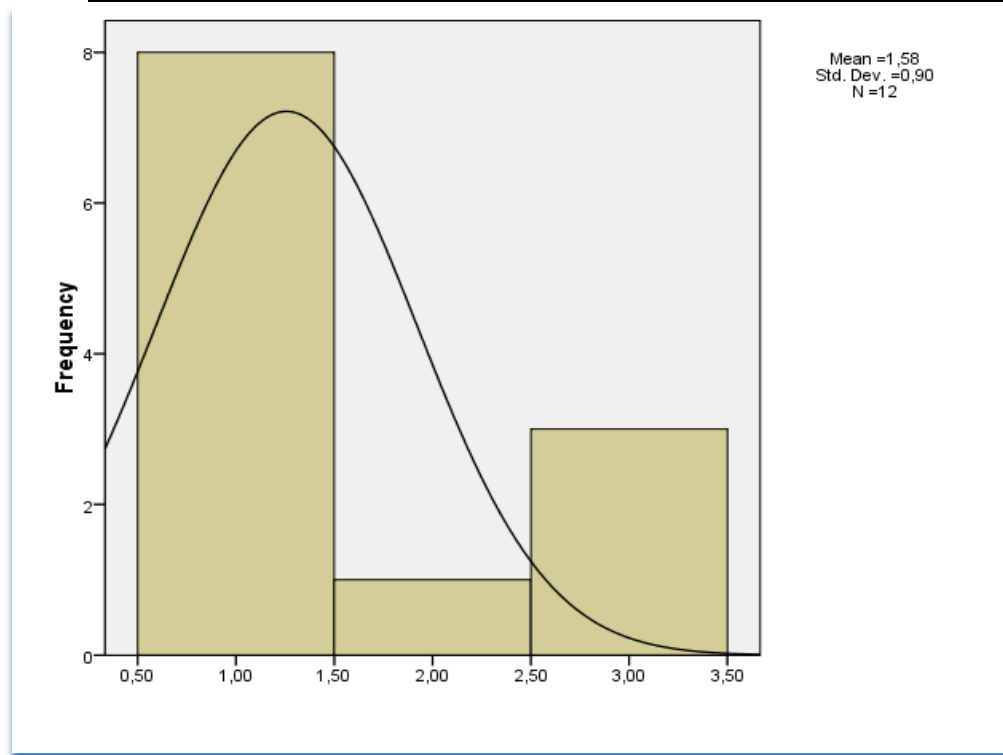


PROMEDIO DE CONTRATACIÓN MENSUAL

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	1 vez	3	2,7	100,0	100,0
Perdidos		110	97,3		
Total		113	100,0		

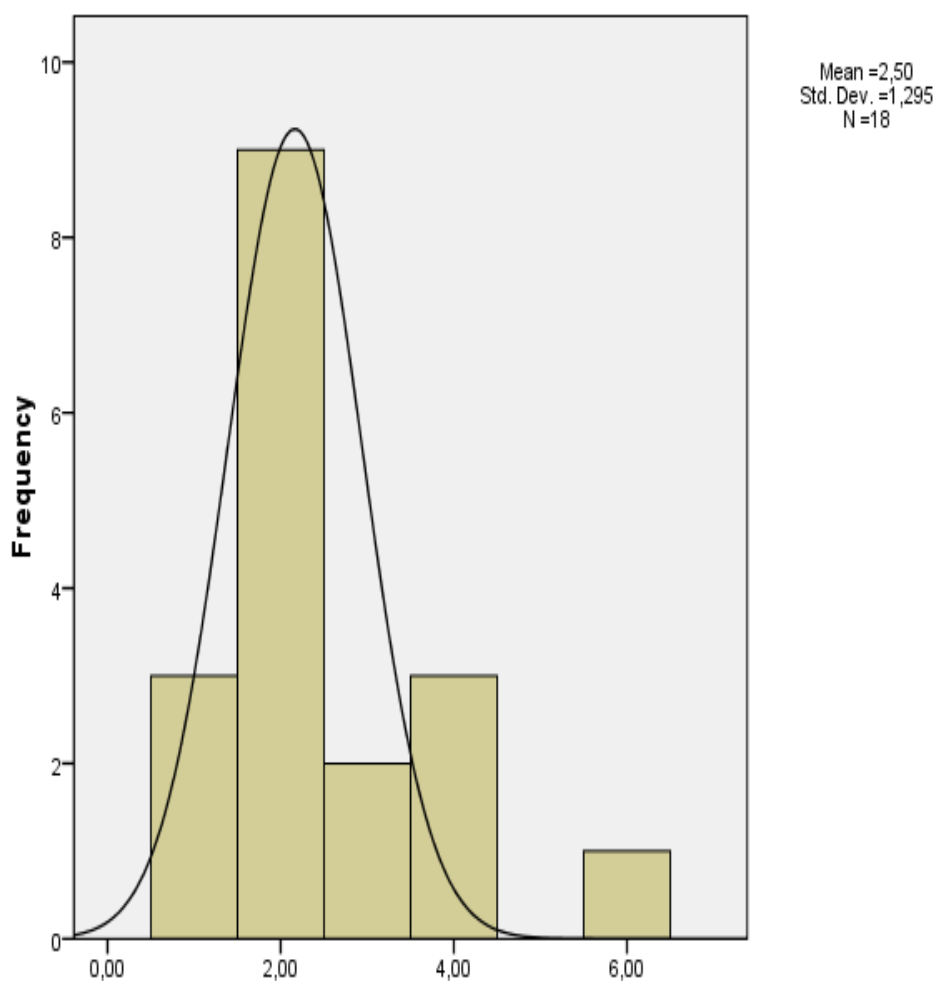
PROMEDIO DE CONTRATACIÓN TRIMESTRAL

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	1 vez	8	7,1	66,7	66,7
	2 veces	1	,9	8,3	75,0
	3 veces	3	2,7	25,0	100,0
	Total	12	10,6	100,0	
Perdidos		101	89,4		
Total		113	100,0		



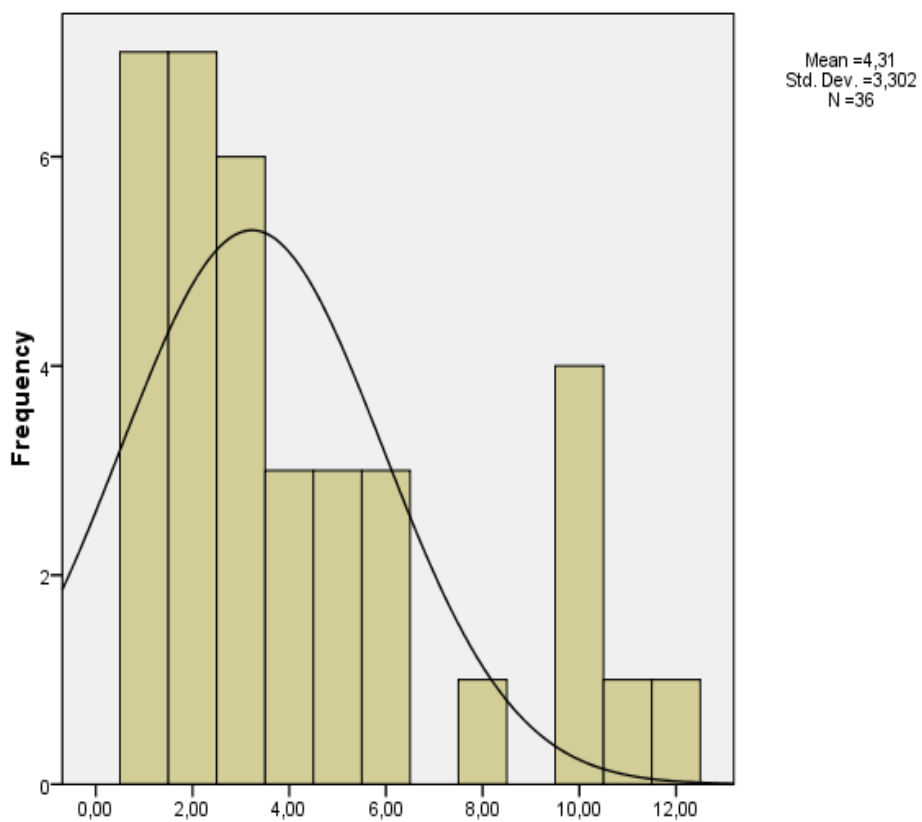
PROMEDIO DE CONTRATACIÓN SEMESTRAL

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos 1 vez	3	2,7	16,7	16,7
2 veces	9	8,0	50,0	66,7
3 veces	2	1,8	11,1	77,8
4 veces	3	2,7	16,7	94,4
6 veces	1	,9	5,6	100,0
Total	18	15,9	100,0	
Perdidos	95	84,1		
Total	113	100,0		



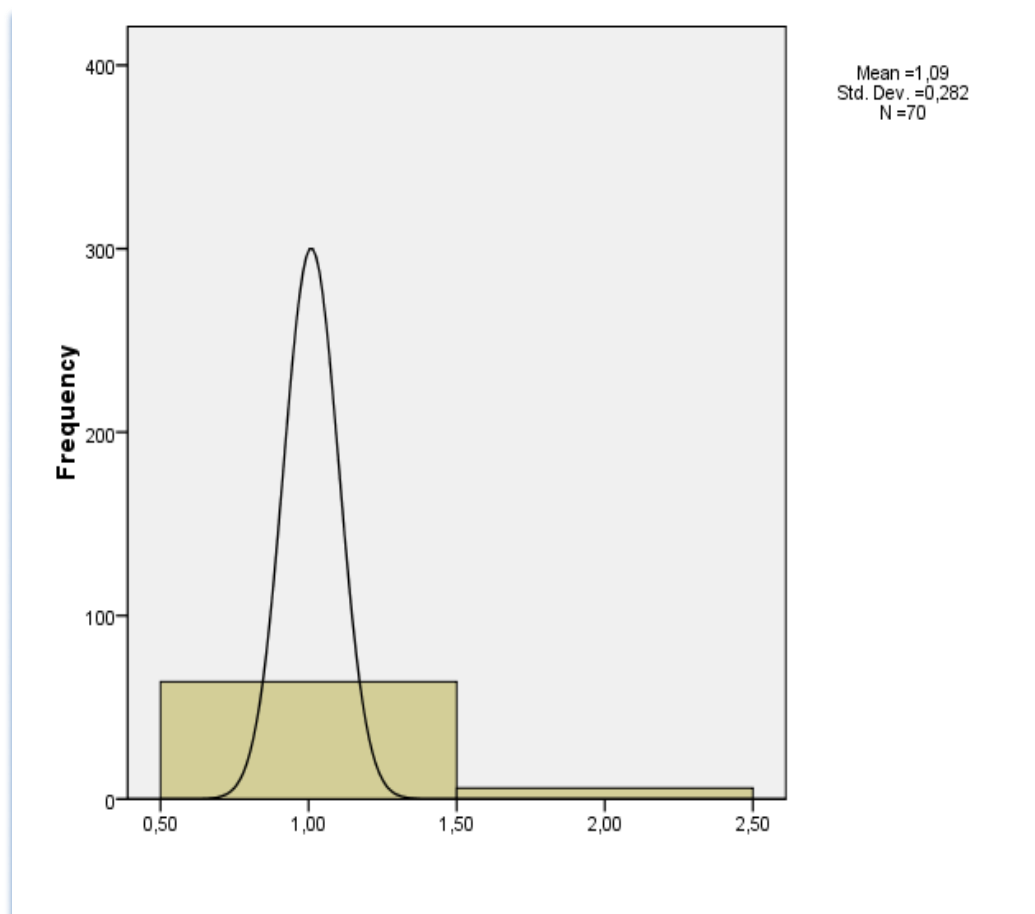
PROMEDIO DE CONTRATACIÓN ANUAL

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	1 vez	7	6,2	19,4	19,4
	2 veces	7	6,2	19,4	38,9
	3 veces	6	5,3	16,7	55,6
	4 veces	3	2,7	8,3	63,9
	5 veces	3	2,7	8,3	72,2
	6 veces	3	2,7	8,3	80,6
	8 veces	1	,9	2,8	83,3
	10 veces	4	3,5	11,1	94,4
	11 veces	1	,9	2,8	97,2
	12 veces	1	,9	2,8	100,0
	Total	36	31,9	100,0	
Perdidos		77	68,1		
Total		113	100,0		



3) ¿CONTRATARÍA USTED UNA NUEVA EMPRESA QUE UTILICE UN PORTAL WEB PARA LA PUBLICACIÓN DE ANUNCIOS LABORALES?

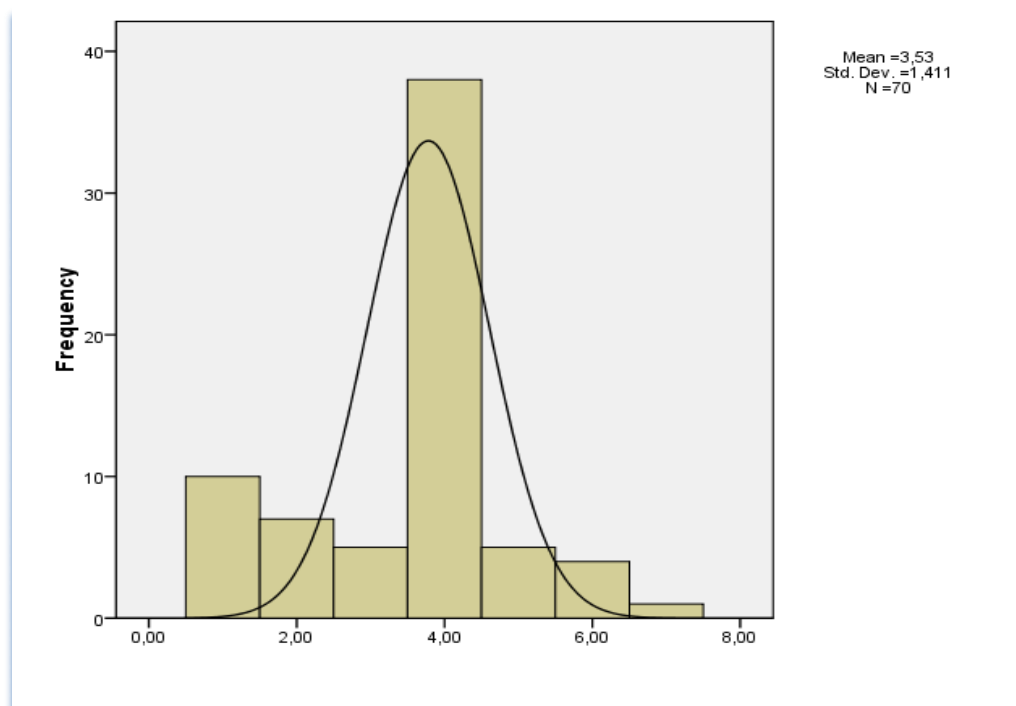
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Sí	64	56,6	91,4	91,4
	No	6	5,3	8,6	100
	Total	70	61,9	100	
Perdidos	Sistema	43	38,1		
Total		113	100		



4) ¿CUÁL ES EL FACTOR MÁS IMPORTANTE AL MOMENTO DE CONTRATAR UN SERVICIO DE RECLUTAMIENTO?

- PRECIO
- FINANCIAMIENTO
- PROMOCIONES
- CALIDAD DEL SERVICIO
- PRESTIGIO DEL PROVEEDOR
- CONFIDENCIALIDAD

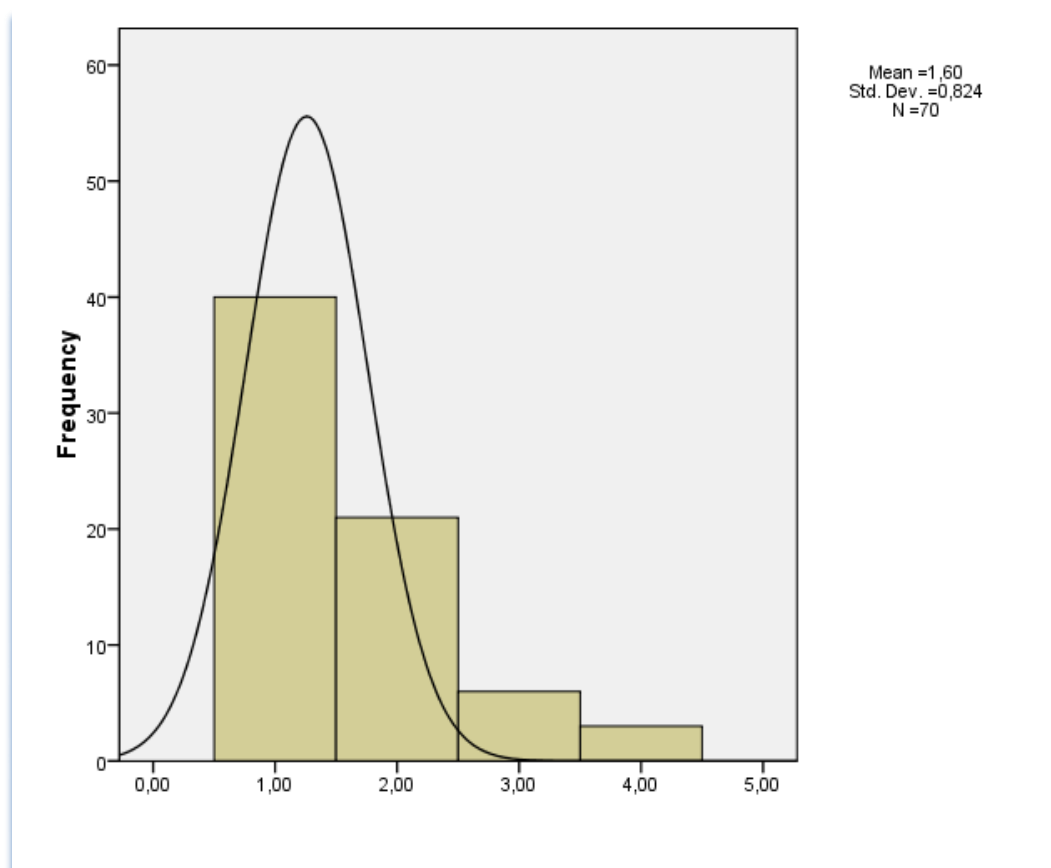
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Precio	10	8,8	14,3	14,3
	Financiamiento	7	6,2	10	24,3
	Promociones	5	4,4	7,1	31,4
	Calidad de Servicio	38	33,6	54,3	85,7
	Prestigio del Proveedor	5	4,4	7,1	92,9
	Confidencialidad	4	3,5	5,7	98,6
	Otros	1	0,9	1,4	100
	Total	70	61,9	100	
Perdidos	Sistema	43	38,1		
Total		113	100		



5) ¿CON CUÁL DE LOS SIGUIENTES PORTALES SU EMPRESA REALIZA EL PROCESO DE RECLUTAMIENTO?

