

TRABAJO DE CONCLUSIÓN DE CARRERA PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL
ESPECIALIZACIÓN EN RECURSOS HUMANOS

Yubor Edison Castagneto Alcívar

**“Creación de un departamento de Externalización de Procesos
para el reclutamiento, selección, capacitación y coaching para la
empresa Castagneto& Macías S.A. de la ciudad Guayaquil”**

Trabajo de conclusión de carrera
(T.C.C.) presentado como requisito
parcial para la obtención del grado en
Ingeniería Comercial especialización en
Recursos Humanos.

Guayaquil, 2013

CASTAGNETO, Yubor E., Creación de un departamento de Externalización de Procesos para el reclutamiento, selección, capacitación y coaching para la empresa Castagneto & Macías S.A. de la ciudad Guayaquil. Guayaquil: UPACÍFICO, 2013, 122 páginas. Víctor Jurado (Trabajo de Conclusión de Carrera-T.C.C. presentado a la Facultad de Negocios y Economía de la Universidad Del Pacífico.

Resumen: El talento humano de una organización es vital para obtener un alto rendimiento y generar valor agregado a largo plazo. Por esta razón, la propuesta de este estudio consiste en crear un departamento de externalización de procesos para reclutar, seleccionar y entrenar (coach) personal para la empresa Castagneto & Macías. La metodología utilizada fue histórica-comparativa y cualitativa-cuantitativa, y se realizó una encuesta. Adicionalmente, se realizaron análisis del entorno nacional e internacional, económico, ambiental, así como se identificó al mercado objetivo; esto es personas mayor de 18 años, de ambos sexos, con educación secundaria, pero sobretodo, personas con mente abierta a la innovación y superación. También fue tomado en consideración el segmento de mercado para la comercialización de los servicios; en este caso, empresas y personas naturales con poder adquisitivo; confirmado a través de la investigación que el coaching es un aprendizaje experiencial que permite el mejoramiento de las competencias. Los profesionales capacitados y motivados proporcionan a las empresas una ventaja competitiva y duradera, lo cual es de valor incalculable en la economía actual. Se fomentará una cultura del cuidado del medio ambiente con los clientes.

Palabras Claves: Coaching, Ventaja. Implementación,

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Yubor Edison Castagneto Alcívar declaro ser el autor exclusivo del presente Trabajo de Conclusión de Carrera.

Todos los efectos académicos y legales que se desprendieron de la misma es de mi responsabilidad.

Por medio del presente documento cedo mis derechos de autor a la Universidad Del Pacífico para que pueda hacer uso del texto completo del trabajo de conclusión de carrera “Creación de un departamento de Externalización de Procesos para el reclutamiento, selección, capacitación y coaching para la empresa Castagneto& Macías S.A. de la ciudad Guayaquil” con fines académicos y /o de investigación.

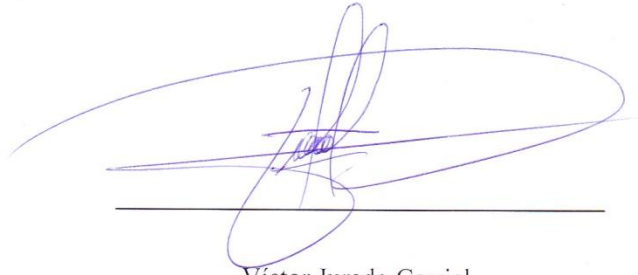


Yubor E. Castagneto A.

Guayaquil, 2013.

CERTIFICACIÓN

Yo, Víctor Jurado Carriel, docente de la Facultad de Negocios y Economía de la Universidad Del Pacífico como Director del presente Trabajo de Conclusión de Carrera; certifico que el señor Yubor Edison Castagneto Alcívar, egresado de esta Institución, es autor exclusivo del presente trabajo de conclusión de carrera, el mismo que es auténtico, original e inédito.



Víctor Jurado Carriel

Guayaquil, 2013

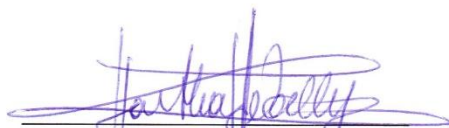
DOCUMENTO DE CONFIDENCIALIDAD

Al presentar este trabajo de conclusión de carrera para uno de los requisitos previos para la obtención del grado de Ingeniero Comercial de la Universidad Del Pacífico autorizo a la Biblioteca de la Universidad para que haga de este trabajo de conclusión de carrera un documento disponible para su lectura

Estoy de acuerdo en que se realice cualquier copia de este trabajo de conclusión de carrera dentro de las regulaciones de la Universidad según como dictamina la
L.O.E.S, 2010 Art. 144.

Cuatro copias digitales, de este Trabajo de Conclusión de Carrera quedan en custodia de la Universidad Del Pacífico, las mismas que podrán ser utilizadas para fines académicos y de investigación.

Para constancia de este compromiso suscribe,



Dra. Martha Vallejo L.
Decana de la Facultad de Negocios y Economía (e)

Guayaquil, 2013

AGRADECIMIENTO

Agradezco primero a Dios ser supremo presente en todos mis actos,
a la Universidad que me abrió las puertas,
a mi madre protagonista e impulsadora de todas mis metas, quien con su
cariño y calor humano mostrándome con ejemplo que para llegar, hay que
vencer todas las barreras que se presenten.
También a los profesores que formaron parte de la formación académica y de
manera especial al Magister Victor Jurado Carriel por su asertiva dirección en
el desarrollo del trabajo.

Yubor E. Castagneto A.

DEDICATORIA

A mi madre, fuente de motivación

A mis hermanas

Gina Mariella, profesional ejemplar,

Yoli Maylin, leal y afectuosa.

Yubor E. Castagneto A.

ÍNDICE

CAPITULO I

RESUMEN EJECUTIVO

I.A. Objetivo propósito del Proyecto.....	2
I.B. Macro entorno.....	2
I.C. Problemática del sector, nuestra ventaja competitiva.....	6
I.D. Mercados Objetivos, Domésticos e Internacionales.....	7
I.E. Información macroeconómica del mercado estudiado.....	8
I.F. Tamaño y potencial crecimiento de la empresa.....	9

CAPITULO II

CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

II.A. Marco Legal.....	11
------------------------	----

CAPITULO III

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

III.A. Historia del Negocio.....	23
III. B. Misión, Visión y objetivos de la empresa.....	23
III. C. Estructura de la industria en general y del negocio en particular.....	25
III.D. Descripción del servicio.....	25
III.E. Análisis FODA.....	26
III.D. Cinco fuerzas de Porter.....	27

CAPITULO IV

EQUIPO GERENCIAL

IV.A. Estructura Gerencial.....	31
IV.B. Experiencia previa de los miembros del equipo gerencial.....	36
IV.C. Cultura empresarial.....	38

CAPITULO V

ANÁLISIS DEL MERCADO

V.A. Estudio específico del mercado.....	40
V.B. Identificación del mercado potencial y empresarial.....	41
V.C. Descripción de las regiones, segmentos o nichos.....	42
V.D. Mercado objetivo, nichos de mercado y bloques de compradores.....	43
V.E. Investigación de mercado, encuestas y resultados.....	43
V.F. Análisis de la competencia.....	55

CAPITULO VI

ESTRATEGIAS DEL MERCADO

VI.A. Consideraciones Internacionales, nacionales y locales.....	57
VI.B. Estrategias de producto, precio y estacionalidad.....	59
VI.C. Estrategias de distribución, penetración y venta personal.....	62
VI.D. Estrategia de promoción, distribución y gastos.....	65
VI.E. Estrategia publicitaria y de comercialización.....	68

CAPITULO VII

OPERACIONES

VII.A. Riesgos internos.....	71
VII.B. Riesgos externos.....	72
VII.C. Planes de contingencia.....	73

CAPITULO VIII

ESTUDIO FINANCIERO

VIII.A. Presupuesto e inversiones	76
VIII.B. Proyección a cinco años.....	77
VIII.C. Análisis del punto de equilibrio.....	80
VIII.D. Flujo de caja.....	81
VIII.E. Estado de pérdidas y ganancias.....	82
VIII.F. Balance	83

CAPITULO IX

ANÁLISIS FINANCIERO DEL PROYECTO

IX.A. Requerimientos del capital.....	85
IX.B. Evaluación: Sensibilidad y Rentabilidad.....	86

CAPITULO X

ECOLOGÍA Y MEDIO AMBIENTE

X.A. Proceso, Procedimiento e Impacto que se siguió y culminó.....	89
X.B. Entorno Natural.....	92
X.C. Resultados logrados.....	93

CAPITULO XI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

XI.A. Conclusiones.....	97
XI.B. Recomendaciones.....	100
BIBLIOGRAFÍA.....	101
ANEXOS.....	102

CAPÍTULO I

RESUMEN EJECUTIVO

CAPÍTULO I

RESUMEN EJECUTIVO

I.A. OBJETIVO PROPÓSITO DEL PROYECTO

La finalidad de este proyecto es la de ofrecer un servicio diferente aprovechando el crecimiento vertiginoso de las empresas, pues la competitividad demanda de personal altamente calificado. La propuesta consiste en crear un departamento de externalización de procesos para reclutamiento, selección y coach; es decir atender al mercado empresarial proporcionando personal con habilidades consensuadas

El propósito de la propuesta es seleccionar personas que cumplan con determinado perfil de acuerdo al cargo, y que tengan conocimientos específicos para el desempeño de la actividad para la que es contratada.

La Ventaja de la implementación de este departamento para la empresa, conlleva a realizar un diagnóstico segmentado en áreas pertinentes, detectar cuáles son las características y perfiles para el cargo; así como capacitar a los candidatos para que puedan llevar a cabo su labor y mejorar el potencial, de esta manera se den cambios importantes para obtener resultados significativos en cada empresa a la que se ofrece el servicio, donde se ha aportado con personal de excelente desempeño.

El mercado se distingue y predomina entre otros, ya que se propende trabajar con empresas, identificar, analizar, y asesorarlas a fin de mejorar el desempeño de su equipo de trabajo estableciendo planes de acción que generen cambios en el rendimiento laboral de acuerdo a las características de la situación percibida.

I.B. MACROENTORNO

I.B.1. Nivel internacional

En el siglo XIX se origina el termino coach, etimológicamente la palabra se refiere a un medio de transporte (Hanson, 1983); de aquí parte la relación de la palabra coach con cambio; es decir cambio de posición que a más de situacional (Físico), puede ser conceptual.