- MULTITRABAJOS.COM
- PORFINEMPLEO.COM
- KMEYO.COM

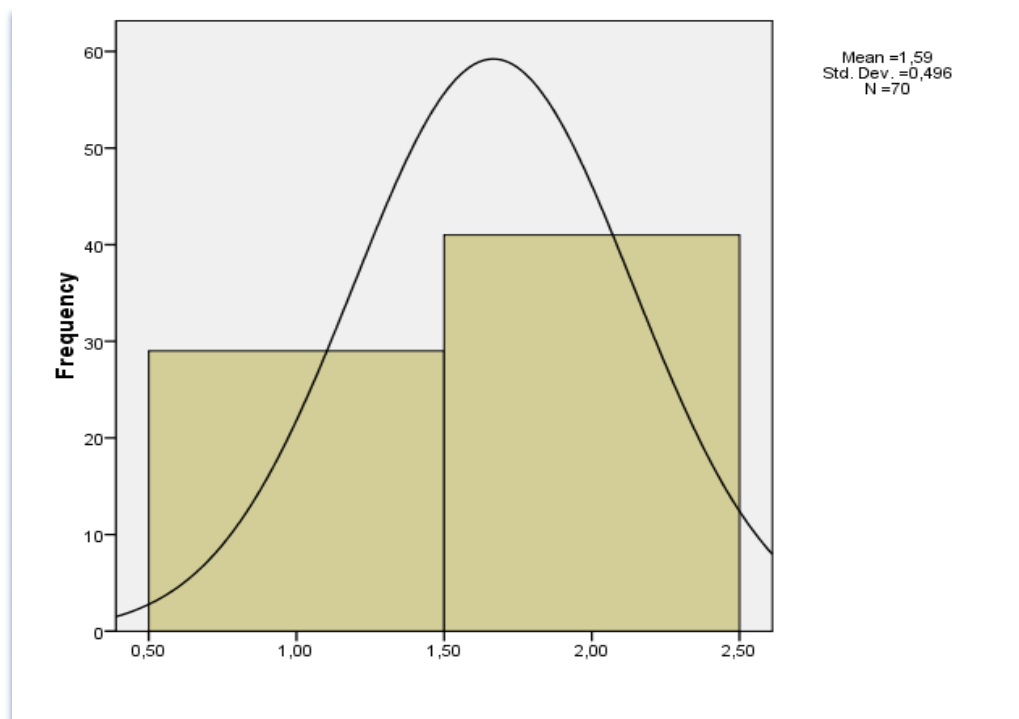
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Multitrabajos.com	40	35,4	57,1	57,1
	Porfinempleo.com	21	18,6	30	87,1
	Kmeyo.com	6	5,3	8,6	95,7
	Otro	3	2,7	4,3	100
	Total	70	61,9	100	
Perdidos	Sistema	43	38,1		
Total		113	100		



6) ¿QUÉ TIPO DE SERVICIO DE PUBLICACIÓN DE ANUNCIOS PREFERE SU ORGANIZACIÓN?

- ESTANDAR
- PREMIUM

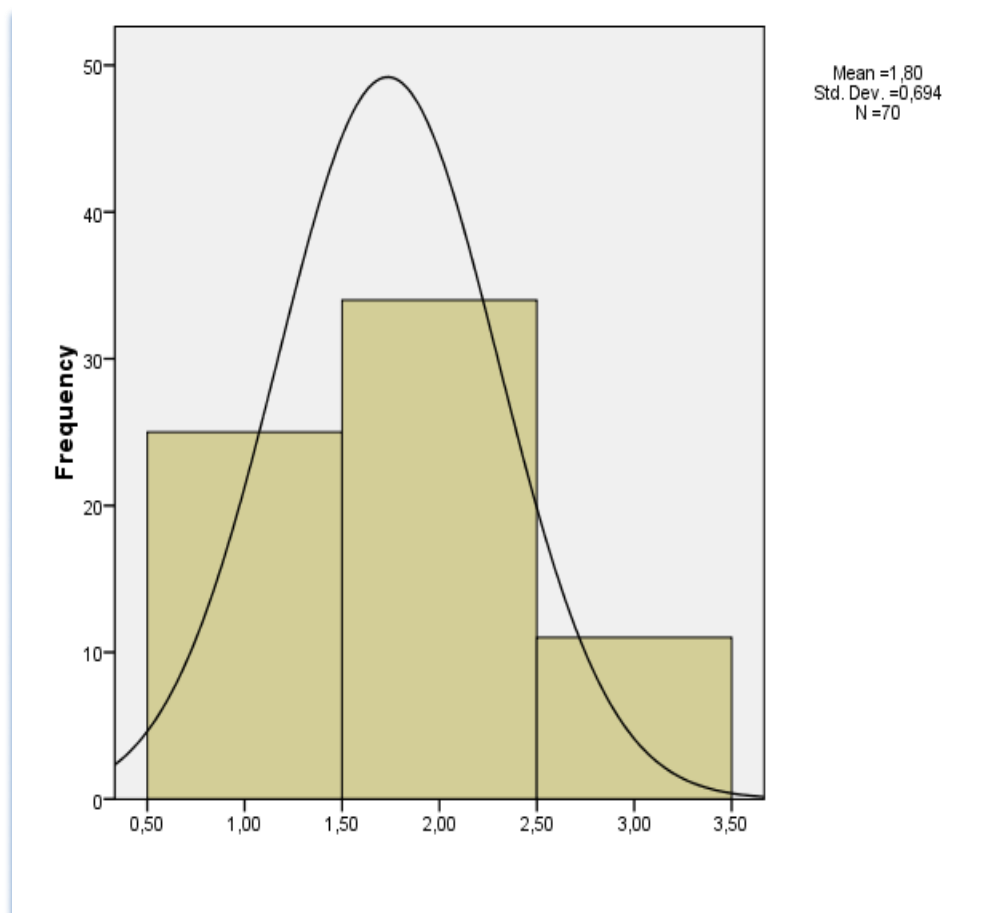
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Estándar (Normal)	29	25,7	41,4	41,4
	Premium (Destacado)	41	36,3	58,6	100
	Total	70	61,9	100	
Perdidos	Sistema	43	38,1		
Total		113	100		



7) ¿CUÁL DE LAS SIGUIENTES CONSIDERA LA PRINCIPAL FUNCIÓN QUE DEBE REALIZAR UN PORTAL WEB?

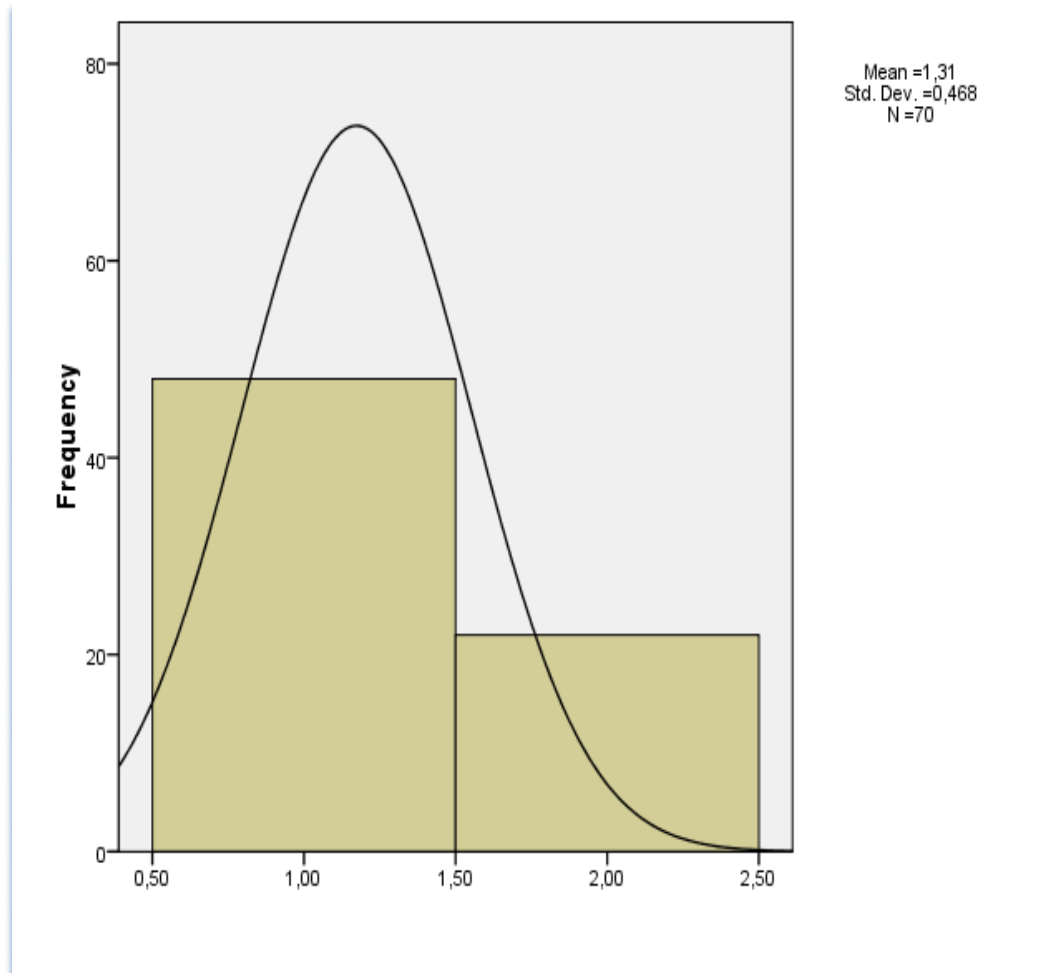
- RECLUTAMIENTO DE TALENTO HUMANO
- PRESELECCIÓN DE TALENTO HUMANO
- ASESORÍA Y CAPITACIÓN

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Reclutamiento	25	22,1	35,7	35,7
	Preselección de Candidatos	34	30,1	48,6	84,3
	Asesoría y Capacitación	11	9,7	15,7	100
	Total	70	61,9	100	
Perdidos	Sistema	43	38,1		
Total		113	100		



8) ¿ESTÁ SATISFECHO CON SU ACTUAL PORTAL WEB DE RECLUTAMIENTO DE TALENTO HUMANO?

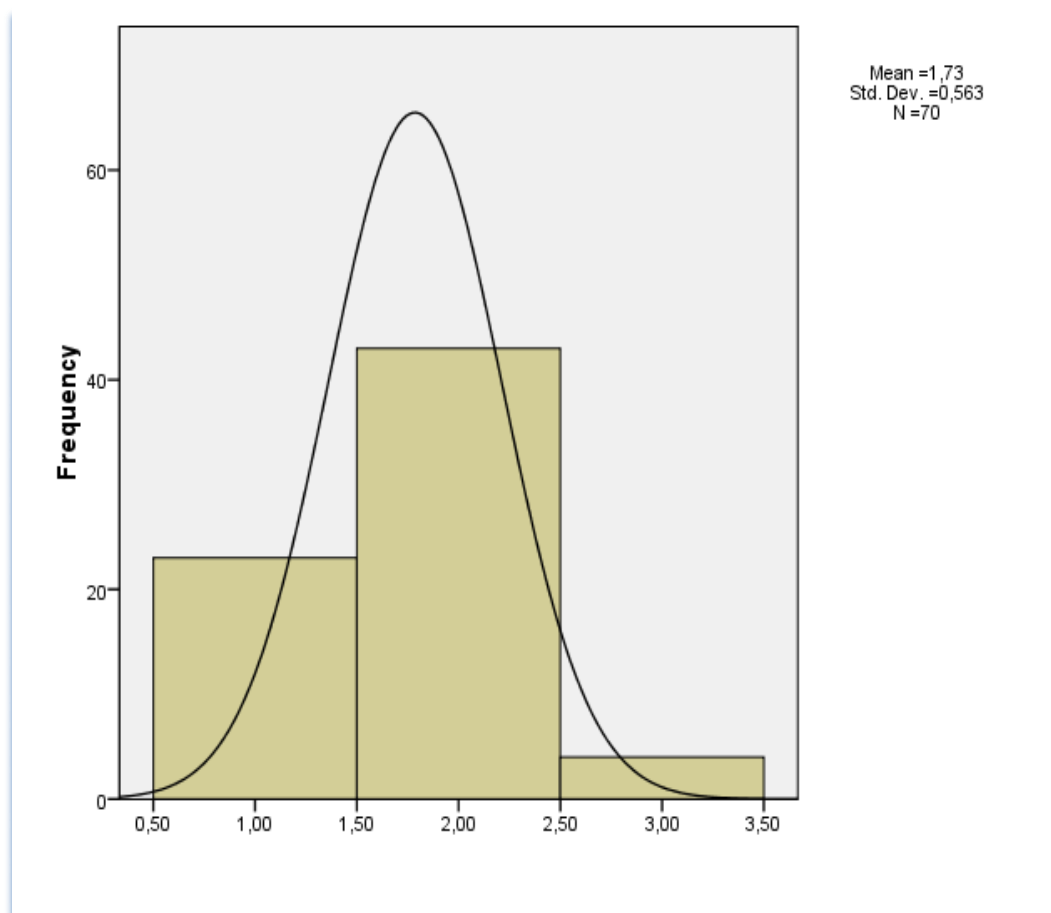
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Sí	22	19,5	31,4	31,4
	No	48	42,5	68,6	100
	Total	70	61,9	100	
Perdidos	Sistema	43	38,1		
Total		113	100		



9) ¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR MENSUALMENTE POR PUBLICAR ANUNCIOS DE EMPLEO EN UN NUEVO PORTAL WEB?

- MENOS DE \$200
- DE \$200 A \$400
- MÁS DE \$400

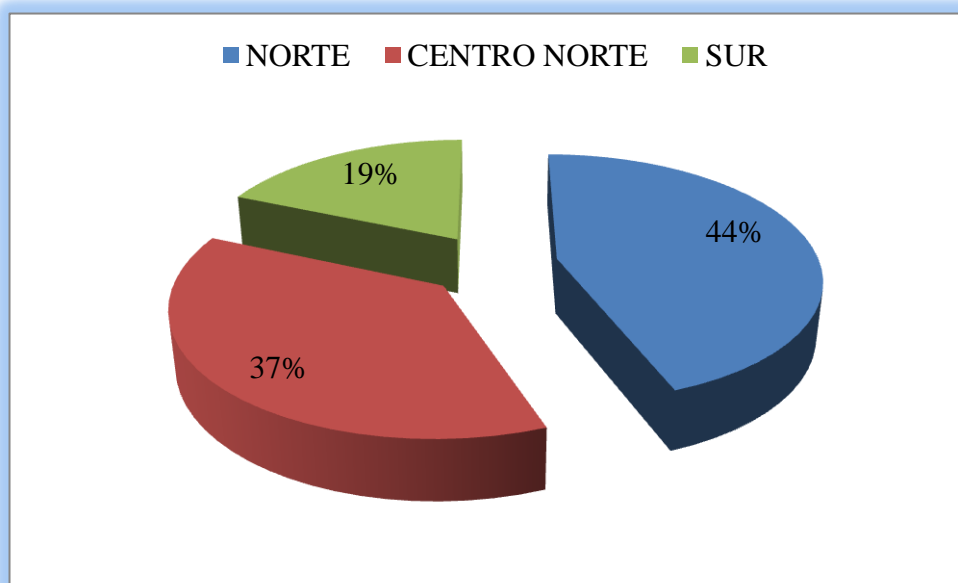
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Menos de \$200	23	20,4	32,9	32,9
	De \$200 a \$400	43	38,1	61,4	94,3
	Más de \$400	4	3,5	5,7	100
	Total	70	61,9	100	
Perdidos	Sistema	43	38,1		
Total		113	100		



10) ¿EN QUÉ PARTE DE LA CIUDAD PREFERIRÍA QUE OPERE LAS OFICINAS DEL NUEVO PORTAL WEB?