Basándose en la recopilación previa de distintas conceptualizaciones, en el estudio titulado *The role of reflection on clients change in the coaching process*, Presenta al coach como un gestor que trabaja en conjunto con un individuo o grupo de individuos para lograr el desarrollo de su potencial y cumplir objetivos propuestos, pudiendo generar cambios ya sea en el ámbito personal o profesional, los cuales pueden surgir por iniciativa propia.

Basándose en organizaciones como International Coach Federation (ICF), International Association Coaching (IAC) y Worldwide Association of business Coaches (WABC), constan entre las pioneras que han aplicado este método.

I.B.2. Nivel Nacional. Entorno demográfico

La población estimada de la República del Ecuador es de 14 483 499 con la más alta densidad poblacional de América del Sur, teniendo 55.80 habitantes por km². (INEC, 2010).

A pesar que los ecuatorianos hace tan sólo un siglo se concentraban con más alta frecuencia en la región Sierra en los Andes, hoy en día la población está dividida casi equitativamente entre Sierra y Costa.

La población ecuatoriana tiene diversidad etnoracial, difícil establecer porcentajes exactos a distintos grupos ya que la definición de etnia no es equivalente a la de raza, y las estadísticas sobre la composición etnoracial del país según diferentes fuentes varían por este motivo.

La región amazónica, denominada "Oriente", se sitúa al este de la Sierra y aunque constituye casi la mitad del territorio ecuatoriano, permanece escasamente poblada. El Oriente contiene sólo un 3% de la población, la mayoría siendo indígenas amazónicos que siempre fueron libres y no sujetos a la conquista española. Estas nacionalidades indígenas amazónicas han mantenido sus tradiciones, cultura y lenguas totalmente intactas, y se mantienen a distancia y cautos hacia el resto de la población ecuatoriana, en especial a los recién llegados colonos mestizos y blancos del interior. Los colonos recién llegados se acentuaron durante la pequeña inmigración ocurrida durante y después de los años '70 cuando el gobierno nacional auspició a compañías multinacionales la explotación de reservas de petróleo en aquella región.

Durante los últimos 10 años, la inestabilidad política y económica del país motivó a que una décima parte de la población optara por la emigración, principalmente hacia España, Italia, y en menor grado a los Estados Unidos.

La mayor parte de los emigrantes provenían predominantemente de los sectores más desfavorecidos del país, en especial el número altamente desproporcionado de emigrantes compuesto por personas indígenas que salían del país en conjunto con mestizos de baja condición socioeconómica y algunos blancos viéndose afectados por la crisis económica, el incremento de pobreza, y el temor a integrarse a ese índice.

I.B.2.a. Entorno económico

La economía de Ecuador es la octava más grande de América Latina y experimentó un crecimiento promedio del 4,6% entre 2000 y 2006. En enero de 2009, el Banco Central del Ecuador (BCE) situó la previsión de crecimiento de 2010 en un 6,88%. El PIB se duplicó

entre 1999 y el 2007, alcanzando los 65.490 millones de dólares según el BCE. La inflación al consumidor hasta enero de 2008 estuvo situada alrededor del 1.14%, el más alto registrado en el último año, según el INEC. La tasa mensual de desempleo se mantuvo en alrededor de 6 y 8 por ciento desde diciembre de 2007 hasta septiembre de 2008, sin embargo, está subió alrededor de 9 por ciento en octubre y volvió a bajar en noviembre de 2008 a 8 por ciento. Se calcula que alrededor de 9 millones de ecuatorianos tienen una ocupación económica y unos 1,01 millones de habitantes están inactivos.

Considerando el desempeño del mes de mayo con relación al año anterior, el INEC presenta una inflación anual de 9.29%, superior al registro anual del mes anterior (8.18%). El nivel de inflación anual se ubica 7.73 puntos porcentuales por encima del nivel de mayo del año anterior. En cuanto a la inflación acumulada, ésta alcanzó un valor de 6.28%; es decir 5.8 puntos porcentuales por encima del registro de mayo del 2007. (INEC, 2008).

En lo que respecta a la evolución de los precios al productor, se aprecia que para mayo de 2008, la variación mensual del IPP (sin petróleo) llegó a un valor de 1.51%, superior al nivel alcanzado en mayo del año 2007 -1.61%. En términos anuales, el INEC estima un valor de 14.51%, mientras que el valor acumulado a lo largo del presente año alcanzaría 7.79%. (INEC, 2008)

Por otro lado, el valor de la canasta familiar básica alcanza una cifra de USD 503.05 en mayo de 2008, lo que representa un crecimiento de 10.7% con relación al correspondiente mes del 2007. El ingreso mínimo mensual, se mantiene en USD 373.34 para el mes de mayo del presente año, que comparado con el costo de la canasta familiar básica muestra una diferencia de USD 129.71, es decir una restricción al consumo del orden de 25.8%. Este resultado sugiere una importante recuperación de la capacidad de consumo de la población. (INEC, 2008)

I.B.2.b. Entorno natural

Se define por los recursos naturales, las condiciones climáticas y las características generales del área geográfica donde la empresa desarrolla su actividad y que pueden afectar al mercado de la compañía o a su habilidad para desarrollar su actividad. Algunos de estos recursos son: el suelo, el agua, el aire, las plantas e incluso los animales, las condiciones climáticas y las características generales del área geográfica donde una empresa desarrolla su actividad y que pueden afectar al mercado de la compañía o a su habilidad para desarrollar su actividad.

Los cambios del entorno natural afectan a los productos que las compañías fabrican y producen. La administración del Marketing, por lo tanto, debe prestar atención al ambiente natural, a sabiendas de que debe conseguir los recursos necesarios y no dañar el medio ambiente.

Es evidente la interrelación que existe entre la economía y los recursos naturales en cualquier parte del mundo. El medio natural, como componente de la base productiva, provee a la actividad económica de bienes de consumo y recreativos. Como soporte físico de la producción, sirve de receptor de los desechos de las actividades productivas y de consumo. Y en términos biológicos, es el sustento de la vida misma. No obstante, los efectos del desarrollo y el crecimiento económico del mundo contemporáneo hacen no sustentable ecológica, social y económicamente esta relación, lo que ha llevado a que se ponga en peligro al planeta Tierra y, con ello, al mismo hombre.

En este sentido el medio ambiente y el desarrollo son conceptos que no deben ser mirados por separado dentro del contexto actual de la economía. Medio ambiente tiene que ver con el desarrollo económico, y este último ha afectado y afecta al medio ambiente. En Ecuador, como en cualquier país, el modelo de desarrollo adoptado determina en cierta medida cómo el sector productivo se interrelaciona e influye en el medio ambiente y los recursos naturales. Así, los modelos proteccionistas y globalización de la economía ecuatoriana han afectado y afecta,

este último, a nuestros recursos naturales. Ecuador posee un patrimonio natural envidiable, sin embargo, su aprovechamiento no ha sido el más adecuado. Nuestro futuro está determinado por el manejo que le damos y daremos al medio ambiente; por lo tanto, es nuestra responsabilidad el bienestar de las futuras generaciones.

A pesar de toda esta riqueza de ecosistemas y de especies de la fauna y flora, existen ya muchos problemas ambientales, que están ocasionando no solo la pérdida de ciertas especies, si no también escasez de ciertas materias primas. A aquellas empresas que utilizan materiales que empiezan a escasear, les será difícil y costoso realizar sus negocios, aun cuando puedan adquirirlos. Por ejemplo, el petróleo, uno de nuestros recursos no renovables, esta creando problemas agudos al futuro del crecimiento económico. El alto costo de este energético ha dado origen a la búsqueda frenética de medios prácticos para aprovechar la energía, y ha ocasionado un incremento en el nivel de contaminación. La industria dañará casi siempre la calidad natural del medio ambiente.

La preocupación del público está brindando una oportunidad de marketing a las compañías atentas a los cambios de mercado, y da origen a un enorme mercado en busca de soluciones al problema de la contaminación y a su control, entre otros. Por lo tanto, se requiere de mayor esfuerzo conjunto y de un compromiso social y ambiental de todos, y en especial de los empresarios. El cuidado ambiental debe estar vinculado al desarrollo económico y al progreso social. Es por ello que la responsabilidad social empresarial debe manejar un enfoque integrado que considere los componentes social, económico y ambiental.

I.C. PROBLEMÁTICA DEL SECTOR NUESTRA VENTAJA COMPETITIVA

Las empresas del sector privado y sector público están en constante evolución, necesitan mejorar sus conocimientos para ser competitivos dentro del mundo empresarial.

Castagneto & Macías S.A., empresa guayaquileña que inicia sus actividades en momentos en que hay cambios radicales en cuanto a la modalidad de contratación y son cuestionadas las tercerizadoras.

Cuando los profesionales de capital humano deben llenar algunas vacantes, corresponde considerar para qué tipo de puestos; unos emplazados son Entendemos por ecosistema a un complejo dinámico de comunidades vegetales, animales y de microorganismos y su medio no viviente que interactúan como una unidad funcional.

El enfoque por ecosistemas es una estrategia para la gestión integrada de tierras, extensiones de aguas y recursos vivos, con el propósito de promover la conservación y utilización sostenible de modo equitativo. Se reconoce que los seres humanos con su diversidad cultural, constituyen un componente integral de muchos ecosistemas.

Los ecosistemas que existen en el país van desde el nivel del mar (0 msnm) hasta aproximadamente 6.400 metros de altura.

Hay 46 ecosistemas los que se pueden clasificar en:

- Páramo
- Bosque Andino
- Valles Secos
- Bosque Húmedo Tropical
- Bosque Seco de la Costa
- Humedades
- El mar
- Archipiélago de Galápagos

I.D. MERCADOS OBJETIVOS, DOMESTICOS E INTERNACIONALES.

El nicho de mercado al cual se enfoca la propuesta es personas de 18 años en adelante, de ambos sexos, de clase media y alta en su mayoría. Más que nada, personas con mente abierta a la innovación con superación.

Este proyecto está dirigido para empresas públicas, privadas así como personas naturales, que tienen necesidad de actualizar, capacitar, recibir asesorías; las mismas que consideran que la mejor manera de producir es invirtiendo en el capital humano.

Por otro lado precisan externalizar las actividades de la empresa, ya fuesen estas desarrolladas o no previamente dentro de la organización.

En la actualidad, la mayor parte del mercado de la capacitación está en todas las áreas y niveles de empresas, pues adicional a esto está comprobado que cuyas empresas son inducidas a subcontratar porque quieren aprovechar las ventajas que prometen las diferencias nacionales, regionales o internacionales de costos de los componentes, principalmente salarios o materiales económicos. Para los países industrializados, la producción o la compra en el extranjero resultan más baratas en muchos casos que la producción nacional o la compra en el mercado interno. Las empresas optan por la subcontratación en la búsqueda de servicios de mejor calidad, con una fiabilidad elevada en un ambiente cada vez más exigente. Los especialistas de las empresas no pueden satisfacer muchas veces ni cumplir los criterios exigidos y, en consecuencia, las empresas recurren a los conocimientos especializados.

Existen un gran número de empresas que ofrecen servicios de varias índoles , pero independientes, a diferencia de C& M S.A. que ofrece un trabajo completo.

I.E. INFORMACIÓN MACROECONÓMICA DEL MERCADO ESTUDIADO.

Actualmente, el sector Educación representa apenas el 3% del PIB total. Este porcentaje, que ha sido sujeto a muchas discusiones, motivo por lo cual instituciones como la UNESCO sugieren que la inversión bajo este concepto aumente por lo menos a un 6%. El plan consistía en aumentar gradualmente, un 0.50% anual hasta el año 2012, a fin de cumplir con esta meta.

Esta situación se repite año tras año, trayendo consigo la acumulación de problemas, desde hace dos años hasta la presente se habla mucho de la gestión por competencias y que la capacitación sea parte de varias certificaciones. Así mismo la falta de oportunidades de trabajo, para optar por un cargo son demasiados los candidatos y no todos están en condiciones de aprobar exámenes rigurosos para el fin, así mismo para la selección de candidatos para el sector público.

I.F. TAMAÑO Y POTENCIAL CRECIMIENTO DE LA EMPRESA

El tamaño a comenzar sería de una mediana empresa, pero con miras hacia la expansión abriendo otras sucursales en otras ciudades. Para arrancar con el negocio, se inicia en la ciudad de Guayaquil. Para el mismo solo es necesario un local con buenas instalaciones, con lo que ya se cuenta.

CAPITULO II

CONSTITUCION

DE LA EMPRESA

CAPITULO II

II.A. MARCO LEGAL

CONSTITUCION DE LA COMPAÑÍA ANONIMA DENOMINADA CASTAGNETO & MACIAS S.A.

CUANTIAS: CAPITAL AUTORIZADO: \$1.600,00

CAPITAL SUSCRITO: \$800,00

En la ciudad de Guayaquil, Capital de la Provincia del Guayas, República del Ecuador, hoy día siete de octubre del dos mil cinco, ante mí, abogado EDUARDO ALBERTO FALQUEZ AYALA, Notario Titular Séptimo del Cantón Guayaquil, comparecen las siguientes personas: GINA YOLANDA ALCIVAR ARAGUNDI, quien declara ser ecuatoriana, viuda, ejecutiva, por sus propios derechos; señor HECTOR VIDAL MACIAS CARRILLO, quien declara ser ecuatoriano, casado, periodista, por sus propios derechos.

Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en la ciudad de Guayaquil, personas capaces para obligarse y contratar, a quienes por haberme presentado sus respectivos documentos de identificación, de conocer doy fe, los mismos que comparecen a celebrar esta escritura pública de CONSTITUCION DE COMPAÑÍA ANONIMA, sobre cuyo objeto y resultados están bien instruidos a la que proceden de una manera libre y espontánea y para su otorgamiento me presentan la minuta que dice así: SEÑOR NOTARIO:

En el Registro de escrituras públicas a su cargo, sírvase insertar una por la cual conste la Constitución de la compañía Anónima y demás declaraciones convenciones que se determinan al tenor de las siguientes cláusulas:-

INTERVINIENTES.- Comparecen a la celebración de la presente escritura pública y manifiestan su voluntad de constituir la compañía anónima, las personas naturales cuyos nombres, domicilios y nacionalidades son las que se expresan como siguen: a) GINA YOLANDA ALCIVAR ARAGUNDI, ecuatoriana, viuda, ejecutiva, por sus propios derechos; b) señor HECTOR VIDAL MACIAS CARRILLO, ecuatoriano, casado, periodista, por sus propios derechos, domiciliados en Guayaquil.- CLAUSULA

PRIMERA.- Los fundadores, personas naturales aludidos anteriormente han aprobado los siguientes estatutos que forman parte integrante del contrato social de la compañía anónima. ESTATUTOS DE LA COMPAÑÍA ANONIMA CASTAGNETO & MACIAS S.A.- CAPITULO PRIMERO: CONSTITUCION, DENOMINACION, OBJETO, DOMICILIO, PLAZO, CAPITAL Y ACCIONES.- ARTICULO PRIMERO.- El nombre de la sociedad es CASTAGNETO & MACIAS S.A.- ARTICULO SEGUNDO.- La nacionalidad de la compañía CASTAGNETO & MACIAS S.A. es ecuatoriana.- ARTICULO TERCERO: El objeto social de la compañía es dedicarse a la realizar y dictar, cursos, seminarios, talleres nacionales e internacional; podrá diseñar, organizar y comercialización cursos, seminarios, talleres nacionales e internacional; podrá diseñar, organizar y comercialización cursos, seminarios, talleres nacionales e internacional; podrá diseñar, organizar y comercialización cursos, seminarios y convenciones de toda índole, hablados, grabados y escritos.- A la publicación y comercialización nacional e internacional toda clase de obras informativas, científicas, culturales, deportivas, literarias, artísticas y de cultura en general, a la difusión mediante publicaciones de folletos, revistas, escritos, libro y demás; a la construcción, mantenimiento y reparación de vías, pozos petroleros y demás instalaciones hidrocarburíferas y petrolera, podrán proveer de insumos, materiales, equipos y maquinarias a todo tipo de instalaciones petroleras y a todas las demás instalaciones que se requieran en el sector hidrocarburífero; pudiendo dentro de su objeto contratar y ser contratada por empresas estatales para que realicen todos los trabajos de construcción, mantenimiento y otros que se requieran en el sector petrolero e hidrocarburífero; pudiendo dentro de su objeto contratar y ser contratada por empresas del sector privado y público, e inclusive por empresas estatales para que realicen todos los trabajos de construcción, mantenimiento y otros que se requieran en el sector petrolero e hidrocarburífero, pudiendo además, en la realización de su objeto, importar, distribuir y comercializar todos los insumos, materiales repuestos, maquinarias, equipos que se requieran, pudiendo proveer de los mismos a las empresas privadas y públicas que lo requieran; a la instalación de tecnicentros para la comercialización y distribución compra y venta de toda clase de repuestos como llantas, aros y demás accesorios para vehículos y alquiler de vehículos; Importación y comercialización de repuestos para máquinas

industriales, a la compraventa, comercialización, representación, distribución de materiales de ferretería e industriales en general; elaboración de todo programa y proyectos y ejecución en la actividad agrícola y pecuaria, realizar toda clase de análisis y dar la interpretación respectiva en el campo agrícola y pecuario, al levantamiento topográfico, nivelación y elaboración en la actividad agrícola en general, diseño de granjas, fincas, haciendas, riego drenaje, viveros e invernaderos; dedicarse la importación, exportación de autos, automóviles vehículos livianos y pesados, sus accesorios, partes, repuestos y lubricantes; al desarrollo y explotación agrícola en todas sus fases, desde el cultivo y su cosecha hasta su comercialización, tanto dentro del país como en el extranjero: a el desarrollo y explotación ganadera en todas sus fases, su comercialización tanto nacional como internacional.- La industrialización y comercialización de productos agrícolas y pecuarios, tanto en el territorio nacional como en el extranjero: La captura e industrialización de productos del mar, de los ríos y lagos y su comercialización; la instalación de laboratorios para la producción de larvas de camarón y otras especies bioacuáticas; la construcción de plantas procesadoras de alimentos ya sea para el consumo humano, vegetal u animal; a la instalación, explotación y administración de supermercados; podrá adquirir en propiedad, arrendamiento o en asociación toda clase de plantas industriales, ya sea para empaque, embasamiento o cualquier otra forma para la comercialización de productos del mar, de los ríos, agrícolas, pecuarios, textiles, cerámicas y químicos; a la industria madera, al secado de la madera, a la compra, venta, permuta y arrendamiento de bienes inmuebles, inclusive las sujetas al régimen de propiedad horizontal, pudiendo tomar, para la venta o comercialización inmobiliarias de terceros; a la construcción de toda clase de edificios, viviendas, residenciales, centros comerciales, condominios, fábricas industriales; efectuar proyectos de desarrollo urbano o rural, pudiendo celebrar contratos con sociedades o empresas privadas, públicas y semipúblicas; a la construcción de toda clase de obras civiles, como carreteras, puentes, aeropuertos, terminales terrestres, puertos marítimos y fluviales, y demás; a la fabricación y comercialización de hielo en todas sus formas; a la industrialización, procesamiento y comercialización del agua; servicio de computación y procesamiento de datos; distribución

y venta de computadoras sus accesorios y repuestos de software y hardware, servicios de publicación en internet.

A la radiodifusión, ya sea como equipos propios o alquilados para la radiodifusión de toda clase de programas; a la instalación y mantenimiento de teléfonos, cables, redes, centrales telefónicas y redes eléctricas; a la instalación de Bóticás y comercialización de productos de expendien en las mismas; a la actividad pesquera en todas sus fases esto es, extracción, procesamiento y comercialización de toda clase de productos del mar de los ríos; construcción y explotación de criaderos de especies bioacuáticas, a la transformación y comercialización de los mismos; compra y alquiler de Barcos, embarcaciones marítimas y fluviales para el transporte de carga y pasajeros; a las actividades propias de la minería en su más amplia aceptación de tal suerte que se podrá dedicar a la prospección, explotación, adquisición, exploración; al procesamiento e industrialización, beneficio o concentración, fundición, transportación y comercialización de toda clase de minerales, de metales ferrosos y no ferrosos y canteras y demás parámetros en el desarrollo minero en todo, el territorio nacional, pudiendo adquirir y enajenar minas y todo derecho minero dentro y fuera del país. También tendrá por objeto dedicarse a explotar minas, canteras y yacimientos, arenas, arcillas o similares, minerales ferrosos y no ferrosos, así como efectuar estudios de localización con trabajos de cateo de los mismos, o de extracción o purificación de sus productos. También tendrá por objeto dedicarse a la comercialización, industrialización, exportación e importación de todo tipo metales y minerales, ya sea en forma de materia prima o en cualquiera de sus formas manufacturadas y estructuradas, por cuenta propia o de terceros. La compañía podrá importar, comprar o arrendar maquinaria liviana y pesada para vehículos livianos y pesados para la explotación minera y sus derivados. A la instalación de gasolineras para la distribución y comercialización de gasolina, diésel, gas y demás derivados del petróleo; a la instalación de Tecnicentros para comercialización y distribución de toda clase de llantas, aros y demás accesorios y repuestos para vehículos; a prestar servicios de iluminación, audio y video para representaciones artísticas, así como promociones, seminarios, convenciones y cualquier otro evento que requiera de este tipo de actividad; la construcción de plantas procesadoras de alimentos y de productos ya sean para el consumo humano animal o vegetal; a la

actividad mercantil como comisionistas, intermediaria, mandataria, mandante, agente y representantes de personas naturales y jurídicas; la compraventa, permuta por cuenta propia de acciones de compañías anónimas y de participaciones de compañías limitadas; a ser distribuidor, agente, representante p comisionista de personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras cuya actividad tenga relación con este objeto social.- Podrá ejercer toda actividad industrial, comercial y de inversión relacionadas con su objetivo; para el cumplimiento de su objeto la compañía podrá realizar todos los actos y contratos permitidos por la Ley, así como asociarse con otras compañías constituidas o por constituirse.-----