- NORTE
- CENTRO NORTE
- SUR

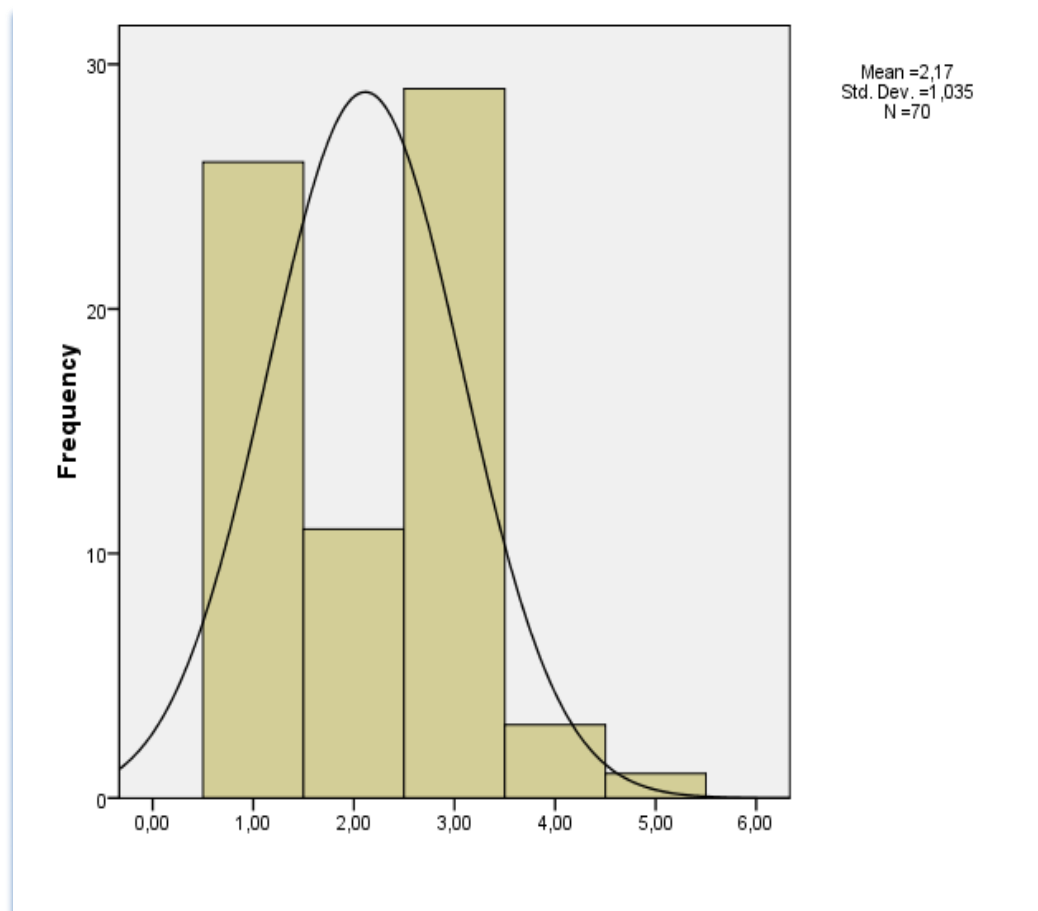
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Válidos	Norte	31	27,41	44,29
	Centro	26	22,99	37,14
	Sur	13	11,50	18,57
	Total	70	61,9	100
Perdidos	Sistema	43	38,1	
Total		113	100	



11) ¿POR CUAL MEDIO PUBLICITARIO LE GUSTARIA INFORMARSE SOBRE LOS SERVICIO QUE SE OFRECERÁ?

- TELEVISIÓN
- PRENSA ESCRITA
- INTERNET
- PRENSA RADIAL
- PANFLETOS

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Televisión	26	23	37,1	37,1
	Prensa escrita	11	9,7	15,7	52,9
	Internet	29	25,7	41,4	94,3
	Radio	3	2,7	4,3	98,6
	Panfletos	1	0,9	1,4	100
	Total	70	61,9	100	
Perdidos	Sistema	43	38,1		
Total		113	100		



ANEXO D

CLASIFICACIÓN DE EMPRESAS POR LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS



Número Total de Compañías

A Diciembre del 2008

Por Provincia y Actividad Económica

PROVINCIA	TOTAL CIU REV.3	A Agricultura, Ganadería, Caza y Silvicultura	B Pesca	C Explotación de Minas y Canteras	D Industrias Manufactureras	E Suministros de Electricidad, Gas y Agua	F Construcción	G Comercial por Mayor y al Por Menor...	H Hoteles y Restaurantes	I Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	J Intermediación Financiera	K Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler	L Administración Pública y Defensa	M Enseñanza	N Actividades de Servicios Sociales y de Salud	O Otras Actividades Comunitarias Sociales y Personales de Tipo Servicios	P Hogares Privados con Servicio Doméstico
COSTA	21.461	1.407	702	123	1.687	50	1.361	6.103	239	1.399	160	7.592	2	129	223	283	1
EL ORO	883	105	107	40	53	1	60	262	7	118	0	96	1	10	12	11	0
ESMERALDAS	131	12	0	2	12	1	8	26	3	43	0	19	0	1	0	4	0
GUAYAS	18.875	1185	463	76	1457	38	1118	549	206	1042	152	7111	1	109	182	244	1
LOS RIOS	195	51	0	0	24	1	13	50	0	26	0	22	0	2	5	1	0
MANABI	1.167	48	108	3	119	7	152	229	17	148	7	283	0	7	22	17	0
SANTA ELENA	210	6	24	2	22	2	10	46	6	22	1	61	0	0	2	6	0
SIERRA	16.608	703	14	265	1.776	76	757	4.72	341	2.636	125	4.406	7	189	315	268	3

								7										
AZUAY	1.724	56	3	11	216	5	58	498	35	407	19	317	0	39	48	12	0	
BOLIVAR	21	0	0	0	3	1	2	2	0	13	0	0	0	0	0	0	0	
CAÑAR	130	5	0	1	4	2	6	8	2	90	1	6	0	1	3	1	0	
CARCHI	71	3	0	0	3	1	0	6	1	50	0	7	0	0	0	0	0	
COTOPAXI	228	40	0	0	20	1	1	26	3	122	0	13	0	1	1	0	0	
CHIMBORAZO	190	9	0	0	13	1	16	46	4	60	0	27	0	4	6	4	0	
IMBABURA	287	19	0	1	20	2	11	56	8	135	0	24	0	3	5	3	0	
LOJA	304	13	0	11	27	7	49	53	5	70	0	51	0	7	8	3	0	
PICHINCHA	12.797	499	8	239	1356	48	573	375	269	1502	103	3866	6	114	219	233	3	
TUNGURAHUA	575	19	1	1	86	6	17	209	9	126	0	60	0	16	16	9	0	
SANTO DOMINGO DE LOS	281																	
TSACHILAS		40	2	1	28	2	24	64	5	61	2	35	1	4	9	3	0	
ORIENTE	269	2	0	6	10	2	48	29	3	146	0	19	0	1	2	1	0	
MORONA SANTIAGO	41	0	0	0	0	0	3	6	0	28	0	3	0	0	1	0	0	
NAPO	19	1	0	0	1	0	0	0	1	14	0	1	0	1	0	0	0	
PASTAZA	41	0	0	0	3	0	14	4	0	20	0	0	0	0	0	0	0	
ZAMORA CHINCHIPE	44	0	0	1	1	1	5	2	0	33	0	1	0	0	0	0	0	
SUCUMBIOS	55	1	0	3	1	1	11	15	1	14	0	7	0	0	1	0	0	
ORELLANA	69	0	0	2	4	0	15	2	1	37	0	7	0	0	0	1	0	
INSULAR O GALAPAGOS	87	0	0	1	3	2	3	5	5	59	0	7	1	1	0	0	0	
GALAPAGOS	87	0	0	1	3	2	3	5	5	59	0	7	1	1	0	0	0	
Total Provincia	38.425	2.112	716	395	3.476	130	2.169	10.864	588	4.240	285	12.024	10	320	540	552	4	

ANEXO E
NÚMERO DE MEDIANAS EMPRESAS DEL DMQ

NÚMERO DE COMPAÑÍAS EN FUNCIÓN DE DISTINTAS VARIABLES

[Haga clic aquí para VER los parámetros actuales de esta consulta y/o modificarlos](#)

Haga clic sobre los botones para seleccionar la variable que desea analizar

ACTIVIDAD ECONOMICA	SITUACION GEOGRAFICA	TIPO DE COMPAÑIA	SITUACION LEGAL	INTENDENCIA
---------------------	----------------------	------------------	-----------------	-------------

CLASIFICACION: ACTIVIDAD ECONOMICA (CIIU)

Año:	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Número de compañías:	753	936	1.045	1.097	1.302	1.411	1.563	1.751	1.162	1.090
<u>D INDUSTRIAS MANUFACTURERAS.</u>	206	242	257	245	269	268	283	313	251	221
<u>G COMERCIO AL POR MAYOR Y AL POR MENOR; REPARACION DE VEHICULOS AUTOMOTORES, MOTOCICLETAS, EFECTOS PERSONALES Y ENSERES DOMESTICOS.</u>	325	422	474	497	580	641	722	794	553	521
<u>I TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y COMUNICACIONES.</u>	69	84	96	110	138	163	172	201	98	100
<u>K ACTIVIDADES INMOBILIARIAS, EMPRESARIALES Y DE ALQUILER.</u>	153	188	218	245	315	339	386	443	260	248

El número de empresas corresponde al acumulado hasta el 31 de Diciembre de cada año

http://www.infoempresas.supercias.gov.ec/cognos8/cgi-bin/cognosisapi.dll?b_action=cognosViewer&ui.action=run&ui.object=%2fcontent%2ffolder%5b%40name%3d%27Sector%20Empresarial%27%5d%2freport%5b%40name%3d%27N%c3%bamero%20de%20Compa%c3%b1%c3%adas%20por%20Variable%27%5d&ui.name=N%c3%bamero%20de%20Compa%c3%b1%c3%adas%20por%20Variable&run.outputFormat=&run.prompt=true#

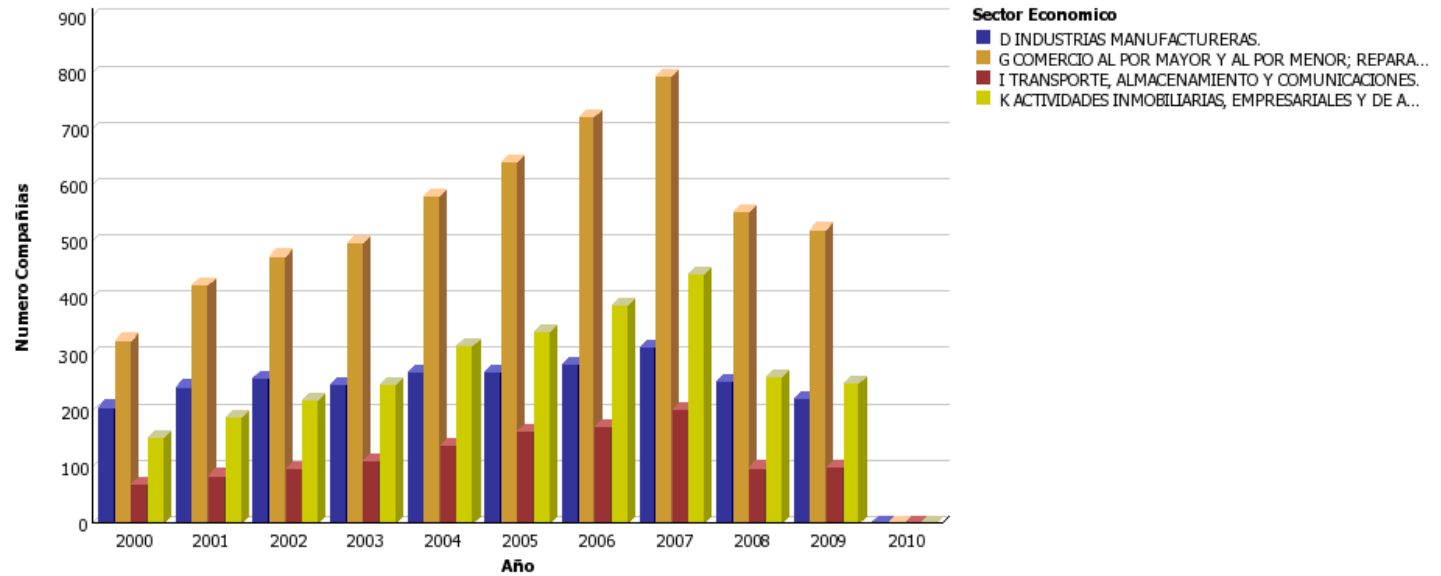
NÚMERO DE COMPAÑÍAS EN FUNCIÓN DE DISTINTAS VARIABLES

[Haga clic aquí para VER los parámetros actuales de esta consulta y/o modificarlos](#)

Haga clic sobre los botones para seleccionar la variable que desea analizar

ACTIVIDAD ECONOMICA	SITUACION GEOGRAFICA	TIPO DE COMPAÑIA	SITUACION LEGAL	INTENDENCIA
---------------------	----------------------	------------------	-----------------	-------------

CLASIFICACION: ACTIVIDAD ECONOMICA (CIIU)



El número de empresas corresponde al acumulado hasta el 31 de Diciembre de cada año

ANEXO F
PERSONAL OCUPADO POR ACTIVIDAD ECONÓMICA

ACTIVIDAD ECONÓMICA CIU 3	TOTAL		PERSONAL OCUPADO			
	Número Cías.	Personal Ocupado	No. Empleados Directivos	No. Empleados Administrativos	No. Empleados Producción	No. Empleados Otros
AGRICULTURA, GANADERIA, CAZA Y SILVICULTURA	2112	59.176	1.359	6.452	47.614	3.751
PESCA.	716	10.733	393	1.224	7.159	1.957
EXPLOTACION DE MINAS Y CANTERAS.	395	8.364	304	826	6.394	840
INDUSTRIAS MANUFACTURERAS.	3476	117.591	3.252	22.773	79.112	12.454
SUMINISTROS DE ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA.	130	7.608	250	2.663	2.689	2.006
CONSTRUCCION.	2169	24.762	1.187	3.806	14.205	5.564
COMERCIO AL POR MAYOR Y AL POR MENOR; REPARACION DE VEHICULOS AUTOMOTORES, MOTOCICLETAS, EFECTOS PERSONALES Y ENSERES DOMESTICOS.	10864	121.276	7.509	41.030	39.842	32.895
HOTELES Y RESTAURANTES	588	11.716	374	1.625	8.360	1.357
TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y COMUNICACIONES.	4240	33.454	2.451	10.585	11.978	8.440
INTERMEDIACION FINANCIERA.	285	1.906	184	1.019	362	341
ACTIVIDADES INMOBILIARIAS, EMPRESARIALES Y DE ALQUILER.	12024	99.772	6.711	19.042	51.611	22.408
ADMINISTRACION PÚBLICA Y DEFENSA; PLANES DE SEGURIDAD SOCIAL DE AFILIACION OBLIGATORIA.	10	11	5	4	0	2
ENSEÑANZA.	320	6.979	296	1.630	2.505	2.548
ACTIVIDADES DE SERVICIOS SOCIALES Y DE SALUD.	540	6.575	382	3.121	1.640	1.432
OTRAS ACTIVIDADES COMUNITARIAS SOCIALES Y PERSONALES DE TIPO SERVICIOS.	552	8.614	327	1.938	4.250	2.099
HOGARES PRIVADOS CON SERVICIO DOMESTICO.	4	20	0	0	0	20
TOTAL ACTIVIDAD ECONÓMICA	38425	518557	24984	117738	277721	98114

Elaboración: Dirección de Estudios Económicos Societarios

ANEXO G

CLASIFICACIÓN INCE Y SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS

CIIU3	DESCRIPCIÓN
A	AGRICULTURA, GANADERIA, CAZA Y SILVICULTURA
A0111	CULTIVO DE CEREALES Y OTROS CULTIVOS N.C.P.
A0112	CULTIVO DE HORTALIZAS Y LEGUMBRES, ESPECIALIDADES HORTICOLAS Y PRODUCTOS DE VIVERO.
A0113	CULTIVO DE FRUTAS, NUECES Y PLANTAS QUE SE UTILIZAN PARA PREPARAR BEBIDAS Y ESPECIAS.
A0121	CRÍA DE GANADO VACUNO Y DE OVEJAS, CABRAS, CABALLOS, ASNOS, MULAS Y BURDEGANOS; CRÍA DE GANADO LECHERO.
A0122	CRÍA DE OTROS ANIMALES DOMESTICOS; ELABORACION DE PRODUCTOS ANIMALES N.C.P.
A0130	CULTIVO DE PRODUCTOS AGRICOLAS EN COMBINACION CON LA CRÍA DE ANIMALES DOMESTICOS (EXPLOTACION MIXTA).
A0140	ACTIVIDADES AGRICOLAS Y GANADERAS DE TIPO SERVICIO, EXCEPTO LAS ACTIVIDADES VETERINARIAS.
A0150	CAZA ORDINARIA Y MEDIANTE TRAMPAS Y REPOBLACION DE ANIMALES DE CAZA, INCLUSO ACTIVIDADES DE TIPO SERVICIO CONEXAS.
A0200	SILVICULTURA, EXTRACCION DE MADERA Y ACTIVIDADES DE TIPO SERVICIO CONEXAS.
B	PESCA.
B0500	PESCA, EXPLOTACION DE CRIADEROS DE PECES Y GRANJAS PISCICOLAS; ACTIVIDADES DE TIPO SERVICIO RELACIONADAS CON LA PESCA.
C	EXPLOTACION DE MINAS Y CANTERAS.
C1010	EXTRACCION Y AGLOMERACION DE CARBON DE PIEDRA.
C1020	EXTRACCION Y AGLOMERACION DE LIGNITO.
C1030	EXTRACCION Y AGLOMERACION DE TURBA.
C1110	EXTRACCION DE PETROLEO CRUDO Y DE GAS NATURAL.
C1120	ACTIVIDADES DE TIPO SERVICIO RELACIONADAS CON LA EXTRACCION DE PETROLEO Y DE GAS, EXCEPTO LAS ACTIVIDADES DE PROSPECCION.
C1200	EXTRACCION DE MINERALES DE URANIO Y DE TORIO.
C1310	EXTRACCION DE MINERALES DE HIERRO.
C1320	EXTRACCION DE MINERALES METALIFEROS NO FERROSOS, EXCEPTO MINERALES DE URANIO Y DE TORIO.
C1410	EXTRACCION DE PIEDRA, ARENA Y ARCILLA.
C1421	EXTRACCION DE MINERALES PARA LA FABRICACION DE ABONOS Y PRODUCTOS QUIMICOS.
C1422	EXTRACCION DE SAL.
C1429	EXPLOTACION DE OTRAS MINAS Y CANTERAS N.C.P.
D	INDUSTRIAS MANUFACTURERAS.
D1511	PRODUCCION DE CARNE Y DE PRODUCTOS CARNICOS.
D1512	ELABORACION Y CONSERVACION DE PESCADO Y DE PRODUCTOS DE PESCADO.
D1513	ELABORACION DE FRUTAS, LEGUMBRES Y HORTALIZAS.
D1514	ELABORACION DE ACEITES Y GRASAS DE ORIGEN VEGETAL O ANIMAL.
D1520	ELABORACION DE PRODUCTOS LACTEOS.
D1531	ELABORACION DE PRODUCTOS DE MOLINERIA.
D1532	ELABORACION DE ALMIDONES Y DE PRODUCTOS DERIVADOS DEL ALMIDON.
D1533	ELABORACION DE PIENSOS PREPARADOS.
D1541	ELABORACION DE PRODUCTOS DE PANADERIA.
D1542	ELABORACION DE AZUCAR.