ARTICULO CUARTO.- La compañía tiene su domicilio principal en la ciudad de Guayaquil, República del Ecuador, pero podrá establecer sucursales o agencias dentro del País o fuera de él.-----

ARTICULO QUINTO.- El plazo de duración del presente contrato de la compañía es de cincuenta años, contados a partir de la inscripción de la escritura de constitución de la compañía en el Registro Mercantil.-----

ARTICULO SEXTO.- El Capital Autorizado de la compañía es de MIL SEISCIENTOS DOLARES de los Estados Unidos de Norteamérica y el Capital Social de la compañía es de OCHOSCIENTOS DOLARES de los Estados Unidos de Norteamérica en ochocientas acciones ordinarias nominativas de un dólar de los Estados Unidos de Norteamérica.-----

-----**ARTICULO SEPTIMO.-** Las acciones se transfieren de conformidad con las disposiciones legales pertinentes, la compañía considerará como dueño de las acciones a quien aparezca como tal en su libro de acciones y accionistas.-----

ARTICULO OCTAVO.- En caso de extravío, pérdida, sustracción e inutilidad de un título de acciones se observarán las disposiciones legales para conferir un nuevo título en reemplazo del extraviado, sustraído o inutilizado. -----

-----**C A P
I T U L O S E G U N D O : DEL GOBIERNO DE LA ADMINISTRACION Y**

PRESENTACION. ARTICULO NOVENO.- La compañía será gobernada por la Junta General de Accionistas y administrada por el Presidente Ejecutivo, el Gerente General, Gerente Comercial y el Directorio cuando se organizare, quien, tendrá las atribuciones que les competen por las leyes y las que señalen los estatutos.-----

-----**ARTICULO DECIMO.-** La representación

legal de la compañía estará a cargo del Gerente General y del Presidente Ejecutivo individualmente, en todos sus negocios y operaciones.-----

-----**CAPITULO TERCERO : DE LA JUNTA**

GENERAL.- ARTICULO DECIMO PRIMERO.- La Junta General formada de los accionistas legalmente convocados y reunidos en la más alta autoridad de la compañía y sus acuerdos y resoluciones obligan a todos los accionistas, el Presidente Ejecutivo, Gerente General y empleados.-

DECIMO SEGUNDO.- Toda convocatoria a los Accionistas se hará mediante aviso suscrito por el Gerente General o el Presidente Ejecutivo en la forma y con los requisitos que determina la ley.-

ARTICULO DECIMO TERCERO.- El comisario será convocado especial e individualmente por las sesiones de la Junta General de Accionistas pero su inasistencia no será causa de diferimiento de la reunión.-

DECIMO CUARTO.- La Junta General de Accionistas se entenderá convocada y quedará válidamente constituida, en cualquier tiempo y en cualquier lugar del territorio nacional. Las Actas de las acciones de la junta celebradas conforme a lo dispuesto en este artículo deberán ser suscritas por todos los accionistas o sus representantes que deberán ser suscritas bajo la pena de nulidad.-----

ARTICULO DECIMO QUINTO.- La Junta General no podrá considerarse constituida para deliberar en primera convocatoria sino está representada por los concurrentes por lo menos el cincuenta y uno por ciento del capital pagado. Toda Convocatoria a Junta General se hará de conformidad con la Ley.-----

ARTICULO DECIMO SEXTO.- Los accionistas podrán hacerse representar por otras personas mediante carta dirigida al gerente general, los miembros del directorio y el comisario no podrán tener esta representación.-----

ARTICULO DECIMO SEPTIMO.- La Junta General Ordinaria de Accionistas se reunirá obligatoriamente una vez al año. La Junta de Accionistas Extraordinario se reunirá cuando así resolviere el Gerente General o más accionistas que representen la cuarta parte del capital social.-----

ARTICULO DECIMO OCTAVO.- La Junta General será presidida por el Presidente Ejecutivo Gerente General actuará de Secretario. De cada sesión se levantará un Acta que podrá aprobarse en la misma sesión, en caso de ausencia del Presidente Ejecutivo, presidirá la Junta la persona que al efecto designen los concurrentes;

y, en caso de ausencia del Gerente General, actuará de Secretario la persona que los concurrentes designen.-----**ARTICULO DECIMO NOVENO.-** Salvo las excepciones legales, toda resolución de Junta General de Accionistas deberá ser tomada por mayoría de votos del Capital pagado concurrente a la sesión.-----

ARTICULO VIGESIMO.- Son atribuciones de la Junta General de Accionistas : a) Nombrar al Presidente Ejecutivo, al Gerente General, al Gerente Comercial y al Comisario; b) Aceptar las excusas o renunciaciones de los nombrados funcionarios y removerlos, cuando estimen conveniente; c) Fijar las remuneraciones, honorarios o viáticos de los mismos si lo estimare conveniente; d) Conocer los informes, balances, inventarios y más cuentas que el Gerente General someta anualmente a su consideración y aprobarlos u ordenar su rectificación; e) Ordenar el reparto de utilidades en caso de haberlas y fijar, cuando proceda, la cuota de éstas para la formación de fondo de Reserva Legal de las Sociedades, porcentaje que no podrá ser menor del fijado en la Ley; f) Ordenar la formación de reservas especiales de libre disposición; g) conocer y resolver cualquier punto que le sometan a su consideración el Presidente Ejecutivo, el Gerente General o el Comisario; h) Reformar los presuntos estatutos; i) Nombrar cuando a su criterio el desarrollo de la compañía lo requiera, un Directorio compuesto de cuatro miembros incluido el Presidente Ejecutivo de la Compañía que la presidirá y el Gerente General, elegidos de conformidad con el artículo vigésimo cuarto.----

ARTICULO VIGESIMO PRIMERO.- La Reserva Legal se formará por lo menos con el diez por ciento de las utilidades líquidas de la sociedad que arroje cada ejercicio económico hasta completar la cuantía mínima establecida por la Ley de Compañías.-----

ARTICULO VIGESIMO SEGUNDO : DISTRIBUCION DE UTILIDADES.- Una vez que sean aprobados el balance y el inventario del ejercicio económico respectivo, y después de practicadas las deducciones necesarias para la formación de la reserva legal de las reservas especiales que hayan sido resueltas por la Junta General, el saldo de las utilidades líquidas será distribuído en la forma que resuelva la Junta General de Accionistas. Las utilidades realizadas de la compañía se liquidarán al treinta y uno de diciembre de cada año.----- **ARTICULO VIGESIMO TERCERO.- DISOLUCION Y**

LIQUIDACION.- La Compañía se disolverá en los casos previstos en la Ley de Compañías y en el Estatuto. Para el efecto de la liquidación, la Junta General nombrará un liquidador y hasta que lo haga actuará como tal el Gerente General de la compañía o quien haga sus veces.-----

CAPITULO CUARTO: DEL DIRECTORIO.-

ARTICULO VIGESIMO CUARTO.- El Directorio se integrará cuando así lo resuelva la Junta General de Accionistas, de conformidad con lo establecido en el literal i) del artículo vigésimo precedente y estará integrado por cuatro vocales, dos de los cuales será el Presidente Ejecutivo y el Gerente General de la compañía, elegidos por la Junta General de Accionistas, por el paso de cinco años, pudiendo ser reelegidos indefinidamente, para ser Director no se requiere ser accionista de la compañía.-----

-----**ARTICULO VIGESIMO QUINTO.-** El Directorio estará presidido por el Presidente Ejecutivo de la compañía y en ausencia de éste, por el vocal que designe en cada ocasión el Directorio, actuará como Secretario la persona que, para tal cargo designe el Directorio.-----

ARTICULO VIGESIMO SEXTO.- El Directorio se reunirá ordinariamente por lo menos una vez cada trimestre y extraordinariamente, cuando lo convoque el Presidente Ejecutivo o el Gerente General, por sí o a petición de por lo menos dos Directores. Para la instalación se requerirá la mayoría numérica de la totalidad de sus miembros, sus resoluciones y acuerdos serán tomados por mayoría simple y constará en Actas suscritas por el Presidente y Secretario. Cada Director tendrá derecho a un voto dirimente.-----

ARTICULO VIGESIMO SEPTIMO.-

Son atribuciones y deberes del Directorio : a) Fijar la política de la sociedad e instruir al respecto a los administradores de la compañía; b) Actuar como organismo de control; c) Conocer todos los asuntos que someten a su consideración cualquiera de sus miembros; y, d) Autorizar la transferencia de dominio de los bienes inmuebles de la compañía. Esta atribución corresponderá a la Junta general de Accionistas si el Directorio no hubiere puesto en funcionamiento.-----

CAPITULO QUINTO: DEL PRESIDENTE EJECUTIVO, DEL GERENTE GENERAL Y DEL GERENTE COMERCIAL.-

ARTICULO VIGESIMO OCTAVO.- El Presidente Ejecutivo de la compañía, accionista o no, será elegido por la Junta General, por un período de cinco años, pudiendo ser reelegido indefinidamente. El Gerente General y el Gerente Comercial,

accionista o no, serán elegidos por la Junta General de Accionistas por un período de cinco años, pudiendo ser reelegidos indefinidamente.-----

ARTICULO VIGESIMO NOVENO.- El Presidente Ejecutivo de la compañía tendrá las siguientes atribuciones : a) Presidir las reuniones o sesiones de las Juntas Generales de Accionistas; b) Firmar los títulos o certificados de acciones en unión al Gerente General; c) Firmar conjuntamente con el Gerente General – Secretario las Actas de las sesiones; d) Orientar y dirigir los negocios de acuerdo a las directrices del Directorio y de la Junta General; y, e) La representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía.-----