D1543	ELABORACION DE CACAO, CHOCOLATE Y PRODUCTOS DE CONFITERIA.
D1544	ELABORACION DE MACARRONES, FIDEOS, ALCUZCUZ Y PRODUCTOS FARINACEOS SIMILARES.
D1549	ELABORACION DE OTROS PRODUCTOS ALIMENTICIOS N.C.P.
D1551	DESTILACION, RECTIFICACION Y MEZCLA DE BEBIDAS ALCOHOLICAS; PRODUCCION DE ALCOHOL ETILICO A PARTIR DE SUSTANCIAS FERMENTADAS.
D1552	ELABORACION DE VINOS.
D1553	ELBORACION DE BEBIDAS MALTEADAS Y DE MALTA.
D1554	ELABORACION DE BEBIDAS NO ALCOHOLICAS: EMBOTELLADO DE AGUA MINERAL.
D1600	ELABORACION DE PRODUCTOS DE TABACO.
D1711	PREPARACION E HILATURA DE FIBRAS TEXTILES; TEJEDURA DE PRODUCTOS TEXTILES.
D1712	ACABADO DE PRODUCTOS TEXTILES POR CUENTA DE TERCEROS
D1721	FABRICACION DE ARTICULOS CONFECCIONADOS CON MATERIAS TEXTILES, EXCEPTO PRENDAS DE VESTIR.
D1722	FABRICACION DE TAPICES Y ALFOMBRAS PARA PISOS.
D1723	FABRICACION DE CUERDAS, CORDELES, BRAMANTES Y REDES.
D1729	FABRICACION DE OTROS PRODUCTOS TEXTILES N.C.P.
D1730	FABRICACION DE TEJIDOS Y ARTICULOS DE PUNTO Y GANCHILLO.
D1810	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR, EXCEPTO PRENDAS DE PIEL.
D1820	ADOBO Y TEÑIDO DE PIELS; FABRICACION DE ARTICULOS DE PIEL.
D1911	CURTIDO Y ADOBO DE CUEROS.
D1912	FABRICACION DE MALETAS, BOLSOS DE MANO Y ARTICULOS SIMILARES Y ARTICULOS DE TALABARTERIA Y GUARNICIONERIA.
D1920	FABRICACION DE CALZADO.
D2010	ASERRADO Y ACEPTADURA DE MADERA.
D2021	FABRICACION DE HOJAS DE MADERA PARA ENCHAPADO; FABRICACION DE MADERA TERCIADE, TABLEROS LAMINADOS, TABLEROS DE PARTICULAS Y OTROS TABLEROS Y PANELES.
D2022	FABRICACION DE PARTES Y PIEZAS DE CARPINTERIA PARA EDIFICIOS Y CONSTRUCCIONES.
D2023	FABRICACION DE RECIPIENTES DE MADERA.
D2029	FABRICACION DE OTROS PRODUCTOS DE MADERA; FABRICACION DE ARTICULOS DE CORCHO PAJA Y MATERIALES TRENZABLES.
D2101	FABRICACION DE PASTA DE PAPEL, PAPEL Y CARTON.
D2102	FABRICACION DE PAPEL Y CARTON ONDULADO O CORRUGADO Y DE ENVASES DE PAPEL Y CARTON.
D2109	FABRICACION DE OTROS ARTICULOS DE PAPEL Y CARTON.
D2211	EDICION DE LIBROS, FOLLETOS, PARTITURAS Y OTRAS PUBLICACIONES.
D2212	EDICION DE PERIODICOS, REVISTAS Y PUBLICACIONES PERIODICAS.
D2213	EDICION DE MATERIALES GRABADOS.
D2219	OTROS TRABAJOS DE EDICION.
D2221	ACTIVIDADES DE IMPRESION.
D2222	ACTIVIDADES DE TIPO SERVICIO RELACIONADAS CON LAS DE IMPRESION.
D2230	REPRODUCCION DE MATERIALES GRABADOS.
D2310	FABRICACION DE PRODUCTOS DE HORNOS DE COQUE.
D2320	FABRICACION DE PRODUCTOS DE LA REFINACION DEL PETROLEO.
D2330	ELABORACION DE COMBUSTIBLE NUCLEAR.
D2411	FABRICACION DE SUBSTANCIAS QUIMICAS BASICAS, EXCEPTO ABONOS Y COMPUESTOS DE NITROGENO.
D2412	FABRICACION DE ABONOS Y COMPUESTOS DE NITROGENO.
D2413	FABRICACION DE PLASTICOS EN FORMAS PRIMARIAS Y DE CAUCHO SINTETICO.
D2421	FABRICACION DE PLAGUICIDAS Y OTROS PRODUCTOS QUIMICOS DE USO AGROPECUARIO.
D2422	FABRICACION DE PINTURAS, BARNICES Y PRODUCTOS DE REVESTIMIENTO SIMILARES, TINTAS DE IMPRENTA Y MASILLAS.
D2423	FABRICACION DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS, SUBSTANCIAS QUIMICAS MEDICINALES Y PRODUCTOS BOTANICOS.
D2424	FABRICACION DE JABONES Y DETERGENTES, PREPARADOS PARA LIMPIAR Y PULIR, PERFUMES Y PREPARADOS DE TOCADOR.
D2429	FABRICACION DE OTROS PRODUCTOS QUIMICOS N.C.P.
D2430	FABRICACION DE FIBRAS SINTETICAS O ARTIFICIALES.

D2511	FABRICACION DE CUBIERTAS Y CAMARAS DE CAUCHO; RECAUCHADO Y RENOVACION DE CUBIERTAS DE CAUCHO.
D2519	FABRICACION DE OTROS PRODUCTOS DE CAUCHO.
D2520	FABRICACION DE PRODUCTOS Y ARTICULOS DE PLASTICO.
D2610	FABRICACION DE VIDRIO Y DE PRODUCTOS DE VIDRIO.
D2691	FABRICACION DE PRODUCTOS DE CERAMICA NO REFRACTARIA PARA USO NO ESTRUCTURAL.
D2692	FABRICACION DE PRODUCTOS DE CERAMICA REFRACTARIA.
D2693	FABRICACION DE PRODUCTOS DE CERAMICA NO REFRACTARIA PARA USO ESTRUCTURAL.
D2694	FABRICACION DE CEMENTO, CAL Y YESO.
D2695	FABRICACION DE ARTICULOS DE HORMIGON, CEMENTO Y YESO.
D2696	CORTE, TALLADO Y ACABADO DE LA PIEDRA.
D2699	FABRICACION DE OTROS PRODUCTOS MINERALES NO METALICOS N.C.P.
D2710	FABRICACION DE PRODUCTOS PRIMARIOS DE HIERRO Y DE ACERO.
D2720	FABRICACION DE PRODUCTOS PRIMARIOS DE METALES PRECIOSOS Y DE METALES NO FERROSOS.
D2731	FUNDICION DE HIERRO Y DE ACERO.
D2732	FUNDICION DE METALES NO FERROSOS.
D2811	FABRICACION DE PRODUCTOS METALICOS PARA USO ESTRUCTURAL.
D2812	FABRICACION DE TANQUES, DEPOSITOS Y RECIPIENTES DE METAL.
D2813	FABRICACION DE GENERADORES DE VAPOR, EXCEPTO CALDERAS DE AGUA CALIENTE PARA CALEFACCION CENTRAL.
D2891	FORJA, PRENSADO, ESTAMPADO Y LAMINADO DE METAL, PULVIMETALURGIA.
D2892	TRATAMIENTO Y REVESTIMIENTO DE METALES; OBRAS DE INGENIERIA MECANICA EN GENERAL REALIZADAS A CAMBIO DE UNA RETRIBUCION O POR CONTRATA.
D2893	FABRICACION DE ARTICULOS DE CUCHILLERIA, HERRAMIENTAS DE MANO Y ARTICULOS DE FERRETERIA.
D2899	FABRICACION DE OTROS PRODUCTOS ELABORADOS DE METAL N.C.P.
D2911	FABRICACION DE MOTORES Y TURBINAS, EXCEPTO MOTORES PARA AERONAVES, VEHICULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.
D2912	FABRICACION DE BOMBAS, COMPRESORES, GRIFOS Y VALVULAS.
D2913	FABRICACION DE COJINETES, ENGRANAJES, TRENES DE ENGRANAJES Y PIEZAS DE TRANSMISION.
D2914	FABRICACION DE HORNOS, HOGARES Y QUEMADORES PARA LA ALIMENTACION DE HOGARES.
D2915	FABRICACION DE EQUIPO DE ELEVACION Y MANIPULACION.
D2919	FABRICACION DE OTROS TIPOS DE MAQUINARIA DE USO GENERAL.
D2921	FABRICACION DE MAQUINARIA AGROPECUARIA Y FORESTAL.
D2922	FABRICACION DE MAQUINAS HERRAMIENTA.
D2923	FABRICACION DE MAQUINARIA METALURGICA.
D2924	FABRICACION DE MAQUINARIA PARA LA EXPLOTACION DE MINAS Y CANTERAS Y PARA OBRAS DE CONSTRUCCION.
D2925	FABRICACION DE MAQUINARIA PARA LA ELABORACION DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO.
D2926	FABRICACION DE MAQUINARIA PARA LA ELABORACION DE PRODUCTOS TEXTILES, PRENDAS DE VESTIR Y CUEROS.
D2927	FABRICACION DE ARMAS Y MUNICIONES.
D2929	FABRICACION DE OTROS TIPOS DE MAQUINARIA DE USO ESPECIAL.
D2930	FABRICACION DE APARATOS DE USO DOMESTICO N.C.P.
D3000	FABRICACION DE MAQUINARIA DE OFICINA, CONTABILIDAD E INFORMATICA.
D3110	FABRICACION DE MOTORES, GENERADORES Y TRANSFORMADORES ELECTRICOS.
D3120	FABRICACION DE APARATOS DE DISTRIBUCION Y CONTROL DE LA ENERGIA ELECTRICA.
D3130	FABRICACION DE HILOS Y CABLES AISLADOS.
D3140	FABRICACION DE ACUMULADORES, DE PILAS Y BATERIAS PRIMARIAS.
D3150	FABRICACION DE LAMPARAS ELECTRICAS.
D3190	FABRICACION DE OTROS TIPOS DE EQUIPO ELECTRICO N.C.P.
D3210	FABRICACION DE TUBOS Y VALVULAS ELECTRONICOS Y DE OTROS COMPONENTES ELECTRONICOS.
D3220	FABRICACION DE TRANSMISORES DE RADIO Y TELEVISION Y DE APARATOS PARA TELEFONIA Y TELEGRAFIA CON HILOS.
D3230	FABRICACION DE RECEPTORES DE RADIO Y TELEVISION Y DE PRODUCTOS CONEXOS PARA EL CONSUMIDOR.

D3311	FABRICACION DE EQUIPO MEDICO Y QUIRURGICO Y DE APARATOS ORTOPEDICOS.
D3312	FABRICACION DE INSTRUMENTOS Y APARATOS PARA MEDIR, VERIFICAR, ENSAYAR, NAVEGAR Y OTROS FINES EXCEPTO EQUIPO DE CONTROL DE PROCESOS INDUSTRIALES.
D3313	FABRICACION DE EQUIPO DE CONTROL DE PROCESOS INDUSTRIALES.
D3320	FABRICACION DE INSTRUMENTOS OPTICOS Y DE EQUIPO FOTOGRAFICO.
D3330	FABRICACION DE RELOJES.
D3410	FABRICACION DE VEHICULOS AUTOMOTORES.
D3420	FABRICACION DE CARROCERIAS PARA VEHICULOS AUTOMOTORES; FABRICACION DE REMOLQUES Y SEMIREMOLQUES.
D3430	FABRICACION DE PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS PARA VEHICULOS AUTOMOTORES Y PARA SUS MOTORES.
D3511	CONSTRUCCION Y REPARACION DE BUQUES.
D3512	CONSTRUCCION Y REPARACION DE EMBARCACIONES DE RECREO Y DE DEPORTE.
D3520	FABRICACION DE LOCOMOTORAS Y DE MATERIAL RODANTE PARA FERROCARRILES Y TRANVIAS.
D3530	FABRICACION DE AERONAVES Y DE NAVES ESPACIALES.
D3591	FABRICACION DE MOTOCICLETAS.
D3592	FABRICACION DE BICICLETAS Y SILLONES DE RUEDAS PARA INVALIDOS.
D3599	FABRICACION DE OTROS TIPOS DE EQUIPO DE TRANSPORTE N.C.P.
D3610	FABRICACION DE MUEBLES DE CUALQUIER MATERIAL.
D3691	FABRICACION DE JOYAS Y DE ARTICULOS CONEXOS.
D3692	FABRICACION DE INSTRUMENTOS MUSICALES.
D3693	FABRICACION DE ARTICULOS DEPORTIVOS.
D3694	FABRICACION DE JUEGOS Y JUGUETES.
D3699	OTRAS INDUSTRIAS MANUFACTURERAS, N.C.P.
D3710	RECICLAMIENTO DE DESPERDICIOS Y DESECHOS METALICOS.
D3720	RECICLAMIENTO DE DESPERDICIOS Y DESECHOS NO METALICOS.
E	SUMINISTROS DE ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA.
E4010	GENERACION, CAPTACION Y DISTRIBUCION DE ENERGIA ELECTRICA.
E4020	FABRICACION DE GAS, DISTRIBUCION DE COMBUSTIBLES GASEOSOS POR TUBERIAS.
E4030	SUMINISTROS DE VAPOR Y DE AGUA CALIENTE.
E4100	CAPTACION, DEPURACION Y DISTRIBUCION DE AGUA.
F	CONSTRUCCION.
F4510	PREPARACION DEL TERRENO.
F4520	CONSTRUCCION DE EDIFICIOS COMPLETOS O DE PARTES DE EDIFICIOS; OBRAS DE INGENIERIA CIVIL.
F4530	ACONDICIONAMIENTO DE EDIFICIOS.
F4540	TERMINACION DE EDIFICIOS.
F4550	ALQUILER DE EQUIPO DE CONSTRUCCION O DEMOLICION DOTADO DE OPERARIOS.
G	COMERCIO AL POR MAYOR Y AL POR MENOR; REPARACION DE VEHICULOS AUTOMOTORES, MOTOCICLETAS, EFECTOS PERSONALES Y ENSERES DOMESTICOS.
G5010	VENTA DE VEHICULOS AUTOMOTORES.
G5020	MANTENIMIENTO Y REPARACION DE VEHICULOS AUTOMOTORES.
G5030	VENTA DE PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS DE VEHICULOS AUTOMOTORES.
G5040	VENTA, MANTENIMIENTO Y REPARACION DE MOTOCICLETAS Y SUS PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS.
G5050	VENTA AL POR MENOR DE COMBUSTIBLES PARA AUTOMOTORES.
G5110	VENTA AL POR MAYOR A CAMBIO DE UNA RETRIBUCION O POR CONTRATA.
G5121	VENTA AL POR MAYOR DE MATERIAS PRIMAS AGROPECUARIAS Y DE ANIMALES VIVOS.
G5122	VENTA AL POR MAYOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO.
G5131	VENTA AL POR MAYOR DE PRODUCTOS TEXTILES, PRENDAS DE VESTIR Y CALZADO.