ARTICULO TRIGESIMO.- El Gerente General tendrá la representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía. Sus atribuciones son : a) Ejecutar los actos y celebrar contratos sin más limitaciones que la establecida en los estatutos; b) Suscribir los títulos de las acciones de la compañía conjuntamente con el Presidente de ella; c) Llevar el libro de acciones y accionistas de la compañía; y, d) Preparar los informes, balances, inventarios y cuentas. En los casos de falta, ausencia o impedimento del Gerente General, subrogará a este el Gerente Comercial con estos mismos deberes y atribuciones.-----

-ARTICULO TRIGESIMO PRIMERO.- El Gerente Comercial actuará como coordinador del Gerente General y del Presidente Ejecutivo y con los deberes y atribuciones que le asignen, entre las que constará la de dirigir la política de comercialización y venta.-----

CAPITULO SEXTO : DEL COMISARIO.-----

ARTICULO TRIGESIMO SEGUNDO.- La Junta General de Accionistas nombrará un Comisario, el cual podrá ser una persona extraña a la compañía y durará un año en el ejercicio de su cargo, pudiendo ser reelegido. Sus atribuciones serán las señaladas por la Ley.-----

CAPITULO SEPTIMO :

DISPOSICIONES GENERALES.- ARTICULO TRIGESIMO TERCERO.- Para proceder a la reforma de los presentes estatutos, se requiere de la petición escrita de dos o más accionistas, dirigida al Gerente General o al Presidente Ejecutivo, con indicación de las reformas que desea introducir, las mismas que deberán ser aprobadas por la Junta General por la mayoría prescrita por la Ley.-----

CLAUSULA SEGUNDA: DECLARACIONES. Los accionistas fundadores hacen las siguientes declaraciones Que el Capital de la Compañía ha sido suscrito en su totalidad y pagada cada acción en que se

divide el capital social en un veinticinco por ciento comprometiéndose a pagar el saldo que queden adeudando los accionistas en el plazo de dos años, en numerario, a partir del otorgamiento de la escritura de constitución.-----**CLAUSULA TERCERA :**

SUSCRIPCION.- La suscripción de las acciones es la siguiente: GINA YOLANDA ALCIVAR ARAGUNDI, suscribe cuatrocientas acciones de un dólar cada uno; y HECTOR VIDAL MACIAS CARRILLO, suscribe cuatrocientas acciones de un dólar cada una.-----

CLAUSULA CUARTA: PAGO DE LAS ACCIONES.- Las accionistas suscriptores de las acciones, pagan el veinticinco por ciento de cada una de ellas en numerario, conforme consta del certificado de Cuenta de Integración de Capital, que se acompaña. El saldo se comprometen en cancelarlo también en numerario en el plazo de dos años, a contarse desde el otorgamiento de la escritura de constitución. Cualquiera de los accionistas queda autorizado para realizar todas y cada una de las gestiones y diligencias necesarias para el perfeccionamiento de la constitución de la compañía.-----

Anteponga y posponga, Usted Señor Notario, todas las demás cláusulas de estilo que sean necesarias para la validez de esta escritura.- **FIRMADO: ABOGADO MANUEL MOLINA JALIL.-** Registro número : dos mil setecientos noventa y cinco.-----

Queda agregado a la presente escritura pública : El certificado de Cuenta de Integración de Capital.-----

Hasta aquí la minuta y su documento habilitante agregado, todos los cuales, en un mismo texto, quedan elevados a escritura pública.- Yo, el Notario, doy fe que, después de haber sido leída, en alta voz, toda esta escritura pública a los comparecientes, éstos la aprueban y la suscriben conmigo, el Notario, en un solo acto.

Gina Yolanda Alcivar Aragundi
GINA YOLANDA ALCIVAR ARAGUNDI
C.C. 0906045562
CERT.VOT. 125-0017

Hector Vidal Macias Carrillo
HECTOR VIDAL MACIAS CARRILLO
C.C. 1200467825
CERT.VOT. 197-0388

EL NOTARIO,

E. Falquez Ayala

ABOGADO EDUARDO ALBERTO FALQUEZ AYALA

SE OTORGO ANTE MÍY , EN FE DE ELLO CONFIERO ESTE CUARTO
TESTIMONIO, QUE SELLO Y FIRMO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, A
LOS VEINTE DIAS DEL MES DE OCTUBRE DEL DOS MIL CINCO. *f*



E. Falquez Ayala
AB. EDUARDO FALQUEZ AYALA
NOTARIO SEPTIMO DEL
CANTON GUAYAQUIL

CAPITULO III

DESCRIPCION

DEL NEGOCIO

CAPITULO III

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

III.A. HISTORIA

Castagneto & Macías S. A. compañía creada el 7 de octubre del 2005 para brindar consultoría en Negocios y Capacitación, ha venido realizando con éxito esta actividad logrando capitalizar una cartera importante de clientes. Contamos con una selecta y diversificada red de contactos en el mundo de los negocios. Poseer este conocimiento del mercado es que nos permite identificar a ejecutivos y ejecutivas valiosas que conforman el actual mercado laboral; es así que conociendo la realidad del mercado C&M se propone Crear un departamento de Externalización (outsourcing) de Procesos para el reclutamiento, selección, capacitación y coaching para las empresas.

Un equipo de profesionales, con estudios de posgrado en el área, y gran experiencia en el mercado de los negocios y la capacitación nos posibilita articular una propuesta de valor para el proceso. Nuestra experiencia, permite conectar competencias laborales a posiciones estratégicas.

Por ser una empresa orientada al más alto nivel de ética y confianza, contamos con una serie de atributos diferenciales que nos garantizan una elevada efectividad. Nuestra ética está fuertemente orientada a la mantención de altos estándares de confidencialidad e integralidad del proceso. Con esto cuidamos los intereses de nuestros clientes.

III.B. MISIÓN, VISIÓN, VALORES Y OBJETIVOS DE LA EMPRESA

III.B.1. MISIÓN

El negocio está dirigido a la gente que busca capacitarse y emplear método vanguardista que optimiza la productividad de los trabajadores de las plazas que se atienden, inquiriendo satisfacer las expectativas de nuestros clientes.

III.B.2. VISIÓN

Convertir a C & M en la primera opción de nuestros clientes al momento de buscar diversidad en externalización de procesos para reclutamiento, selección y coach; y mejorar el desempeño de sus colaboradores.

III.B.3. VALORES

Profesionalismo

Compromiso

Ética

Honestidad

Efectividad

III.B.4. OBJETIVOS

Ofrecer a los clientes el mejor servicio y atención por parte de nuestros facilitadores.

Centrar la atención en los requerimientos específicos de las empresas clientes.

Detectar y diagnosticar hacia donde están las necesidades.

Definir claramente los resultados que se desea alcanzar .

III.C. ESTRUCTURA DE LA INDUSTRIA EN GENERAL Y DEL NEGOCIO EN PARTICULAR

Considerando los principios de eficacia seguido por todas las empresas orientados hacia “ el cliente ” y observando que cada día las exigencias del mercado que a su vez reflejan las presiones de la competencia, obligan a ampliar si no sus competencias, al menos en los conocimientos.

Contar con Personal actualizado, competente y motivado es una necesidad; ahora una cultura empresarial, por eso dentro de la variedad de ofertas que se encuentran en el mercado se apunta a dar un servicio de calidad a precios competitivos. De esta forma los clientes miden sus resultados y el negocio tiene su ventaja competitiva.

III.D. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

Castagneto& Macías S.A. tiene como objetivo principal ofrecer un servicio directo y personalizado al cliente, de esta manera captar su atención generando confianza; contratar sus servicios represente asegurar trabajo de calidad, con profesionales idóneos altamente calificado, realmente diferente.

Lo que se ofrece en cuanto a entrenamiento, seleccionar la acción de coaching, la formación, el trabajo de delegación y acompañamiento y evaluar las competencias adquiridas son su propósito.

III.E. ANÁLISIS FODA

FORTALEZA

- Proporciona capacitación práctica.
- Identifica las necesidades de formación de los colaboradores.

- Variedad de temas que se presentan.
- Marketing en redes sociales (aviso de eventos nacionales e internacionales).
- Gestionar la formación.
- Motivar a la promoción de personal.

OPORTUNIDADES

- La exigencia actual del mejoramiento de las competencias de los colaboradores de las empresas
- El incremento de la cartera de clientes amplia; tanto de clientes locales como de provincias, gracias a las referencias que darán de nuestros servicios.
- Buena ubicación de las instalaciones de la empresa.
- Seguimiento.
- Creciente demanda.

DEBILIDADES

Bajo Capital de operación para la exigencia del mercado.

Estructura limitada para un crecimiento progresivo.

AMENAZAS

- Empresa del exterior que opere aquí.
- Que el estado SETEC asuma hacer lo mismo.
- Que la empresa privada pase a ser administrada por el estado.
- Apertura de nuevos lugares.

- Empresas que ofrezcan los mismos servicios y en el mismo sector.
- Inestabilidad política que puede traer como consecuencia de una recesión, desempleo.
- Actividades similares con precios
- Que el estado impida el funcionamiento de este modelo de empresa.

III.F. LAS CINCO FUERZAS DE PORTER



III.F.1. 1.El Poder de Negociación de los Consumidores

Es un hecho que en la actualidad existen varias opciones dentro de la ciudad para recibir capacitación, formación profesional y coaching , y hacer que las personas preparadas en C&M alcancen su pleno potencial; para el efecto se escogió un sector considerado centro de la ciudad, que cuenta con amplia zona de parqueo, seguro y cercano. Con esto se busca limitar el poder de negociación del consumidor ya que obtendrá diversidad de temas y que se alinean a las necesidades de cada cliente y con calidad.

III.F.1.2. El Poder de Negociación de los Proveedores

Castagneto & Macias S.A. cuenta con un equipo de consultores nacionales y extranjeros altamente capacitados en las áreas específicas; pues por la diversidad de servicios que se ofrece, dará cierta libertad de apalancar el pago de los gastos fijos que genera la empresa.

III.F.1.3. La Amenaza de Nuevos Competidores

La amenaza de nuevos competidores es obvia, ya que desde que Castagneto&Macias existe se han creado otras empresas que si bien es cierto ofrecen servicios semejantes. Pero no lo específico que es el manejo de coaching.

III.F.1.4. La Amenaza de Productos Sustitutos

Como productos sustitutos que ofrece el sector está en: página web y toda la información a la que tienen acceso a través de la tecnología que llega a los potenciales clientes.

III.F.1.5. El nivel de competencia en la industria

Podemos determinar que siempre existirá la posibilidad que aparezcan nuevos competidores en el mercado.

III.F.1.6. Barreras de Entrada

La carencia del poder adquisitivo suficiente para la implementación.

Las estrategias que utilicen los competidores para bloquear la penetración al mercado del nuevo proyecto.

CAPITULO IV

EQUIPO

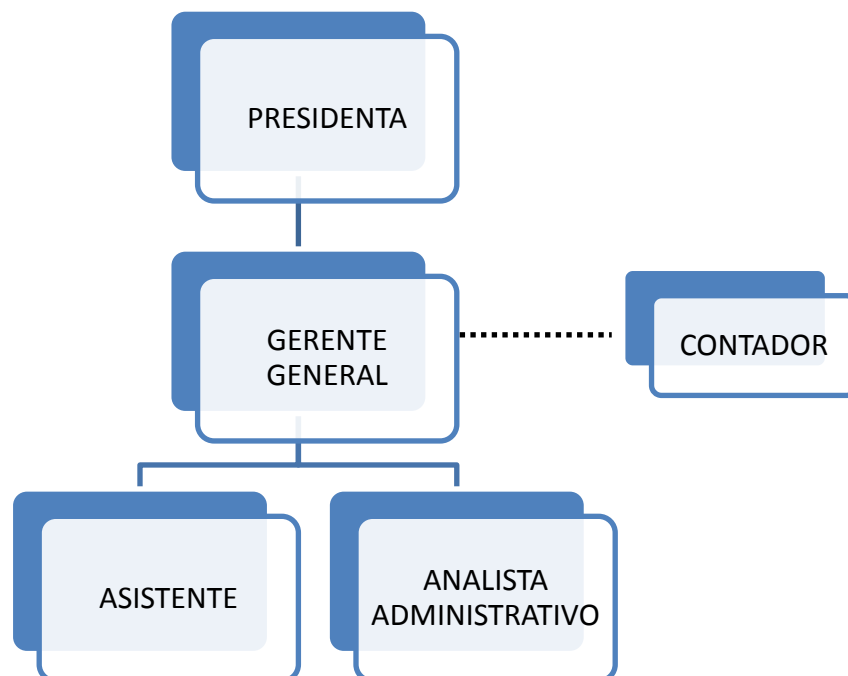
GERENCIAL

CAPITULO IV

EQUIPO GERENCIAL

IV.A. ESTRUCTURA GERENCIAL

IV.A.1. EQUIPO GERENCIAL



IV.A.2. FUNCIONES

IV.A.2.a. Gerente General

Dirigir, planificar, organizar, coordinar, controlar, autorizar y evaluar los aspectos de las actividades y funcionamiento, participando en forma activa con los facilitadores y demás miembros de las áreas correspondientes.

- Representar legal, judicial y extrajudicialmente a la Empresa;
- Asistir a las reuniones del Directorio con voz, pero sin derecho a voto;
- Cumplir con las funciones de Secretario del Directorio y de la Asamblea General;
- Elaborar las actas de las sesiones de la Asamblea General y del Directorio;
- Celebrar los actos y contratos a nombre de la Empresa que fueren necesarios para el cumplimiento del objeto de la misma, de acuerdo con las limitaciones cuantitativas que establezca el Directorio, así como controlar permanentemente y con suma diligencia y cuidado el cumplimiento de los contratos celebrados para la operación de la empresa. En función de su calidad de administrador tendrá todas las atribuciones compatibles como tal; así, podrá girar cheques, emitir recibos, facturas, órdenes de pago, órdenes de compra, etcétera.
- Sistematizar la información así como sugerencias de los clientes a fin de posibilitar su tratamiento integral.
- Administrar los fondos de la Empresa eficientemente y con suma diligencia y cuidado.
- Cumplir y hacer cumplir con las políticas y procedimientos de la empresa.

IV.A.2.b. Asistente de Gerencia

- Prestar apoyo a la Presidencia y a la Gerencia General de la empresa en la redacción, registro, archivo y control de la correspondencia y documentos del área a su cargo, velando por su confidencialidad y seguridad; así como atender y coordinar

la agenda de trabajo de la Gerencia. Mantener informada a la Gerencia General el cumplimiento de los objetivos fijados y otras necesidades.

- Coordinar y atender a los clientes en la difusión y comercialización de los diferentes programas.
- Atiende y coordina las comunicaciones telefónicas de la Presidencia y Gerencia, de acuerdo a las necesidades de las mismas, manteniendo actualizado el directorio de contactos.
- Coordina y controla la agenda de reuniones de la Presidencia y Gerencia, facilitando la obtención de los recursos, tales como información, documentos, equipos o suministros necesarios para su ejecución.
- Redacta e imprime, correspondencia y/o documentos o los elabora de acuerdo a las instrucciones de su Jefe, dentro de los estándares de comunicación establecidos.
- Organiza, controla y mantiene actualizado el archivo de documentos de Gerencia de acuerdo con los procedimientos de archivo de la Empresa.
- Ejecuta el procedimiento de Trámite Documentario con respecto a la estandarización, codificación, registro, clasificación y movimiento de los documentos y correspondencia general de las Gerencias y funcionarios asignados.
- Hace seguimiento a los documentos propuestos por la Gerencia de Supervisión, a ser tramitados a través de la gerencia General y presidencia de la Empresa.
- Preparar la documentación de sustentos y organizar sesiones de los diferentes programas y servicios que se ofrecen.
- Realiza otras actividades que le sean asignadas por su Jefe inmediato y que permitan cumplir con los objetivos del puesto.

IV.A.2.c. Contadora

- Desarrollar la contabilidad interna de la Empresa aplicando las normas y procedimientos legalmente constituidos y vigentes a fin de lograr información oportuna y confiable que produzca los elementos de análisis para la toma de decisiones en la evaluación, programación y control de los recursos financieros de la Empresa y en cumplimiento de obligaciones para con las entidades estatales. Así también informar a la Gerencia General el cumplimiento de los objetivos fijados y otras necesidades.
- Llevar los libros de contabilidad, cuentas, facturas, recibos, etc.;
- Llevar las cuentas bancarias a nombre de la Empresa;
- Elaborar el presupuesto de cada ejercicio, sus modificaciones y ajustes y someterlo al órgano competente para su aprobación.
- Elaborar los Estados Financieros mensuales y anuales con sus respectivos anexos
- Elaborar las declaraciones de impuestos mensuales de retención en la fuente.
- Elaborar la declaración de IVA y velar por su oportuno pago y presentación.
- Elaborar y verificar el adecuado cumplimiento de obligaciones fiscales de la Declaración anual de Renta y Complementarios con sus respectivos anexos.
- Atender y tener a disposición de los asesores y diferentes organismos de control la información contable requerida para sus trabajos, así como colaborarles en lo que requieran en materia contable.
- Atender y dar respuesta en forma oportuna y con los soportes necesarios a los requerimientos que las entidades de control y vigilancia envíen.
- Velar por la adecuada conservación y archivo de los soportes de la información contable y los libros auxiliares y oficiales conforme a las normas legales vigentes.
- Elaborar y controlar los certificados de retención en la fuente, impuesto a las ventas, retención de industria y comercio que sean solicitados por los proveedores y/o terceros.
- Realizar análisis y proyecciones financieras con el fin de brindar información que ayude a evaluar los resultados, rentabilidad y recursos de la empresa en la toma de decisiones por parte de la Gerencia.
- Elaborar los presupuestos anuales de ingresos, costos y gastos, los flujos de caja.

- Elaborar el presupuesto de cada ejercicio, sus modificaciones y ajustes y someterlo al órgano competente para su aprobación.
- Estar permanentemente actualizado sobre las normas y políticas que en materia contable, tributaria, comercial, etc., sean establecidas por las entidades estatales de control y vigilancia y su implementación en la Empresa.
- Colaborar y evaluar la implementación de controles internos que conlleven a la salvaguarda de los bienes de la entidad, al cumplimiento de los procedimientos y al adecuado flujo de información soporte de contabilidad.
- Llevar un archivo de los documentos que representen el movimiento económico de la Empresa;
- Desarrollar las demás funciones relacionadas con su cargo sea necesario dentro de la Empresa.
- Cumplir y hacer cumplir con las políticas y procedimientos de la institución.

IV.A.2.d. Analista Administrativo y de Personal

Dirigir, planificar, organizar, coordinar, controlar y evaluar los aspectos administrativos y de control interno de la Empresa, así también salvaguardar el uso óptimo de los recursos de operación de la organización que tiene a cargo; Informar a la Gerencia General el cumplimiento de los objetivos fijados y demás necesidades.

- Organizar, controlar y mantener las carpetas personales del recurso humano de la Empresa.
- Evaluar la gestión del Recurso Humano de la Empresa.
- Controlar el Ingreso y Salida del Personal.
- Control y Revisión de las Actividades de Recepción y Mensajería.

- Actualizar, controlar, resguardar, vigilar y administrar el archivo histórico de la Empresa.
- Controlar la adquisición, distribución y mantenimiento del inventario de los suministros de limpieza, oficina, computación, seguridad industrial y demás necesarios para garantizar un óptimo ambiente de trabajo.
- Elaborar presupuesto anual del área administrativa.
- Elaborar los contratos con los facilitadores y/o contratación de personal.
- Administrar y actualizar la base de Datos de Proveedores de la Empresa.
- Llevar el control físico de los activos de la Empresa.
- Realizar la gestión de facturación y cobro.

IV.B. EXPERIENCIA PREVIA DE LOS MIEMBROS DE EQUIPO

IV.B.1.Presidenta

Estudios de Pregrado: Licenciatura en Ciencias de la Educación, especialización Administración Secretarial. Doctorado en Administración Educativa. Maestría, Especialidad y Diplomado en Pedagogía Superior.

Docente de Escuela Superior Politécnica del Litoral y Universidad del Pacífico.

Experiencia en Capacitación y Consultoría desde 1988 en áreas de Comunicación, Desarrollo Personal, Desarrollo Gerencial. Conferencista Nacional e internacional. Capacitadora de empresas públicas y privadas.

IV.B.2. Gerente General

Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Magister en Comunicación y Desarrollo. Diplomado en Gestión Inmobiliaria. Post grado en Gobernanza y Liderazgo Político. Instructor de Ventas, Liderazgo Gerencial, Comportamiento Humano, Motivación, Alta gerencia y Técnicas de comunicación desde 1977. Instructor y asesor de las siguientes empresas:

Bic Ecuador - Cervecería Nacional - Grupo Henver - Sardinias Real - Pycca – Mabe - Transtiba - - Aerogal, - Laboratorios Kronos – General Motor – Alfaauto- Capacem – Corcem. funciones actuales Catedrático de Creatividad e Innovación Servicio al Cliente y Negociación en Ventas en la Facultad de Ciencias Empresariales, Carrera de Ingeniería en Ventas de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil.