G5139	VENTA AL POR MAYOR DE OTROS ENSERES DOMESTICOS.
G5141	VENTA AL POR MAYOR DE COMBUSTIBLES SOLIDOS, LIQUIDOS, GASEOSOS Y PRODUCTOS CONEXOS.
G5142	VENTA AL POR MAYOR DE METALES Y DE MINERALES METALIFEROS.
G5143	VENTA AL POR MAYOR DE MATERIALES DE CONSTRUCCION, ARTICULOS DE FERRETERIA Y EQUIPO Y MATERIALES DE FONTANERIA Y CALEFACCION.
G5149	VENTA AL POR MAYOR DE OTROS PRODUCTOS INTERMEDIOS, DESPERDICIOS Y DESECHOS.
G5150	VENTA AL POR MAYOR DE MAQUINARIA, EQUIPO Y MATERIALES.
G5190	VENTA AL POR MAYOR DE OTROS PRODUCTOS.
G5211	VENTA AL POR MENOR EN ALMACENES NO ESPECIALIZADOS CON SURTIDO COMPUESTO PRINCIPALMENTE DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO.
G5219	VENTA AL POR MENOR DE OTROS PRODUCTOS EN ALMACENES NO ESPECIALIZADOS.
G5220	VENTA AL POR MENOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO EN ALMACENES ESPECIALIZADOS.
G5231	VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS Y MEDICINALES, COSMETICOS Y ARTICULOS DE TOCADOR.
G5232	VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS TEXTILES, PRENDAS DE VESTIR, CALZADO Y ARTICULOS DE CUERO.
G5233	VENTA AL POR MENOR DE APARATOS, ARTICULOS Y EQUIPO DE USO DOMESTICO.
G5234	VENTA AL POR MENOR DE ARTICULOS DE FERRETERIA, PINTURAS Y PRODUCTOS DE VIDRIO.
G5239	OTROS TIPOS DE VENTAS AL POR MENOR EN ALMACENES ESPECIALIZADOS.
G5240	VENTA AL POR MENOR EN ALMACENES DE ARTICULOS USADOS.
G5251	VENTA AL POR MENOR DE CASAS DE VENTA POR CORREO.
G5252	VENTA AL POR MENOR EN PUESTOS DE VENTA Y EN MERCADOS.
G5259	OTROS TIPOS DE VENTA AL POR MENOR NO REALIZADA EN ALMACENES.
G5260	REPARACION DE EFECTOS PERSONALES Y ENSERES DOMESTICOS.
H	HOTELES Y RESTAURANTES
H5510	HOTELES, CAMPAMENTOS Y OTROS TIPOS DE HOSPEDAJE TEMPORAL.
H5520	RESTAURANTES, BARES Y CANTINAS.
I	TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y COMUNICACIONES.
I6010	TRANSPORTE POR VIA FERREA.
I6021	OTROS TIPOS DE TRANSPORTE REGULAR DE PASAJEROS POR VIA TERRESTRE.
I6022	OTROS TIPOS DE TRANSPORTE NO REGULAR DE PASAJEROS POR VIA TERRESTRE.
I6023	TRANSPORTE DE CARGA POR CARRETERA.
I6030	TRANSPORTE POR TUBERIAS.
I6110	TRANSPORTE MARITIMO Y DE CABOTAJE.
I6120	TRANSPORTE POR VIAS DE NAVEGACION INTERIORES.
I6210	TRANSPORTE REGULAR POR VIA AEREA.
I6220	TRANSPORTE NO REGULAR POR VIA AEREA.
I6301	MANIPULACION DE CARGA.
I6302	ALMACENAMIENTO Y DEPÓSITO.
I6303	OTRAS ACTIVIDADES DE TRANSPORTE COMPLEMENTARIAS.
I6304	ACTIVIDADES DE AGENCIAS DE VIAJES, ORGANIZADORES DE EXCURSIONES Y GUIAS TURISTICOS.
I6309	ACTIVIDADES DE OTRAS AGENCIAS DE TRANSPORTE.
I6411	ACTIVIDADES POSTALES NACIONALES.
I6412	ACTIVIDADES DE CORREO DISTINTAS DE LAS ACTIVIDADES POSTALES NACIONALES.
I6420	TELECOMUNICACIONES.
J	INTERMEDIACION FINANCIERA.
J6511	BANCA CENTRAL.
J6519	OTROS TIPOS DE INTERMEDIACION MONETARIA.
J6591	ARRENDAMIENTO CON OPCION DE COMPRA.

J6592	OTROS TIPOS DE CREDITO.
J6599	OTROS TIPOS DE INTERMEDIACION FINANCIERA N.C.P.
J6601	PLANES DE SEGUROS DE VIDA.
J6602	PLANES DE PENSIONES.
J6603	PLANES DE SEGUROS GENERALES.
J6711	ADMINISTRACION DE MERCADOS FINANCIEROS.
J6712	ACTIVIDADES BURSATILES.
J6719	ACTIVIDADES AUXILIARES DE LA INTERMEDIACION FINANCIERA N.C.P.
J6720	ACTIVIDADES AUXILIARES DE LA FINANCIACION DE PLANES DE SEGUROS Y DE PENSIONES.
K	ACTIVIDADES INMOBILIARIAS, EMPRESARIALES Y DE ALQUILER.
K7010	ACTIVIDADES INMOBILIARIAS REALIZADAS CON BIENES PROPIOS O ALQUILADOS.
K7020	ACTIVIDADES INMOBILIARIAS REALIZADAS A CAMBIO DE UNA RETRIBUCION O POR CONTRATA.
K7111	ALQUILER DE EQUIPO DE TRANSPORTE POR VIA TERRESTRE.
K7112	ALQUILER DE EQUIPO DE TRANSPORTE POR VIA ACUATICA.
K7113	ALQUILER DE EQUIPO DE TRANSPORTE POR VIA AEREA.
K7121	ALQUILER DE MAQUINARIA Y EQUIPO AGROPECUARIO.
K7122	ALQUILER DE MAQUINARIA Y EQUIPO DE CONSTRUCCION Y DE INGENIERIA CIVIL.
K7123	ALQUILER DE MAQUINARIA Y EQUIPO DE OFICINA (INCLUSO COMPUTADORAS).
K7129	ALQUILER DE OTROS TIPOS DE MAQUINARIAS Y EQUIPO N.C.P
K7130	ALQUILER DE EFECTOS PERSONALES Y ENSERES DOMESTICOS N.C.P.
K7210	CONSULTORES EN EQUIPO DE INFORMATICA.
K7220	CONSULTORES EN PROGRAMAS DE INFORMATICA Y SUMINISTRO DE PROGRAMAS DE INFORMATICA.
K7230	PROCESAMIENTO DE DATOS.
K7240	ACTIVIDADES RELACIONADAS CON BASES DE DATOS.
K7250	MANTENIMIENTO Y REPARACION DE MAQUINARIA DE OFICINA, CONTABILIDAD E INFORMATICA.
K7290	OTRAS ACTIVIDADES DE INFORMATICA.
K7310	INVESTIGACION Y DESARROLLO DE LAS CIENCIAS NATURALES.
K7320	INVESTIGACION Y DESARROLLO DE LAS CIENCIAS SOCIALES Y LAS HUMANIDADES.
K7411	ACTIVIDADES JURIDICAS.
K7412	ACTIVIDADES DE CONTABILIDAD, TENEDURIA DE LIBROS Y AUDITORIA; ASESORAMIENTO EN MATERIA DE IMPUESTOS.
K7413	INVESTIGACION DE MERCADOS Y REALIZACION DE ENCUESTAS DE OPINION PÚBLICA.
K7414	ACTIVIDADES DE ASESORAMIENTO EMPRESARIAL Y EN MATERIA DE GESTION.
K7421	ACTIVIDADES DE ARQUITECTURA E INGENIERIA Y ACTIVIDADES CONEXAS DE ASESORAMIENTO TECNICO.
K7422	ENSAYOS Y ANALISIS TECNICOS.
K7430	PUBLICIDAD.
K7491	OBTENCION Y DOTACION DE PERSONAL.
K7492	ACTIVIDADES DE INVESTIGACION Y SEGURIDAD.
K7493	ACTIVIDADES DE LIMPIEZA DE EDIFICIOS.
K7494	ACTIVIDADES DE FOTOGRAFIA.
K7495	ACTIVIDADES DE ENVASE Y EMPAQUE.
K7499	OTRAS ACTIVIDADES EMPRESARIALES N.C.P.
L	ADMINISTRACION PÚBLICA Y DEFENSA; PLANES DE SEGURIDAD SOCIAL DE AFILIACION OBLIGATORIA.
L7511	ACTIVIDADES DE LA ADMINISTRACION PÚBLICA EN GENERAL.
L7512	REGULACION DE LAS ACTIVIDADES DE ORGANISMOS QUE PRESTAN SERVICIOS SANITARIOS, EDUCATIVOS, CULTURALES Y OTROS SERVICIOS SOCIALES EXCEPTO LOS SERVICIOS DE SEGURIDAD SOCIAL.
L7513	REGULACION Y FACILITACION DE LA ACTIVIDAD ECONOMICA.
L7514	ACTIVIDADES AUXILIARES DE TIPO SERVICIO PARA LA ADMINISTRACION PÚBLICA EN

	GENERAL.
L7521	RELACIONES EXTERIORES.
L7522	ACTIVIDADES DE DEFENSA.
L7523	ACTIVIDADES DE MANTENIMIENTO DEL ORDEN PÚBLICO Y DE SEGURIDAD.
L7530	ACTIVIDADES DE PLANES DE SEGURIDAD SOCIAL DE AFILIACION OBLIGATORIA.
M	ENSEÑANZA.
M8010	ENSEÑANZA PRIMARIA.
M8021	ENSEÑANZA SECUNDARIA DE FORMACION GENERAL.
M8022	ENSEÑANZA SECUNDARIA DE FORMACION TECNICA Y PROFESIONAL.
M8030	ENSEÑANZA SUPERIOR.
M8090	EDUCACION DE ADULTOS Y OTROS TIPOS DE ENSEÑANZA.
N	ACTIVIDADES DE SERVICIOS SOCIALES Y DE SALUD.
N8511	ACTIVIDADES DE HOSPITALES.
N8512	ACTIVIDADES DE MEDICOS Y ODONTOLOGOS.
N8519	OTRAS ACTIVIDADES RELACIONADAS CON LA SALUD HUMANA.
N8520	ACTIVIDADES VETERINARIAS.
N8531	SERVICIOS SOCIALES CON ALOJAMIENTO.
N8532	SERVICIOS SOCIALES SIN ALOJAMIENTO.
O	OTRAS ACTIVIDADES COMUNITARIAS SOCIALES Y PERSONALES DE TIPO SERVICIOS.
O9000	ELIMINACION DE DESPERDICIOS Y DE AGUAS RESIDUALES, SANEAMIENTO Y ACTIVIDADES SIMILARES.
O9111	ACTIVIDADES DE ORGANIZACIONES EMPRESARIALES Y DE EMPLEADORES.
O9112	ACTIVIDADES DE ORGANIZACIONES PROFESIONALES.
O9120	ACTIVIDADES DE SINDICATOS.
O9191	ACTIVIDADES DE ORGANIZACIONES RELIGIOSAS.
O9192	ACTIVIDADES DE ORGANIZACIONES POLITICAS.
O9199	ACTIVIDADES DE OTRAS ASOCIACIONES N.C.P.
O9211	PRODUCCION Y DISTRIBUCION DE FILMES Y VIDEOCINTAS.
O9212	EXHIBICION DE FILMES Y VIDEOCINTAS.
O9213	ACTIVIDADES DE RADIO Y TELEVISION.
O9214	ACTIVIDADES TEATRALES, MUSICALES Y OTRAS ACTIVIDADES ARTISTICAS.
O9219	OTRAS ACTIVIDADES DE ENTRETENIMIENTO N.C.P.
O9220	ACTIVIDADES DE AGENCIAS DE NOTICIAS.
O9231	ACTIVIDADES DE BIBLIOTECAS Y ARCHIVOS.
O9232	ACTIVIDADES DE MUSEOS Y PRESERVACION DE LUGARES Y EDIFICIOS HISTORICOS.
O9233	ACTIVIDADES DE JARDINES BOTANICOS Y ZOOLOGICOS Y DE PARQUES NACIONALES.
O9241	ACTIVIDADES DEPORTIVAS.
O9249	OTRAS ACTIVIDADES DE ESPARCIMIENTO.
O9301	LAVADO, LIMPIEZA Y TEÑIDO DE PRENDAS DE TELA O DE PIEL.
O9302	PELUQUERIA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA.
O9303	POMPAS FUNEBRES Y ACTIVIDADES CONEXAS.
O9309	OTRAS ACTIVIDADES DE TIPO SERVICIO N.C.P.
P	HOGARES PRIVADOS CON SERVICIO DOMESTICO.
P9500	HOGARES PRIVADOS CON SERVICIO DOMESTICO.

ANEXO H

TAMAÑO I

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA DEL SERVICIO	TAMAÑO I
	(Anuncios/año)	40%
2011	806	322
2012	832	333
2013	858	343
2014	885	354
2015	913	365

FLUJO DE FONDOS

Detalle	Años					
	0	1	2	3	4	5
Ventas Netas		117.641	121.474	125.308	129.273	133.238
Costos de generación del servicio		-67.328	-69.550	-71.845	-74.216	-76.665
Utilidad Bruta		50.313	51.924	53.463	55.057	56.573
Gastos Administrativos		-61.982	-64.027	-66.140	-68.322	-70.577
Gastos de Ventas		-23.506	-24.282	-25.083	-25.911	-26.766
Utilidad Operacional		-35.174	-36.384	-37.760	-39.176	-40.769
Gastos Financieros						
Depreciación		4.180	4.180	4.180	4.180	4.180
Amortización		2.808	2.808	2.808	2.808	2.808
Utilidad antes de participaciones		-28.187	-29.397	-30.773	-32.189	-33.782
(-) 15% trabajadores		-4.228	-4.410	-4.616	-4.828	-5.067
Utilidad antes de impuestos		-23.959	-24.987	-26.157	-27.361	-28.715
(-) 25% Impuesto a la Renta		-5.990	-6.247	-6.539	-6.840	-7.179
UTILIDAD NETA		-17.969	-18.741	-19.618	-20.520	-21.536
Depreciación		4.180	4.180	4.180	4.180	4.180
Amortización		2.808	2.808	2.808	2.808	2.808
Venta de Activos				722		
Inversión inicial	-35.859					
Inversión de reemplazo				-7.221		
Inversión capital de trabajo	-8.373					
Valor de desecho						7.422
Recuperación de capital de trabajo						8.373
FLUJO DE CAJA	-44.232	-10.982	-11.753	-19.130	-13.533	1.246

INVERSIÓN INICIAL

ACTIVOS FIJOS				
CONCEPTO	UNIDAD MEDIDA	CANT.	PRECIO UNIT.	PRECIO TOTAL
MUEBLES DE OFICINA				
Área Administrativa				
Estación de Trabajo	Unidad	2	170	340
Archivador	Unidad	1	60	60
Silla Ejecutiva	Unidad	2	50	100
Sillas	Unidad	7	35	245
Mesa de Reuniones	Unidad	1	189	189
Sillones de Espera	Unidad	1	600	600
Área de Ventas				
Estación de Trabajo	Unidad	2	170	340
Archivador	Unidad	1	60	60
Silla Ejecutiva	Unidad	2	50	100
Área de Procesamiento de la Información				
Estación de Trabajo	Unidad	3	170	510
Aparador	Unidad	1	150	150
Archivador	Unidad	1	60	60
Silla Ejecutiva	Unidad	3	50	150
Subtotal				2.904
EQUIPO DE OFICINA				
Área Administrativa				
Teléfono Inalámbrico	Unidad	2	33	66
Televisor LCD	Unidad	1	600	600
Área de Ventas				
Teléfono Inalámbrico	Unidad	2	33	66
Área de Procesamiento de la Información				
Teléfono Inalámbrico	Unidad	3	33	99
Televisor LCD	Unidad	1	600	600
Minicomponente	Unidad	1	275	275
Subtotal				1.706
EQUIPO DE CÓMPUTO				
Área Administrativa				
Portátil ASPIRE 4332	Unidad	2	525	1.050
Impresora SAMSUNG LASER	Unidad	1	178	178
Área de Ventas				
Portátil DELL 1440	Unidad	2	800	1.600
Área de Procesamiento de la Información				
Portátil DELL 1440	Unidad	2	800	1.600
Desktop Acer Veriton	Unidad	1	709	709

Impresora SAMSUNG LASER	Unidad	1	178	178
Servidor HP	Unidad	1	1.906	1.906
Subtotal				7.221
Área de Ventas				
Vehículos	Unidad	1	9.990	9.990
Subtotal				9.990
Subtotal Activos Fijos Área Administrativa				3.428
Subtotal Activos Fijos Área de Ventas				12.156
Subtotal Activos Fijos Área Producción y Servicio				6.237
TOTAL INVERSION ACTIVOS FIJOS				21.821

ACTIVOS INTANGIBLES

CONCEPTO	INVERSION
Gastos de Constitución	2.000,00
Afiliación a la Cámara de Comercio	269,04
Publicidad	3.910,00
Licencia Microsoft Corporativa	2.358,72
Diseño página web	4.000,00
Instalación de Sistema	1.500,00
TOTAL	14.037,76

CAPITAL DE TRABAJO

COSTOS TOTALES	VALORES
Costos de Servicio	67.328
Gastos Administrativos	61.982
Gastos de Ventas	23.506
Costos Total de Producción	152.816
Ciclo Productivo	20
Ciclos a Financiar	1
CAPITAL DE TRABAJO	8.373

INGRESOS

CONCEPTO	AÑOS				
	2011	2012	2013	2014	2015
Demanda Insatisfecha	806	832	858	885	913
% de Atención	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40
Atención anual	322	333	343	354	365
Precio	365	365	365	365	365
TOTAL INGRESOS	117.641	121.474	125.308	129.273	133.238

VENTA DE ACTIVOS

Tipo de activo	Valor de adquisición	Vida útil (años)	Valor Residual 1 %	Años					
				0	1	2	3	4	5
Muebles de Oficina	2.904	10	0,1	0	0	0	0	0	1.597,2
Estación de Trabajo	340	10	0,1	0	0	0	0	0	187,00
Archivador	60	10	0,1	0	0	0	0	0	33,00
Silla Ejecutiva	100	10	0,1	0	0	0	0	0	55,00
Sillas	245	10	0,1	0	0	0	0	0	134,75
Mesa de Reuniones	189	10	0,1	0	0	0	0	0	103,95
Sillones de Espera	600	10	0,1	0	0	0	0	0	330,00
Estación de Trabajo	340	10	0,1	0	0	0	0	0	187,00
Archivador	60	10	0,1	0	0	0	0	0	33,00
Silla Ejecutiva	100	10	0,1	0	0	0	0	0	55,00
Estación de Trabajo	510	10	0,1	0	0	0	0	0	280,50
Aparador	150	10	0,1	0	0	0	0	0	82,50
Archivador	60	10	0,1	0	0	0	0	0	33,00