Catedrático de la Escuela de Negocios de la Universidad San Francisco de Quito

Instructor Certificado por la SETEC (Secretaría Técnica de Capacitación para El Consejo Nacional de Capacitación y Formación Profesional (CNCF).

IV.B.3. Asistente de Gerencia

Ha trabajado para un Banco en el área de Talento Humano por cuatro años y está cursando estudios de Gestión empresarial.

IV.B.4. Contadora

Ingeniera Comercial, CPA, con experiencia en contabilidad para sector privado, lleva la contabilidad a dos empresas más.

IV.B.5. Analista Administrativo y de Personal

Experiencia en empresa de Telecomunicaciones y servicio al Cliente, ha trabajado cuatro años en Banca, y está incorporado a la empresa C&M Consultores en Negocios y Capacitación. Cursado estudios de Ingeniería Comercial con especialización en Recursos Humanos, en Universidad el Pacifico-Guayaquil.

IV. C. CULTURA EMPRESARIAL

En los momentos actuales, el avance de las comunicaciones, la tecnología, los cambios se han vuelto vertiginosos, y las exigencias del mercado laboral cada vez es necesaria, una actualización inmediata de los conocimientos para mantener las competencias, Castagneto & Macías decidió participar activamente en el proceso, creando una organización de apoyo externo atendiendo a las empresas del servicio de externalización y COACH como un elemento necesario para alinear la productividad del país con los países del primer mundo a quienes proveemos.

CAPITULO V

ANÁLISIS DEL

MERCADO

CAPITULO V

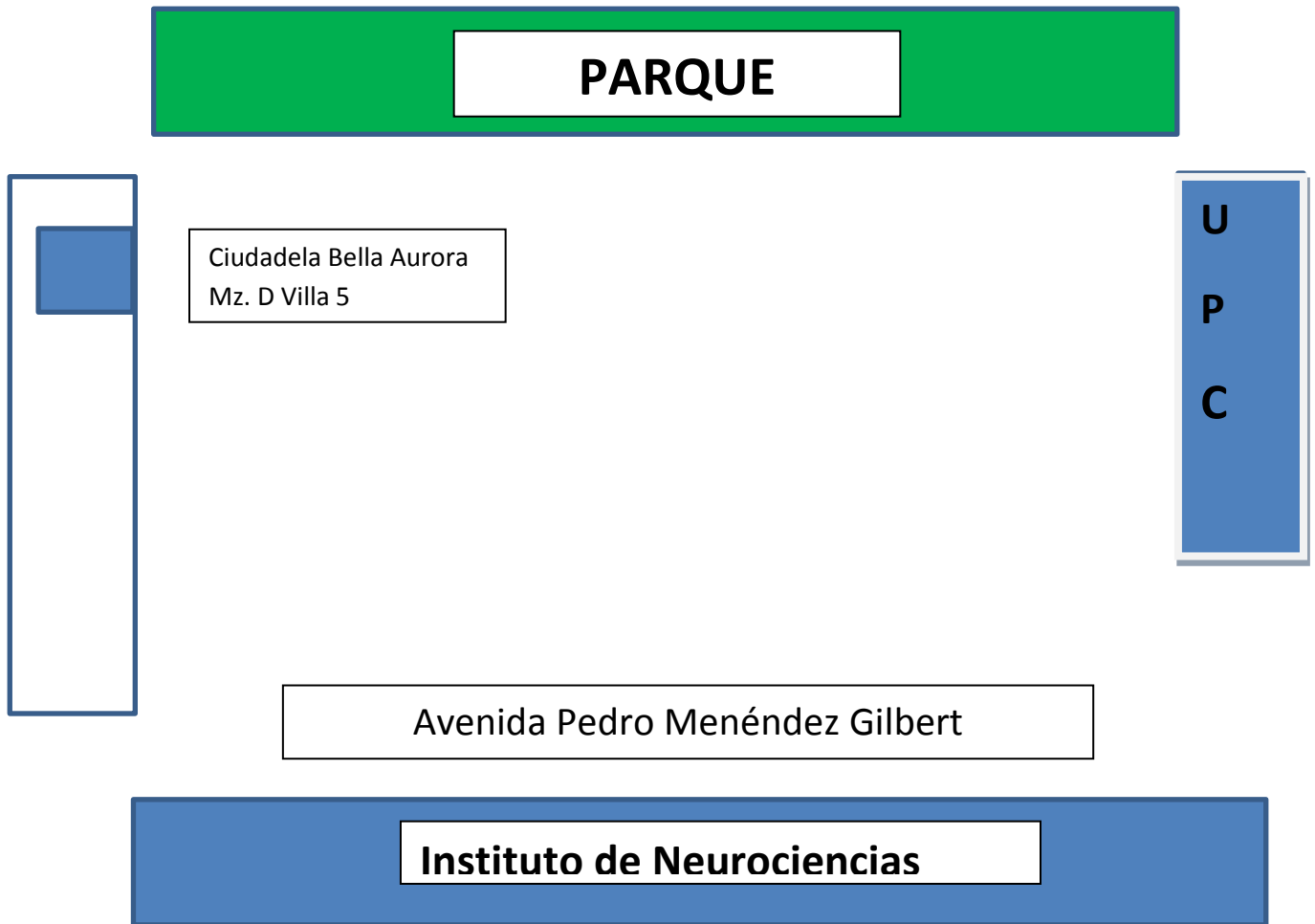
ANÁLISIS DE MERCADO

V.A. Estudio Específico del mercado

Castagneto & Macias S.A. está ubicada en la ciudad de Guayaquil busca como mercados específicos, a empresas y personas naturales que requieran del mejoramiento de las competencias.

Situada (Norte de la Ciudad). Esta área de la urbe cuenta con facilidad de estacionamiento, ubicación rápida, acceso a todos los servicios de salud, alimentación y demás necesidades básicas; se la considera zona estratégica cercana al aeropuerto internacional y terminal terrestre.

Ofrece seguridad por contar con un UPC (Unidad de Policía Comunitaria) razón que permite llegar con facilidad y saber que tienen el respaldo de la Policía.



Este mercado fue elegido por varias razones, dado a su ubicación, a que se encuentra en una zona segura, poblada y donde predomina el mercado buscado (clase social media-alta); otra razón es que porque estos sectores de clase media y clase alta son los frecuentados por la gente que busca contactar en un lugar de fácil acceso.

C & M se encuentra en el mercado con varios competidores directos. Tales como:

Idepro, CIP Consultores, Lideres, Corcem, Capacen, entre otros, seguro que la diferencia con nuestros competidores es sin duda alguna el detectar la necesidad de capacitar, diagnosticar y básicamente el servicio.

Aparte de continuamente motivar y presentar programas actualizados.

Se analiza más profundamente a la competencia en el análisis FODA.

V. B. Identificación del mercado potencial y empresarial

El negocio está enfocado a un segmento de clase media y media-alta con nivel sociocultural alto. Dentro de este segmento nos enfocaremos a todo tipo de empresas públicas como privadas y ONG's; jóvenes estudiantes universitarios, jóvenes empresarios, mandos medios y altos de la ciudad de Guayaquil y demás provincias que requieren de los servicios de C & M.

Los competidores directos son las universidades con sus centros de educación continua.

Las operadoras de la SETEC (Secretaría Técnicas de Capacitación) que depende de la CNCF, que subvenciona con el 0.5 de las aportaciones de los trabajadores.

V. C. Descripción de las regiones, segmentos o nichos.

Aprovechamos que Guayaquil es una urbe que acoge a personas de todos los sectores

comerciales más grandes de la ciudad y la empresa está ubicada en una zona residencial donde se han desarrollado negocios comerciales.

El segmento de mercado que tomado en cuenta para la comercialización de los servicios se va a concentrar en tipo de empresas, así como personas naturales, con poder adquisitivo como para poder pagar por nuestros servicios.

El hecho de que el negocio se encuentre ubicado en Guayaquil, no significa que todos nuestros potenciales clientes sean de aquí. Así que por lo tanto, también se ha considerado a empresas que tengan el poder adquisitivo necesario para adquirir nuestros programas y servicios pero que no necesariamente vivan en Guayaquil, es por esto que los facilitadores se movilizan hacia las plazas que demanden.

V.D. Mercado objetivo, nichos de mercado y bloques de compradores.

El negocio está enfocado a un segmento de colaboradores de empresas públicas y privadas, de diferentes niveles jerárquicos que necesitan reclutar personal capacitado, y para quienes tienen como propósito hacer carrera y/o desarrollar al personal, así como actualizarse.

También hay que considerar personas que poseen una cultura de superación personal y actualización profesional. Esto les dará una imagen de más competencias y estatus.

V.E. Investigación de mercado, encuestas y resultados.

En este apartado, se pueden observar los datos recopilados de una investigación de mercado formulado en encuestas de 8 preguntas, teniendo como objetivo descubrir las preferencias y pretensiones de los clientes potenciales de este negocio.

Producto de la investigación se obtienen datos confiables y un análisis de los mismos, con el fin de convertirlos en información sistemática y objetiva que resulte de utilidad para el planteamiento del presente proyecto.

Esta encuesta es de mucha ayuda ya que permite conocer las necesidades de nuestro segmento de mercado, para así mejorar o en su caso implementar nuevas propuestas, también nos proporciona un dato aproximado de los posibles clientes

V.E.1. Encuesta:

1.- Le gustaría contratar personas capacitadas para el cargo que necesita.

SI

NO

2.- Le gustaría que para capacitar, se elabore un diagnóstico de necesidad de capacitación.

SI

NO

3.- Cree que capacitar al personal es necesario?

SI

NO

4.- Piensa que capacitar a su personal mejora sus competencias?

SI

NO

5.- Considera que el trabajo del Couch, es importante para la formación de los colaboradores de la empresa:

SI

NO

6.- Observa que la implementación de couch, se convierte en un recurso que optimiza resultados :

SI

NO

7.- Representa economía para la empresa externalizar servicios?

SI

NO

8.- Evalúa periódicamente niveles de desempeño del personal de la empresa?