Silla Ejecutiva	150	10	0,1	0	0	0	0	0	82,50
Equipo de Oficina	1.706	10	0,1	0	0	0	0	0	938,30
Teléfono Inalámbrico	66	10	0,1	0	0	0	0	0	36,30
Televisor LCD	600	10	0,1	0	0	0	0	0	330,00
Teléfono Inalámbrico	66	10	0,1	0	0	0	0	0	36,30
Teléfono Inalámbrico	99	10	0,1	0	0	0	0	0	54,45
Televisor LCD	600	10	0,1	0	0	0	0	0	330,00
Minicomponente	275	10	0,1	0	0	0	0	0	151,25
Equipo de Cómputo	7.221	3	0,1	0	0	0	722,1	0	2.888,4
Portátil ASPIRE	1.050	3	0,1	0	0	0	105,0	0	420,00
Impresora SAMSUNG LASER	178	3	0,1	0	0	0	17,80	0	71,20
Portátil DELL 1440	1.600	3	0,1	0	0	0	160,0	0	640,00
Portátil DELL 1440	1.600	3	0,1	0	0	0	160,0	0	640,00
Desktop Acer Veriton	709	3	0,1	0	0	0	70,90	0	283,60
Impresora SAMSUNG LASER	178	3	0,1	0	0	0	17,80	0	71,20

Servidor HP	1.906	3	0,1	0	0	0	190,6	0	762,40
Vehículos	9.990	5	0,2	0	0	0	0	0	1.998,0
Vehículos	9.990	5	0,2	0	0	0	0	0	1.998,0
TOTAL	21821			0	0	0	722,1	0	7.421,9

EGRESOS

COSTOS TOTALES ANUALES

CONCEPTOS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Costos de Producción del Servicio	68.812	71.083	73.428	75.852	78.355
Gastos administrativos	65.355	67.512	69.740	72.042	74.419
Gastos de Ventas	25.635	26.481	27.355	28.258	29.190
TOTAL EGRESOS	159.803	165.076	170.524	176.151	181.964

COSTOS DE PRODUCCIÓN DEL SERVICIO

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANT.	PRECIO UNIT.	PRECIO TOTAL ANUAL
MANO DE OBRA DIRECTA				
Programadores de páginas web	Hombre/mes	1	714,78	8.577,35
Analistas de RR.HH	Hombre/mes	1	835,26	10.023,15
COSTOS DIRECTOS				
Internet	Mensual	12	2715	32.580
Energía Eléctrica	Mensual	12	90	1.080
Arriendo hosting y dominio	Mensual	12	100	1.200
MANO DE OBRA INDIRECTA				
Jefe de Producción	Supervisor/mes	1	925,63	1.1107,5
COSTOS INDIRECTOS				
Depreciaciones	Mensual	12	123,655	1.483,86
Otros servicios básicos	Mensual	12	230	2760
TOTAL				68.811,86

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Unidad de Medida	Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Gerente	Hombre /mes	12	1.046	12.553,30
Contador	Hombre /mes	12	504	6.047,20
Suministros de Oficina	Mes	12	30	360,00
Agua	Mes	12	20	240,00
Teléfono	Mes	12	75	900,00
Luz	Mes	12	30	360,00
Arriendo	Mes	12	360	4.320,00
Depreciaciones	Mes	12	47	566,40
Amortizaciones	Mes	12	234	2.807,55
Total Gasto Administrativo				65.355,45

GASTOS DE VENTA

Unidad de Medida	Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Vendedores	mes / hombre	2	624	14.986,00
Suministros de Oficina	Mes	12	30	360,00
Combustible	Mes	12	70	840,00
Publicidad	Mes	12	550	6.600,00
Otros servicios básicos	Mes	12	60	720,00
Depreciaciones	Mes	12	177	2.129,34
Total Gastos de Venta				25.635,34

CRONOGRAMA DE INVERSIONES

Tipo de activo	Valor de adquisición	Años					
		0	1	2	3	4	5
Equipo de Cómputo	7.221	7.221	0	0	7.221	0	0
Portátil ASPIRE 4332	1.050	1.050	0	0	1.050	0	0
Impresora SAMSUNG LASER	178	178	0	0	178	0	0
Portátil DELL 1440	1.600	1.600	0	0	1.600	0	0
Desktop Acer Veriton	1.600	1.600	0	0	1.600	0	0
Portátil DELL 1440	709	709	0	0	709	0	0
Impresora SAMSUNG LASER	178	178	0	0	178	0	0
Servidor HP	1.906	1.906	0	0	1.906	0	0
TOTAL	7.221	7.221	0	0	7.221	0	0

DEPRECIACIONES

Área	Tipo de activo	Valor	Vi útil	Val. Res.	Años				
					1	2	3	4	5
Muebles de Oficina		2.904	10	0,10	261,36	261,36	261,36	261,36	261,36
Administrativa	Estación de Trabajo	340	10	0,10	30,60	30,60	30,60	30,60	30,6
	Archivador	60	10	0,10	5,40	5,40	5,40	5,40	5,40
	Silla Ejecutiva	100	10	0,10	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00
	Sillas	245	10	0,10	22,05	22,05	22,05	22,05	22,0
	Mesa de Reuniones	189	10	0,10	17,01	17,01	17,01	17,01	17,0
	Sillones de Espera	600	10	0,10	54,00	54,00	54,00	54,00	54,0
Ventas	Estación de Trabajo	340	10	0,10	30,60	30,60	30,60	30,60	30,6
	Archivador	60	10	0,10	5,40	5,40	5,40	5,40	5,40
	Silla Ejecutiva	100	10	0,10	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00
Producción de Servicio	Estación de Trabajo	510	10	0,10	45,90	45,90	45,90	45,90	45,9
	Aparador	150	10	0,10	13,50	13,50	13,50	13,50	13,5
	Archivador	60	10	0,10	5,40	5,40	5,40	5,40	5,40
	Silla Ejecutiva	150	10	0,10	13,50	13,50	13,50	13,50	13,5
Equipo de Oficina		1.706	10	0,10	153,54	153,54	153,54	153,54	153,54
Administrativa	Teléfono Inalámbrico	66	10	0,10	5,94	5,94	5,94	5,94	5,94
	Televisor LC	600	10	0,10	54,00	54,00	54,00	54,00	54,0
Ventas	Teléfono	66	10	0,10	5,94	5,94	5,94	5,94	5,94

	Inalámbrico								
Producción de Servicio	Teléfono Inalámbrico.	99	10	0,10	8,91	8,91	8,91	8,91	8,91
	Televisor LC	600	10	0,10	54,00	54,00	54,00	54,00	54,0
	Minicomponente	275	10	0,10	24,75	24,75	24,75	24,75	24,7
Equipo de Cómputo		7.221	3	0,10	2.166,3	2.166,0	2.166,3	2.166,	2.166,3
Administrativa	Portátil ASP.	1.050	3	0,10	315,00	315,00	315,00	315,0	315
	Impresora	178	3	0,10	53,40	53,40	53,40	53,40	53,4
Ventas	Portátil DEL.	1.600	3	0,10	480,00	480,00	480,00	480,0	480
Producción de Servicio	Portátil DEL.	1.600	3	0,10	480,00	480,00	480,00	480,0	480,
	Desktop Ac	709	3	0,10	212,70	212,70	212,70	212,7	212,7
	Impresora SL	178	3	0,10	53,40	53,40	53,40	53,40	53,4
	Servidor HP	1.906	3	0,10	571,80	571,80	571,80	571,80	571,80
Vehículos		9.990	5	0,20	1.598,4	1.598,4	1.598,4	1.598,	1.598,4
Ventas	Vehículos	9.990	5	0,20	1.598,4	1.598,4	1.598,4	1.598,	1.598,4
TOTAL		21.821			4.179,6	4.179,6	4.179,6	4.179,6	4.179,6

AMORTIZACIONES

Descripción	Valor	Años				
		1	2	3	4	5
Gastos de Constitución	2.000,00	400	400	400	400	400
Afiliación a la Cámara de Comercio	269,04	53,808	53,808	53,808	53,808	53,808
Publicidad	3.910,00	782	782	782	782	782
Licencia Microsoft Corporativa	2.358,72	471,74	471,74	471,74	471,74	471,74
Diseño página web	4.000,00	800	800	800	800	800
Instalación de Sistema	1.500,00	300	300	300	300	300
TOTAL	14.037,7	2807,5	2807,5	2807,5	2807,55	2807,5

ANEXO I TAMAÑO II

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA DEL SERVICIO	TAMAÑO II
	(Anuncios/año)	55%
2011	806	443
2012	832	458
2013	858	472
2014	885	487
2015	913	502

FLUJO DE FONDOS

Detalle	Años					
	0	1	2	3	4	5
Ventas Netas		161.756	167.027	172.298	177.750	183.203
Costos de generación del servicio		-87.374	-90.258	-93.236	-96.313	-99.491
Utilidad Bruta		74.382	76.769	79.062	81.437	83.711
Gastos Administrativos		-24.781	-25.598	-26.443	-27.316	-28.217
Gastos de Ventas		-30.999	-32.022	-33.079	-34.170	-35.298
Utilidad		18.603	19.149	19.540	19.951	20.197

Operacional						
Depreciación		4.977	4.977	4.977	4.977	4.977
Amortización		3.122	3.122	3.122	3.122	3.122
Utilidad antes de participaciones		10.503	11.050	11.441	11.852	12.097
(-) 15% trabajadores		1.575	1.657	1.716	1.778	1.815
Utilidad antes de impuestos		8.928	9.392	9.725	10.074	10.283
(-) 25% Impuesto a la Renta		2.232	2.348	2.431	2.519	2.571
UTILIDAD NETA		6.696	7.044	7.293	7.556	7.712
Depreciación		4.977	4.977	4.977	4.977	4.977
Amortización		3.122	3.122	3.122	3.122	3.122
Venta de Activos				962		
Inversión inicial	40.695					
Inversión de reemplazo				-9.621		
Inversión capital de trabajo	7.844					
Valor de desecho						8.857
Recuperación de capital de trabajo						7.844
FLUJO DE CAJA	48.539	14.795	15.144	6.734	15.655	32.512

INGRESOS

ACTIVOS FIJOS

CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
MUEBLES DE OFICINA				
Área Administrativa				
Estación de Trabajo	Unidad	2	170	340

Archivador	Unidad	1	60	60
Silla Ejecutiva	Unidad	2	50	100
Sillas	Unidad	10	35	350
Mesa de Reuniones	Unidad	1	189	189
Sillones de Espera	Unidad	1	600	600
Área de Ventas				
Estación de Trabajo	Unidad	3	170	510
Archivador	Unidad	1	60	60
Silla Ejecutiva	Unidad	3	50	150
Área de Procesamiento de la Información				
Estación de Trabajo	Unidad	5	170	850
Aparador	Unidad	1	150	150
Archivador	Unidad	1	60	60
Silla Ejecutiva	Unidad	5	50	250
			Subtotal	3.669
EQUIPO DE OFICINA				
Área Administrativa				
Teléfono Inalámbrico	Unidad	2	33	66
Televisor LCD	Unidad	1	600	600
Área de Ventas				
Teléfono Inalámbrico	Unidad	3	33	99
Área de Procesamiento de la Información				
Teléfono Inalámbrico	Unidad	5	33	165
Televisor LCD	Unidad	1	600	600
Minicomponente	Unidad	1	275	275

Subtotal				1.805
EQUIPO DE CÓMPUTO				
Área Administrativa				
Portátil ASPIRE 4332	Unidad	2	525	1.050
Impresora SAMSUNG LASER	Unidad	1	178	178
Área de Ventas				
Portátil DELL 1440	Unidad	3	800	2.400
Área de Procesamiento de la Información				
Portátil DELL 1440	Unidad	4	800	3.200
Desktop Acer Veriton	Unidad	1	709	709
Impresora SAMSUNG LASER	Unidad	1	178	178
Servidor HP	Unidad	1	1.906	1.906
Subtotal				9.621
Área de Ventas				
Vehículos	Unidad	1	9.990	9.990
Subtotal				9.990
Subtotal Activos Fijos Área Administrativa				3.533
Subtotal Activos Fijos Área de Ventas				13.209
Subtotal Activos Fijos Área Producción y Servicio				8.343
TOTAL INVERSION ACTIVOS FIJOS				25.085

ACTIVOS INTANGIBLES

CONCEPTO	INVERSION
Gastos de Constitución	2.000,00
Afiliación a la Cámara de Comercio	269,04
Publicidad	3.910,00
Licencia Microsoft Corporativa	3.931,20
Diseño página web	4.000,00
Instalación de Sistema	1.500,00
TOTAL	15.610,24

CAPITAL DE TRABAJO

COSTOS TOTALES ANUALES	VALOR
Costos de Servicio	87.374
Gastos Administrativos	24.781
Gastos de Ventas	30.999
Costos Total de Producción	143.154
Ciclo Productivo	20
Ciclos a Financiar	1
CAPITAL DE TRABAJO	7.844

INGRESOS

CONCEPTO	AÑOS				
	2011	2012	2013	2014	2015
Demanda Insatisfecha	806	832	858	885	913
% de Atención	0,55	0,55	0,55	0,55	0,55
Atención anual	443	458	472	487	502
Precio	365	365	365	365	365
TOTAL INGRESOS	161.756	167.027	172.298	177.750	183.203

OTROS INGRESOS

VENTA DE ACTIVOS

Tipo de activo	Valor de adquisición	Vida útil (años)	Valor Residual %	Años					
				0	1	2	3	4	5
Muebles de Oficina	3.669	10	0,1	0	0	0	0	0	2.017,95
Estación de Trabajo	340	10	0,1	0	0	0	0	0	187,00
Archivador	60	10	0,1	0	0	0	0	0	33,00
Silla Ejecutiva	100	10	0,1	0	0	0	0	0	55,00
Sillas	350	10	0,1	0	0	0	0	0	192,50
Mesa de Reuniones	189	10	0,1	0	0	0	0	0	103,95
Sillones de Espera	600	10	0,1	0	0	0	0	0	330,00
Estación de Trabajo	510	10	0,1	0	0	0	0	0	280,50
Archivador	60	10	0,1	0	0	0	0	0	33,00
Silla Ejecutiva	150	10	0,1	0	0	0	0	0	82,50
Estación de Trabajo	850	10	0,1	0	0	0	0	0	467,50
Aparador	150	10	0,1	0	0	0	0	0	82,50
Archivador	60	10	0,1	0	0	0	0	0	33,00
Silla Ejecutiva	250	10	0,1	0	0	0	0	0	137,50
Equipo de Oficina	1.805	10	0,1	0	0	0	0	0	992,75
Teléfono Inalámbrico	66	10	0,1	0	0	0	0	0	36,30

Televisor LCD	600	10	0,1	0	0	0	0	0	330,00
Teléfono	99	10	0,1	0	0	0	0	0	54,45
Teléfono	165	10	0,1	0	0	0	0	0	90,75
Televisor LCD	600	10	0,1	0	0	0	0	0	330,00
Minicomponente	275	10	0,1	0	0	0	0	0	151,25
Equipo de Cómputo	9.621	3	0,1	0	0	0	962,1	0	3.848,4
Portátil ASPIRE	1.050	3	0,1	0	0	0	105,0	0	420,00
Impresora SAMSUNG LASER	178	3	0,1	0	0	0	17,80	0	71,20
Portátil DELL 1440	2.400	3	0,1	0	0	0	240,0	0	960,00
Portátil DELL 1440	3.200	3	0,1	0	0	0	320,0	0	1.280,0
Desktop Acer Veriton	709	3	0,1	0	0	0	70,90	0	283,60
Impresora SL	178	3	0,1	0	0	0	17,80	0	71,20
Servidor HP	1.906	3	0,1	0	0	0	190,6	0	762,40
Vehículos	9.990	5	0,2	0	0	0	0	0	1.998,0
Vehículos	9.990	5	0,2	0	0	0	0	0	1.998,0
TOTAL	25085			0	0	0	962,1	0	8.857,1

EGRESOS

COSTOS TOTALES

CONCEPTOS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Costos del Servicio	89.384	92.333	95.380	98.528	101.779
Gastos administrativos	28.478	29.418	30.389	31.392	32.428
Gastos de Ventas	33.391	34.493	35.631	36.807	38.022
TOTAL EGRESOS	151.253	156.245	161.401	166.727	172.229

COSTOS DE PRODUCCIÓN

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
MANO DE OBRA DIRECTA				
Programadores páginas	Mes/Hombre	1	714,78	8.577,35
Analistas de RR.HH	Mes/Hombre	3	835,26	30.069,45
COSTOS DIRECTOS				
Internet	Mensual	12	2715	32.580
Energía eléctrica	Mensual	12	90	1.080
Arriendo hosting dominio	Mensual	12	100	1.200
MANO DE OBRA INDIRECTA				
Jefe de Producción	Supervisor/mes	1	925,63	11.107,5
COSTOS INDIRECTOS				
Depreciaciones	Mensual	12	167,45	2.009,4
Otros servicios básicos	Mensual	12	230	2.760
TOTAL				89.383,7

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Unidad de Medida	Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Gerente	mes / hombre	12	1.046	12.553,30
Contador	mes / hombre	12	504	6.047,20
Suministros de Oficina	Mes	12	30	360,00
Agua	Mes	12	20	240,00
Teléfono	Mes	12	75	900,00
Luz	Mes	12	30	360,00
Arriendo	Mes	12	360	4.320,00
Depreciaciones	Mes	12	48	575,85
Amortizaciones	Mes	12	260	3.122,05
Total Gasto Administrativo				28.478,40

GASTOS DE VENTAS

Unidad de Medida	Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Vendedores	mes / hombre	3	624,42	22.479,00
Suministros de Oficina	Mes	12	30	360,00
Combustible	Mes	12	70	840,00
Publicidad	Mes	12	550	6.600,00
Otros servicios básicos	Mes	12	60	720,00
Depreciaciones	Mes	12	199	2.392,11
Total Gastos de Ventas				33.391,11

CRONOGRAMA DE INVERSIONES

Tipo de activo	Valor de adquisición	Años					
		0	1	2	3	4	5
Equipo de Cómputo	9.621	9.621	0	0	9.621	0	0
Portátil ASPIRE 4332	1.050	1.050	0	0	1.050	0	0
Impresora SAMSUNG LASER	178	178	0	0	178	0	0
Portátil DELL 1440	2.400	2.400	0	0	2.400	0	0
Desktop Acer Veriton	3.200	3.200	0	0	3.200	0	0
Portátil DELL 1440	709	709	0	0	709	0	0
Impresora SAMSUNG LASER	178	178	0	0	178	0	0
Servidor HP	1.906	1.906	0	0	1.906	0	0
TOTAL	9.621	9.621	0	0	9.621	0	0

DEPRECIACIONES

Área	Tipo de activo	Valor de adquisición	Vida útil	Val. Res.	Años				
					1	2	3	4	5
Muebles de Oficina		3.669	10	0,10	330,2	330,2	330,2	330,2	330,21
Administrativa	Estación L	340	10	0,10	30,60	30,60	30,60	30,60	30,60
	Archivador	60	10	0,10	5,40	5,40	5,40	5,40	5,40
	Silla Ejecutiva	100	10	0,10	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00
	Sillas	350	10	0,10	31,50	31,50	31,50	31,50	31,50
	Mesa reunión	189	10	0,10	17,01	17,01	17,01	17,01	17,01
	Sillones	600	10	0,10	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00
Ventas	Estación L	510	10	0,10	45,90	45,90	45,90	45,90	45,90
	Archivador	60	10	0,10	5,40	5,40	5,40	5,40	5,40
	Silla Ejecutiva	150	10	0,10	13,50	13,50	13,50	13,50	13,50
Producción de Servicio	Estación L	850	10	0,10	76,50	76,50	76,50	76,50	76,50
	Aparador	150	10	0,10	13,50	13,50	13,50	13,50	13,50
	Archivador	60	10	0,10	5,40	5,40	5,40	5,40	5,40
	Silla Ejecutiva	250	10	0,10	22,50	22,50	22,50	22,50	22,50
Equipo de Oficina		1.805	10	0,10	162,4	162,4	162,4	162,4	162,45
Administrativa	Teléfono	66	10	0,10	5,94	5,94	5,94	5,94	5,94
	Televisor	600	10	0,10	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00
Ventas	Teléfono	99	10	0,10	8,91	8,91	8,91	8,91	8,91
Producción de Servicio	Teléfono	165	10	0,10	14,85	14,85	14,85	14,85	14,85
	Televisor	600	10	0,10	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00

	Minicomponente	275	10	0,10	24,75	24,75	24,75	24,75	24,75
Equipo de Cómputo		9.621	3	0,10	2.886	2.886	2.886	2.886	2.886,3
Administrativa	Portátil	1.050	3	0,10	315,0	315,0	315,0	315,0	315,00
	Impresora	178	3	0,10	53,40	53,40	53,40	53,40	53,40
Ventas	Portátil	2.400	3	0,10	720,0	720,0	720,0	720,0	720,00
Producción de Servicio	Portátil	3.200	3	0,10	960,0	960,0	960,0	960,0	960,00
	Desktop	709	3	0,10	212,7	212,7	212,7	212,7	212,70
	Impresora	178	3	0,10	53,40	53,40	53,40	53,40	53,40
	Servidor	1.906	3	0,10	571,8	571,8	571,8	571,8	571,80
Vehículos		9.990	5	0,20	1.598	1.598	1.598	1.598	1.598,4
Ventas	Vehículos	9.990	5	0,20	1.598	1.598	1.598	1.598	1.598,4
TOTAL		25.085			4.977	4.977	4.977	4.977	4.977,3

AMORTIZACIÓN

Descripción	Valor	Años				
		1	2	3	4	5
Gastos Constitución	2.000,00	400	400	400	400	400
Afiliación CQ	269,04	53,81	53,81	53,81	53,81	53,81
Publicidad	3.910,00	782	782	782	782	782
Licencia Microsoft	3.931,20	786,24	786,24	786,24	786,24	786,24
Diseño página web	4.000,00	800	800	800	800	800
Instalación Sistema	1.500,00	300	300	300	300	300
TOTAL	15.610,24	3122,05	3122,05	3122,05	3122,05	3122,05

**ANEXO J
TAMAÑO III**

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA DEL SERVICIO	TAMAÑO III
	(Anuncios/año)	70%
2011	806	564
2012	832	582
2013	858	601
2014	885	620
2015	913	639

FLUJO DE FONDOS

Detalle	Años					
	0	1	2	3	4	5
Ventas Netas		205.872	212.580	219.288	226.228	233.167
Costos del servicio		-105.975	-109.472	-113.085	-116.816	-120.671
Utilidad Bruta		99.897	103.108	106.204	109.411	112.496
Gastos Administrativos		-24.781	-25.598	-26.443	-27.316	-28.217
Gastos de Ventas		-45.985	-47.503	-49.070	-50.689	-52.362
Utilidad Operacional		29.131	30.007	30.691	31.406	31.917
Gastos Financieros						
Depreciación		6.022	6.022	6.022	6.022	6.022
Amortización		3.437	3.437	3.437	3.437	3.437
Utilidad antes de participaciones		19.673	20.548	21.232	21.947	22.458
(-) 15% trabajadores		2.951	3.082	3.185	3.292	3.369
Utilidad antes de impuestos		16.722	17.466	18.047	18.655	19.089
(-) 25% Impuesto a la Renta		4.180	4.367	4.512	4.664	4.772
UTILIDAD NETA		12.541	13.100	13.535	13.992	14.317
Depreciación		6.022	6.022	6.022	6.022	6.022
Amortización		3.437	3.437	3.437	3.437	3.437
Venta de Activos				1.273		
Inversión inicial	-46.624					
Inversión de reemplazo				-12.730		

Inversión capital de trabajo	-9.684					
Valor de desecho						10.787
Recuperación de capital de trabajo						9.684
FLUJO DE CAJA	56.308,1	22.000,1	22.558,4	11.537,0	23.450,3	44.246,6

INVERSIÓN INICIAL

ACTIVOS FIJOS

CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANT.	PRECIO UNIT.	PRECIO TOTAL
MUEBLES DE OFICINA				
Área Administrativa				
Estación de Trabajo	Unidad	2	170	340
Archivador	Unidad	1	60	60
Silla Ejecutiva	Unidad	2	50	100
Sillas	Unidad	15	35	525
Mesa de Reuniones	Unidad	1	189	189
Sillones de Espera	Unidad	1	600	600
Área de Ventas				
Estación de Trabajo	Unidad	5	170	850
Archivador	Unidad	1	60	60
Silla Ejecutiva	Unidad	5	50	250
Área de Procesamiento de la Información				
Estación de Trabajo	Unidad	7	170	1.190
Aparador	Unidad	1	150	150
Archivador	Unidad	2	60	120
Silla Ejecutiva	Unidad	7	50	350
Subtotal				4.784
EQUIPO DE OFICINA				
Área Administrativa				
Teléfono Inalámbrico	Unidad	2	33	66
Televisor LCD	Unidad	1	600	600
Área de Ventas				
Teléfono Inalámbrico	Unidad	5	33	165
Área de Procesamiento de la Información				
Teléfono Inalámbrico	Unidad	7	33	231

Televisor LCD	Unidad	1	600	600
Minicomponente	Unidad	1	275	275
Subtotal				1.937
EQUIPO DE CÓMPUTO				
Área Administrativa				
Portátil ASPIRE 4332	Unidad	2	525	1.050
Impresora SAMSUNG LASER	Unidad	1	178	178
Área de Ventas				
Portátil DELL 1440	Unidad	5	800	4.000
Área de Procesamiento de la Información				
Portátil DELL 1440	Unidad	5	800	4.000
Desktop Acer Veriton	Unidad	2	709	1.418
Impresora SAMSUNG LASER	Unidad	1	178	178
Servidor HP	Unidad	1	1.906	1.906
Subtotal				12.730
Área de Ventas				
Vehículos	Unidad	1	9.990	9.990
Subtotal				9.990
Subtotal Activos Fijos Área Administrativa				3.708
Subtotal Activos Fijos Área de Ventas				15.315
Subtotal Activos Fijos Área Producción y Servicio				10.418
TOTAL INVERSION ACTIVOS FIJOS				29.441

ACTIVOS INTANGIBLES

CONCEPTO	INVERSIÓN
Gastos de Constitución	2.000,00
Afiliación a la Cámara de Comercio	269,04
Publicidad	3.910,00
Licencia Microsoft Corporativa	5.503,68
Diseño página web	4.000,00
Instalación de Sistema	1.500,00
TOTAL	17.182,72

CAPITAL DE TRABAJO

COSTOS TOTALES ANUALES	VALOR
Costos de Servicio	105.975
Gastos Administrativos	24.781
Gastos de Ventas	45.985
Costos Total de Producción	176.740
Ciclo Productivo	20
Ciclos a Financiar	1
CAPITAL DE TRABAJO	9.684

INGRESOS

OTROS INGRESOS

CONCEPTO	AÑOS				
	2011	2012	2013	2014	2015
Demanda Insatisfecha	806	832	858	885	913
% de Atención	0,70	0,70	0,70	0,70	0,70
Atención anual	564	582	601	620	639
Precio	365	365	365	365	365
TOTAL INGRESOS	205.872	212.580	219.288	226.228	233.167

VENTA DE ACTIVOS

Tipo de activo	Valor de adquisición	Vida útil (años)	Valor Residual %	Años					
				0	1	2	3	4	5
Muebles de Oficina	4.784	10	0,1	0	0	0	0	0	2.631,2
Estación de Trabajo	340	10	0,1	0	0	0	0	0	187,00
Archivador	60	10	0,1	0	0	0	0	0	33,00
Silla Ejecutiva	100	10	0,1	0	0	0	0	0	55,00
Sillas	525	10	0,1	0	0	0	0	0	288,75
Mesa de Reuniones	189	10	0,1	0	0	0	0	0	103,95
Sillones de Espera	600	10	0,1	0	0	0	0	0	330,00
Estación de Trabajo	850	10	0,1	0	0	0	0	0	467,50
Archivador	60	10	0,1	0	0	0	0	0	33,00
Silla Ejecutiva	250	10	0,1	0	0	0	0	0	137,50
Estación de Trabajo	1.190	10	0,1	0	0	0	0	0	654,50
Aparador	150	10	0,1	0	0	0	0	0	82,50
Archivador	120	10	0,1	0	0	0	0	0	66,00
Silla Ejecutiva	350	10	0,1	0	0	0	0	0	192,50

Equipo de Oficina	1.937	10	0,1	0	0	0	0	0	1.065,3
Teléfono Inalámbrico	66	10	0,1	0	0	0	0	0	36,30
Televisor LCD	600	10	0,1	0	0	0	0	0	330,00
Teléfono Inalámbrico	165	10	0,1	0	0	0	0	0	90,75
Teléfono Inalámbrico	231	10	0,1	0	0	0	0	0	127,05
Televisor LCD	600	10	0,1	0	0	0	0	0	330,00
Minicomponente	275	10	0,1	0	0	0	0	0	151,25
Equipo de Cómputo	12.730	3	0,1	0	0	0	1273,0	0	5.092,0
Portátil ASPIRE 4332	1.050	3	0,1	0	0	0	105,00	0	420,00
Impresora SAMSUNG LASER	178	3	0,1	0	0	0	17,80	0	71,20
Portátil DELL 1440	4.000	3	0,1	0	0	0	400,00	0	1.600,0
Portátil DELL 1440	4.000	3	0,1	0	0	0	400,00	0	1.600,0
Desktop Acer Veriton	1.418	3	0,1	0	0	0	141,80	0	567,20
Impresora SAMSUNG LASER	178	3	0,1	0	0	0	17,80	0	71,20
Servidor HP	1.906	3	0,1	0	0	0	190,60	0	762,40
Vehículos	9.990	5	0,2	0	0	0	0	0	1.998,0
Vehículos	9.990	5	0,2	0	0	0	0	0	1.998,0
TOTAL	29441			0	0	0	1.273,0	0	10.786

EGRESOS

COSTOS TOTALES ANUALES

CONCEPTOS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Costos del Servicio	108.488	112.068	115.766	119.586	123.533
Gastos administrativos	28.809	29.759	30.741	31.756	32.804
Gastos de Ventas	48.903	50.516	52.183	53.906	55.684
TOTAL EGRESOS	186.199	192.344	198.691	205.248	212.021

COSTOS TOTALES ANUALES SIN DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN

CONCEPTOS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Costos del Servicio	105.975	109.472	113.085	116.816	120.671
Gastos administrativos	24.781	25.598	26.443	27.316	28.217
Gastos de Ventas	45.985	47.503	49.070	50.689	52.362
TOTAL EGRESOS	176.740	182.573	188.598	194.821	201.250

COSTOS DE PRODUCCIÓN DEL SERVICIO

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL ANUAL
MANO DE OBRA DIRECTA				
Programadores de páginas web	Mes/Hombre	2	714,78	17.154,70
Analistas de RR.HH	Mes/Hombre	4	835,26	40.092,60
COSTOS DIRECTOS				
Internet	Mensual	12	2715	32.580
Energía eléctrica	Mensual	12	90	1.080
Arriendo hosting y dominio	Mensual	12	100	1.200
Mano de obra indirecta				
Jefe de producción	Supervisor/día	1	925,63	11.107,50
COSTOS INDIRECTOS				
Depreciaciones	Mensual	12	209,42	2.513,04
Otros servicios básicos	Mensual	12	230	2.760
TOTAL				108.487,84

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Unidad de Medida	Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Gerente	mes / hombre	12	1.046	12.553,30
Contador	mes / hombre	12	504	6.047,20
Suministros de Oficina	Mes	12	30	360,00
Agua	Mes	12	20	240,00
Teléfono	Mes	12	75	900,00
Luz	Mes	12	30	360,00
Arriendo	Mes	12	360	4.320,00
Depreciaciones	Mes	12	49	591,60
Amortización	Mes	12	286	3.436,54
Total Gasto Administrativo				28.808,64

GASTOS DE VENTA

Unidad de Medida	Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Vendedores	mes / hombre	5	624,42	37.465,00
Suministros de Oficina	Mes	12	30	360,00
Combustible	Mes	12	70	840,00
Publicidad	Mes	12	550	6.600,00
Otros servicios básicos	Mes	12	60	720,00
Depreciaciones	Mes	12	243	2.917,65
Total Gastos de Ventas				48.902,65

CRONOGRAMA DE REINVERSIONES

Tipo de activo	Valor de adquisición	Años					
		0	1	2	3	4	5
Equipo de Cómputo	12.730	-12.730	0	0	12.730	0	0
Portátil ASPIRE 4332	1.050	-1.050	0	0	1.050	0	0
Impresora SAMSUNG LASER	178	-178	0	0	178	0	0
Portátil DELL 1440	4.000	-4.000	0	0	4.000	0	0
Desktop Acer Veriton	4.000	-4.000	0	0	4.000	0	0
Portátil DELL 1440	1.418	-1.418	0	0	1.418	0	0
Impresora SAMSUNG LASER	178	-178	0	0	178	0	0
Servidor HP	1.906	-1.906	0	0	1.906	0	0
TOTAL	12.730	-12.730	0	0	12.730	0	0

DEPRECIACIONES

Área	Tipo de activo	Valor de adquisición	Vida útil	Valor Residual	Años				
					1	2	3	4	5
Muebles de Oficina		4.784	10	0,10	430,56	430,56	430,56	430,56	430,56
Administrativa	Estación de Trabajo	340	10	0,10	30,60	30,60	30,60	30,60	30,60
	Archivador	60	10	0,10	5,40	5,40	5,40	5,40	5,40
	Silla Ejecutiva	100	10	0,10	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00
	Sillas	525	10	0,10	47,25	47,25	47,25	47,25	47,25

	Mesa Reuniones	189	10	0,10	17,01	17,01	17,01	17,01	17,01
	Sillones de Espera	600	10	0,10	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00
Ventas	Estación de Trabajo	850	10	0,10	76,5	76,5	76,5	76,5	76,5
	Archivador	60	10	0,10	5,40	5,40	5,40	5,40	5,40
	Silla Ejecutiva	250	10	0,10	22,5	22,5	22,5	22,5	22,5
Producción de Servicio	Estación de Trabajo	1.190	10	0,10	107,10	107,10	107,10	107,10	107,10
	Aparador	150	10	0,10	13,5	13,5	13,5	13,5	13,5
	Archivador	120	10	0,10	10,8	10,8	10,8	10,8	10,8

	Silla Ejecutiva	350	10	0,10	31,5	31,5	31,5	31,5	31,5
Equipo de Oficina		1.937	10	0,10	174,33	174,33	174,33	174,33	174,33
Administrativa	Teléfono Inalámbrico	66	10	0,10	5,94	5,94	5,94	5,94	5,94
	Televisor LCD	600	10	0,10	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00
Ventas	Teléf. Inalámbrico	165	10	0,10	14,85	14,85	14,85	14,85	14,85
Producción de Servicio	Teléf. Inalámbrico	231	10	0,10	20,79	20,79	20,79	20,79	20,79
	Televisor LCD	600	10	0,10	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00
	Minicomponente	275	10	0,10	24,75	24,75	24,75	24,75	24,75

Equipo de Cómputo		12.730	3	0,10	3.819	3.819	3.819	3.819	3.819
Administrativa	Portátil ASPIRE 4332	1.050	3	0,10	315,00	315,0	315	315	315
	Impresora SAMSUNG LASER	178	3	0,10	53,40	53,40	53,40	53,40	53,40
Ventas	Portátil DELL 1440	4.000	3	0,10	1.200,0 0	1.200,0 0	1.200,00	1.200,0 0	1.200,00
Producción de Servicio	Portátil DELL 1440	4.000	3	0,10	1.200,0 0	1.200,0 0	1.200,00	1.200,0 0	1.200,00
	Desktop Acer Veriton	1.418	3	0,10	425,40	425,40	425,40	425,4	425,40
	Impresora SAMSUNG LASER	178	3	0,10	53,40	53,40	53,40	53,40	53,40

	Servidor HP	1.906	3	0,10	571,80	571,80	571,80	571,80	571,80
Vehículos		9.990	5	0,20	1.598,40	1.598,40	1.598,40	1.598,40	1.598,40
Ventas	Vehículos	9.990	5	0,20	1.598,40	1.598,40	1.598,40	1.598,40	1.598,40
TOTAL		29.441			6.022,29	6.022,29	6.022,29	6.022,29	6.022,29

AMORTIZACIÓN

Descripción	Valor	Años				
		1	2	3	4	5
Gastos de Constitución	2.000,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
Afiliación a la Cámara de Comercio	269,04	53,81	53,81	53,81	53,81	53,81
Publicidad	3.910,00	782,00	782,00	782,00	782,00	782,00
Licencia Microsoft Corporativa	5.503,68	1.100,74	1.100,74	1.100,74	1.100,74	1.100,74
Diseño página web	4.000,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00
Instalación de Sistema	1.500,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
TOTAL	17.182,72	3.436,54	3.436,54	3.436,54	3.436,54	3.436,54

**ANEXO K
COSTOS ACTIVOS FIJOS**



LAS MEJORES MARCAS EN EL MERCADO		Fecha:	07/06/11
LINEA	DETALLE	MARCA	PRECIO
ACCESORIOS			
COBERTORES	COBERTORES 19 PULGADAS	GENERICO	\$ 2,90
REGULADOR	REGULADOR 100 VA	ALTEK	\$ 9,80
MESAS	MESA DE REUNIONES	GENERICO	\$ 189,00
HEADSET	HEADSET	KEY MEDIA	\$ 5,50
HEADPHONES	HEANSET MODELO HS - 02B CON MICROFONO	GENIUS	\$ 4,86
HEADPHONES	HEANSET MODELO HS-02N CON MICROFONO	GENIUS	\$ 7,20
AUDIFONOS	PARA MP3, MP4 Y IPOD	GENERICO	3N
AUDIFONOS	PARA CELULARES MARCA SONNY	GENERICO	6N
SILLAS	COLOR NEGRO SIN APOYABRAZOS	GENERICO	\$ 35,00
SILLAS EJECUTIVAS	COLOR NEGRO CON APOYABRAZOS		
MICRO SD	MICRO SD DE 4GB CON UN ADAPTADOR	KINGSTON	12,N
TECLADO	MULTIMEDIA MODELO KB-200e / USB	GENIUS	N/D
TECLADO NUMERICO	TECLADO NUMERICO	GENIUS	\$ 9,80
ARCHIVADOR	ARCHIVADOR 3 GABETAS	GENERICO	\$ 60,00
TELEVISOR	TELEVISOR LCD MODELO 2N-32B-350F1 DE 32"	SAMSUNG	\$ 600,00
TORRE DE CD-R	MARCA GREAT TORRE DE 100	GREAT	14N
TORRE DE DVD-R	MARCA TORO, TORRE DE 50	TORO	12N
CONTROLES DE NINTENDO WII	1 CONTROL GRANDE Y EL PEQUEÑO (NUNCHUC)	GENERICO	45N
TELEFONO INALAMBRICO	GENERAL ELECTRIC CON IDENTIFICADOR DE LLAMADAS ALCANDE 5.8	GENERAL EL	\$ 33,00
CDS			
SOBRE PLASTICO	SOBRE PLASTICO 100 UNIDADES	GENERICO	3N
IMPRESORAS			
IMPRESORA	SAMSUNG LASER MULTIFUNCION SCX 4300	SAMSUNG	\$ 178,00
PORTATILES			
PORTATIL	HP TX2 1274 PROC: AMD BAMD X2 DE 2. 2/4 GB/ 500GB/LAPIZ/C/TOUCH NEW	HP	\$ 945,00
PORTATIL	HPTX2 1275 AMD X2 2.2/ 4GB/ 320 GB/ LAPIZ/ C/R/WINDOWS7 REF 12,1"	HP	\$ 799,00
PORTATIL	DELL 1440 INTEL 2.2/C2D/4GB/500GB/14 PUL/WINDOWS 7 ESPAÑOL	DELL	\$ 800,00
PORTATIL	HP DV4 2165 DX INTEL CORE I3 2.13/4GB/500GB/14"/WINDOWS 7/NEW/	HP	\$ 880,00

DIRECCION: MATOVELLE 323 Y VARGAS LATERAL AL COLEGIO MEJIA A 20 PASOS DE LA ENTRADA DEL COLEGIO NOCTURNO GABRIELA MISTRAL

TELÉFONO: 2958226

ANEXO L
PLANES DE INTERNET CORPORATIVOS CNT

OPEN						
CATEGORIA	SUBCATEGORIA		CAT	TARIFA	INSCRIPCION	MODEM WIFI
INTERNET BASICO	PROMO 600K	15	21	\$ 18,00	\$ 50,00	\$ -
INTERNET BASICO	PROMO 1000K	16		\$ 24,90	\$ 50,00	\$ -
INTERNET BASICO	PROMO 1400K	17		\$ 29,90	\$ 50,00	\$ -
INTERNET BASICO	1F FAST BOY 300X150	1	51	\$ 18,00	\$ 50,00	\$ 15,00
INTERNET BASICO	1F FAST BOY 500X150	2		\$ 24,90	\$ 50,00	\$ 15,00
INTERNET BASICO	1F FAST BOY 600X250	3		\$ 29,90	\$ 50,00	\$ 15,00
INTERNET BASICO	1F FAST BOY 768X256	15		\$ 39,90	\$ 50,00	\$ 15,00
INTERNET BASICO	1F FAST BOY 1024X256	4		\$ 49,90	\$ 50,00	\$ 15,00
INTERNET BASICO	1F FAST BOY 1600X256	16		\$ 65,00	\$ 50,00	\$ 15,00
INTERNET BASICO	1F FAST BOY 2048X256	5		\$ 85,00	\$ 50,00	\$ 15,00
INTERNET BASICO	1F FAST BOY 3042X512	17		\$ 107,00	\$ 50,00	\$ 15,00
INTERNET BASICO	1F FAST BOY 4000X512	18	\$ 131,00	\$ 50,00	\$ 15,00	
INTERNET BASICO	1F FAST BOY IP FIJA 300X150	6	51	\$ 28,00	\$ 50,00	\$ 15,00
INTERNET BASICO	1F FAST BOY IP FIJA 500X150	7		\$ 34,90	\$ 50,00	\$ 15,00
INTERNET BASICO	1F FAST BOY IP FIJA 600X256	8		\$ 39,90	\$ 50,00	\$ 15,00
INTERNET BASICO	1F FAST BOY IP FIJA 768X256	19		\$ 49,90	\$ 50,00	\$ 15,00
INTERNET BASICO	1F FAST BOY IP FIJA 1024X256	9		\$ 59,90	\$ 50,00	\$ 15,00
INTERNET BASICO	1F FAST BOY IP FIJA 1600X512	20		\$ 75,00	\$ 50,00	\$ 15,00
INTERNET BASICO	1F FAST BOY IP FIJA 2048X512	10		\$ 98,00	\$ 50,00	\$ 15,00
INTERNET BASICO	1F FAST BOY IP FIJA 3042X512	21		\$ 117,00	\$ 50,00	\$ 15,00
INTERNET BASICO	1F FAST BOY IP FIJA 4000X512	22	\$ 141,00	\$ 50,00	\$ 15,00	
ADSL CORPORATIVO	2F CORPORATIVO 128X64	1	52	\$ 84,00	\$ 80,00	\$ 15,00
ADSL CORPORATIVO	2F CORPORATIVO 256X128	2		\$ 118,00	\$ 80,00	\$ 15,00
ADSL CORPORATIVO	2F CORPORATIVO 512X256	3		\$ 186,00	\$ 80,00	\$ 15,00
ADSL CORPORATIVO	2F CORPORATIVO 1024X512	4		\$ 322,00	\$ 80,00	\$ 15,00
ADSL CORPORATIVO	2F CORPORATIVO 2048X512	5		\$ 500,00	\$ 80,00	\$ 15,00
SDSL C. GOLD	6F SDSL C. GOLD 256 K	1	53	\$ 383,00	\$ 150,00	\$ -
SDSL C. GOLD	6F SDSL C. GOLD 512 K	2		\$ 588,00	\$ 150,00	\$ -
SDSL C. GOLD	6F SDSL C. GOLD 1MBPS	3		\$ 605,00	\$ 150,00	\$ -
SDSL C. GOLD	6F SDSL C. GOLD 2MBPS	4		\$ 667,00	\$ 300,00	\$ -
SDSL C. GOLD	6F SDSL C. GOLD 3MBPS	5		\$ 997,00	\$ 450,00	\$ -
SDSL C. GOLD	6F SDSL C. GOLD 4MBPS	6		\$ 1.263,00	\$ 600,00	\$ -
SDSL C. GOLD	6F SDSL C. GOLD 5MBPS	7		\$ 1.545,00	\$ 750,00	\$ -
SDSL C. GOLD	6F SDSL C. GOLD 6MBPS	8		\$ 1.779,00	\$ 900,00	\$ -
SDSL C. GOLD	6F SDSL C. GOLD 7MBPS	9		\$ 2.013,00	\$ 1.050,00	\$ -
SDSL C. GOLD	6F SDSL C. GOLD 8MBPS	10		\$ 2.247,00	\$ 1.200,00	\$ -
SDSL C. GOLD	6F SDSL C. GOLD 9MBPS	11		\$ 2.481,00	\$ 1.350,00	\$ -
SDSL C. GOLD	6F SDSL C. GOLD 10MBPS	12		\$ 2.715,00	\$ 1.500,00	\$ -
SDSL C. GOLD	6F SDSL C. GOLD 11MBPS	13		\$ 2.946,00	\$ 1.650,00	\$ -
SDSL C. GOLD	6F SDSL C. GOLD 12MBPS	14		\$ 3.177,00	\$ 1.800,00	\$ -
SDSL C. GOLD	6F SDSL C. GOLD 13MBPS	15		\$ 3.408,00	\$ 1.950,00	\$ -
SDSL C. GOLD	6F SDSL C. GOLD 14MBPS	16		\$ 3.639,00	\$ 2.100,00	\$ -
SDSL C. GOLD	6F SDSL C. GOLD 15MBPS	17		\$ 3.870,00	\$ 2.250,00	\$ -
SDSL C. GOLD	6F SDSL C. GOLD 16MBPS	18		\$ 4.101,00	\$ 2.400,00	\$ -
SDSL C. GOLD	6F SDSL C. GOLD 17MBPS	19		\$ 4.332,00	\$ 2.550,00	\$ -
SDSL C. GOLD	6F SDSL C. GOLD 18MBPS	20		\$ 4.563,00	\$ 2.700,00	\$ -
SDSL C. GOLD	6F SDSL C. GOLD 19MBPS	21		\$ 4.794,00	\$ 2.850,00	\$ -
SDSL C. GOLD	6F SDSL C. GOLD 20MBPS	22		\$ 5.025,00	\$ 3.000,00	\$ -
SDSL C. GOLD	6F SDSL C. GOLD 21MBPS	23		\$ 5.256,00	\$ 3.150,00	\$ -
SDSL C. GOLD	6F SDSL C. GOLD 22MBPS	24		\$ 5.487,00	\$ 3.300,00	\$ -
SDSL C. GOLD	6F SDSL C. GOLD 23MBPS	25		\$ 5.718,00	\$ 3.450,00	\$ -
SDSL C. GOLD	6F SDSL C. GOLD 24MBPS	26		\$ 5.949,00	\$ 3.600,00	\$ -
SDSL C. GOLD	6F SDSL C. GOLD 25MBPS	27		\$ 6.180,00	\$ 3.750,00	\$ -
SDSL C. GOLD	6F SDSL C. GOLD 26MBPS	28		\$ 6.411,00	\$ 3.900,00	\$ -
SDSL C. GOLD	6F SDSL C. GOLD 27MBPS	29		\$ 6.642,00	\$ 4.050,00	\$ -
SDSL C. GOLD	6F SDSL C. GOLD 28MBPS	30		\$ 6.873,00	\$ 4.200,00	\$ -
SDSL C. GOLD	6F SDSL C. GOLD 29MBPS	31		\$ 7.104,00	\$ 4.350,00	\$ -
SDSL C. GOLD	6F SDSL C. GOLD 30MBPS	32		\$ 7.335,00	\$ 4.500,00	\$ -
SDSL C. GOLD	6F SDSL C. GOLD 31MBPS	33		\$ 7.566,00	\$ 4.650,00	\$ -
SDSL C. GOLD	6F SDSL C. GOLD 32MBPS	34		\$ 7.797,00	\$ 4.800,00	\$ -
SDSL C. GOLD	6F SDSL C. GOLD 33MBPS	35		\$ 8.028,00	\$ 4.950,00	\$ -
SDSL C. GOLD	6F SDSL C. GOLD 34MBPS	36		\$ 8.259,00	\$ 5.100,00	\$ -
SDSL C. GOLD	6F SDSL C. GOLD 35MBPS	37		\$ 8.490,00	\$ 5.250,00	\$ -
SDSL C. GOLD	6F SDSL C. GOLD 36MBPS	38		\$ 8.721,00	\$ 5.400,00	\$ -
SDSL C. GOLD	6F SDSL C. GOLD 37MBPS	39		\$ 8.952,00	\$ 5.550,00	\$ -
SDSL C. GOLD	6F SDSL C. GOLD 38MBPS	40		\$ 9.183,00	\$ 5.700,00	\$ -
SDSL C. GOLD	6F SDSL C. GOLD 39MBPS	41		\$ 9.414,00	\$ 5.850,00	\$ -
SDSL C. GOLD	6F SDSL C. GOLD 40MBPS	42		\$ 9.645,00	\$ 6.000,00	\$ -
SDSL C. GOLD	6F SDSL C. GOLD 41MBPS	43		\$ 9.876,00	\$ 6.150,00	\$ -
SDSL C. GOLD	6F SDSL C. GOLD 42MBPS	44		\$ 10.107,00	\$ 6.300,00	\$ -
SDSL C. GOLD	6F SDSL C. GOLD 43MBPS	45		\$ 10.338,00	\$ 6.450,00	\$ -
SDSL C. GOLD	6F SDSL C. GOLD 44MBPS	46		\$ 10.569,00	\$ 6.600,00	\$ -
SDSL C. GOLD	6F SDSL C. GOLD 45MBPS	47		\$ 10.800,00	\$ 6.750,00	\$ -
SDSL C. GOLD	6F SDSL C. GOLD 46MBPS	48		\$ 11.029,00	\$ 6.900,00	\$ -
ADSL C. PREMIUM	3F C. PREMIUM 128X64	1	54	\$ 106,00	\$ 100,00	\$ 15,00
ADSL C. PREMIUM	3F C. PREMIUM 256X128	2		\$ 155,00	\$ 100,00	\$ 15,00
ADSL C. PREMIUM	3F C. PREMIUM 512X256	3		\$ 267,00	\$ 100,00	\$ 15,00
ADSL C. PREMIUM	3F C. PREMIUM 1024X512	4		\$ 537,00	\$ 100,00	\$ 15,00
ADSL C. PREMIUM	3F C. PREMIUM 2048X512	5		\$ 580,00	\$ 100,00	\$ 15,00
ADSL C. GOLD	4F C. GOLD 128X64	1	55	\$ 183,00	\$ 100,00	\$ 15,00
ADSL C. GOLD	4F C. GOLD 256X128	2		\$ 314,00	\$ 100,00	\$ 15,00
ADSL C. GOLD	4F C. GOLD 512X256	3		\$ 505,00	\$ 100,00	\$ 15,00
ADSL C. GOLD	4F C. GOLD 1024X512	4		\$ 578,00	\$ 100,00	\$ 15,00
SDSL C. PREMIUM	5F SDSL C. PREMIUM 128K	1	56	\$ 120,00	\$ 100,00	\$ 15,00
SDSL C. PREMIUM	5F SDSL C. PREMIUM 256K	2		\$ 188,00	\$ 100,00	\$ 15,00
SDSL C. PREMIUM	5F SDSL C. PREMIUM 512K	3		\$ 324,00	\$ 100,00	\$ 15,00
SDSL C. PREMIUM	5F SDSL C. PREMIUM 1024K	4		\$ 565,00	\$ 100,00	\$ 15,00
SDSL C. PREMIUM	5F SDSL C. PREMIUM 2048K	5		\$ 607,00	\$ 100,00	\$ 15,00