SI

NO

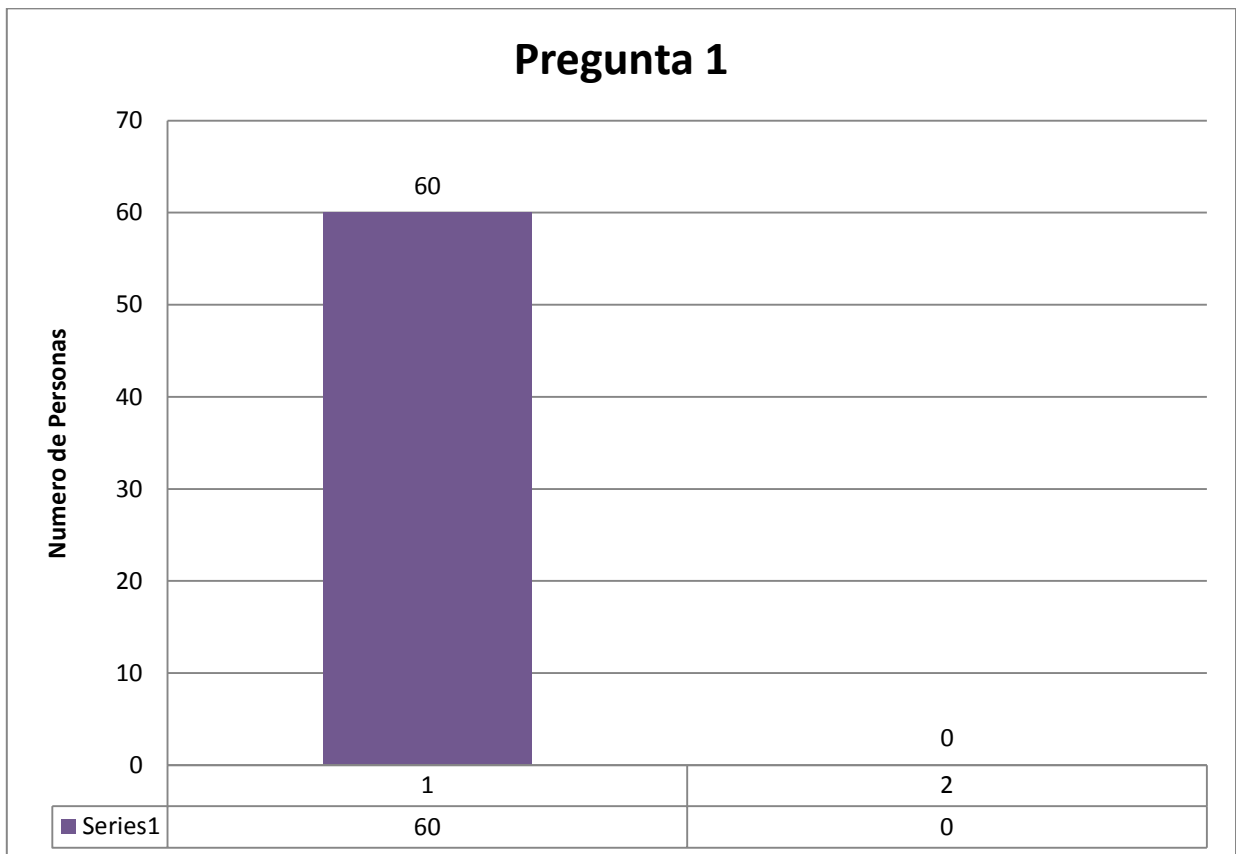
V.E.2. Resultados obtenidos

Preguntas	Si	No
1.- Le gustaría contratar personas capacitadas para el cargo que necesita?	60	
2.- A su criterio cree que para capacitar, se debe elaborar antes un diagnóstico de necesidad de capacitación?	46	14
3.- Cree que capacitar el personal es necesario?	58	2
4.- Piensa que capacitar el personal mejora sus competencias?	55	5
5.- Considera que el trabajo del coach es importante para la formación de los colaboradores de la empresa?	37	23
6.- Observa que la implementación del couch se convierte en un recurso que optimiza resultados?	54	6
7.- Representa economía para la empresa externalizar servicios?	60	
8.- Evalúa periódicamente niveles de desempeño del personal de la empresa?	42	18

Fuente: Elaboración del Autor

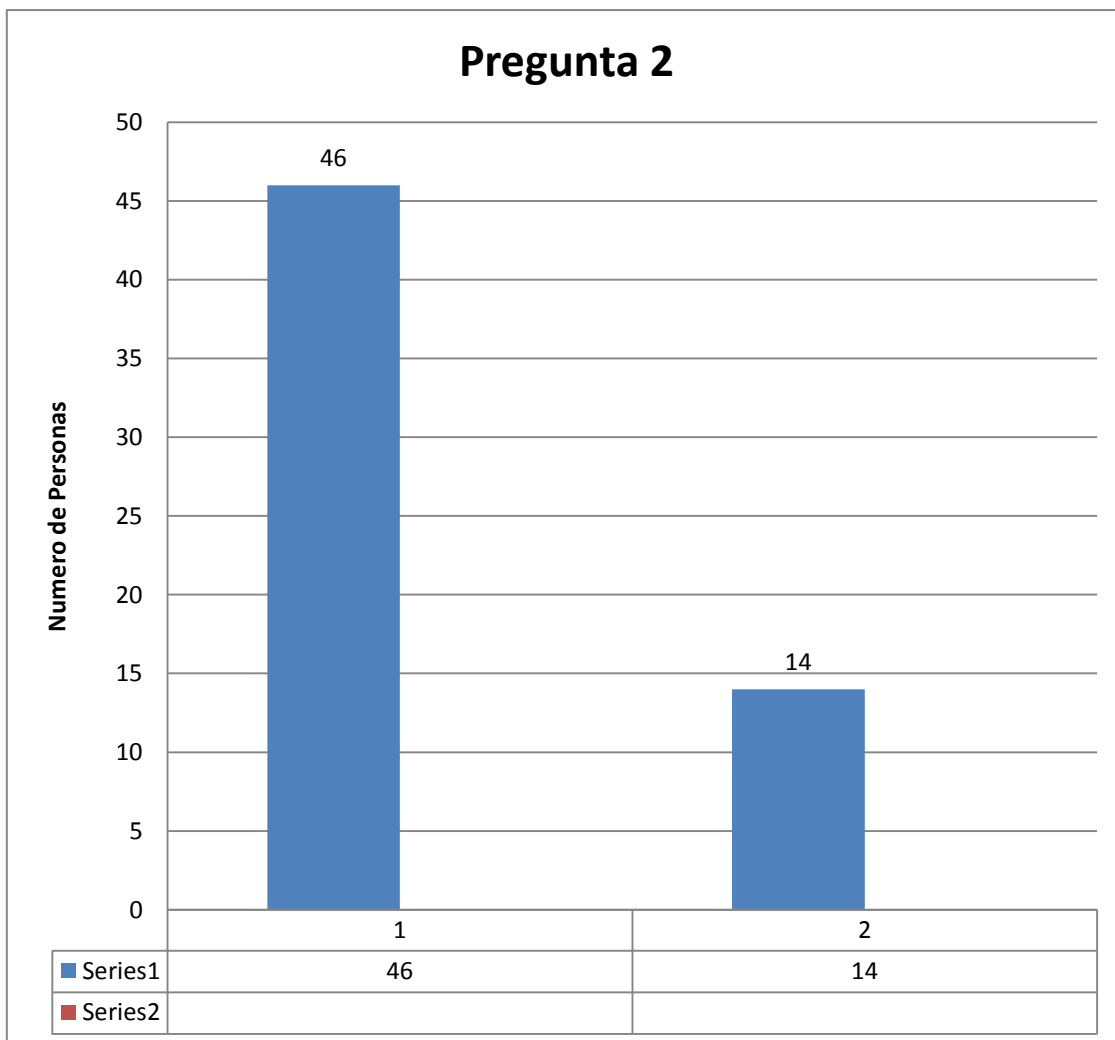
V.E.3. Resultados Tabulados

1.- Le gustaría contratar personas capacitadas para el cargo que necesita



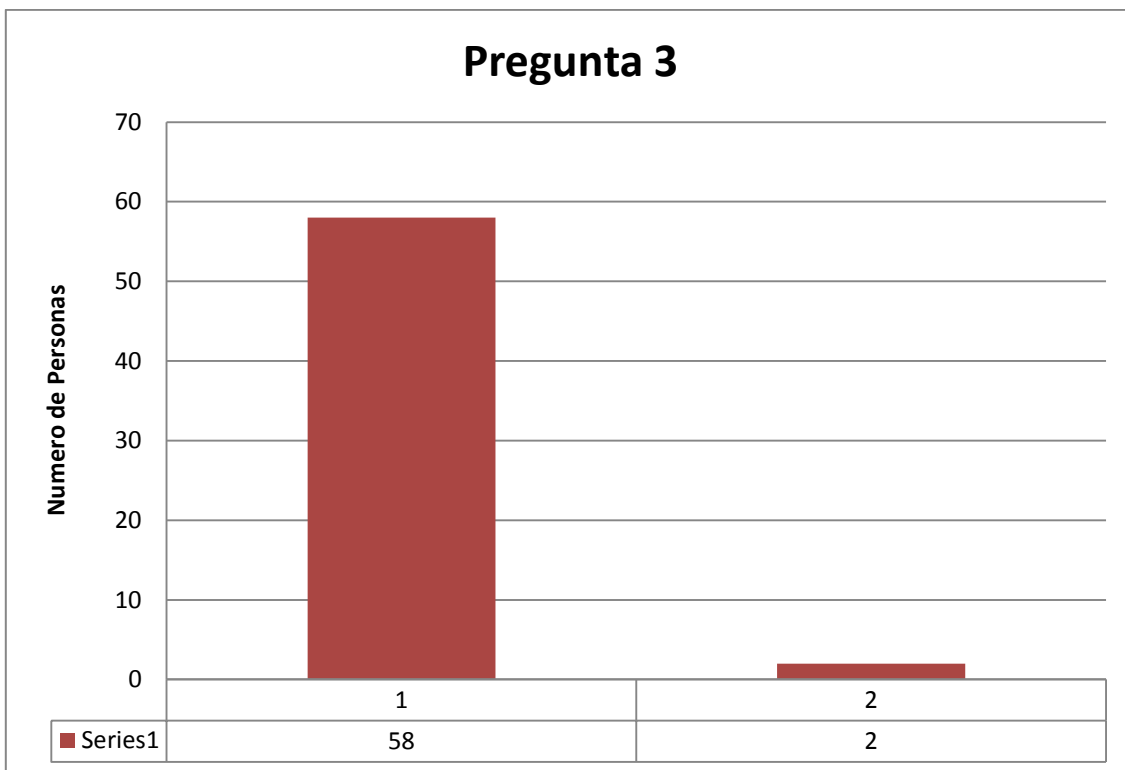
Fuente: Elaboración del Autor

2.- A su criterio cree que para capacitar, se debe elaborar antes un diagnóstico de necesidad de capacitación.



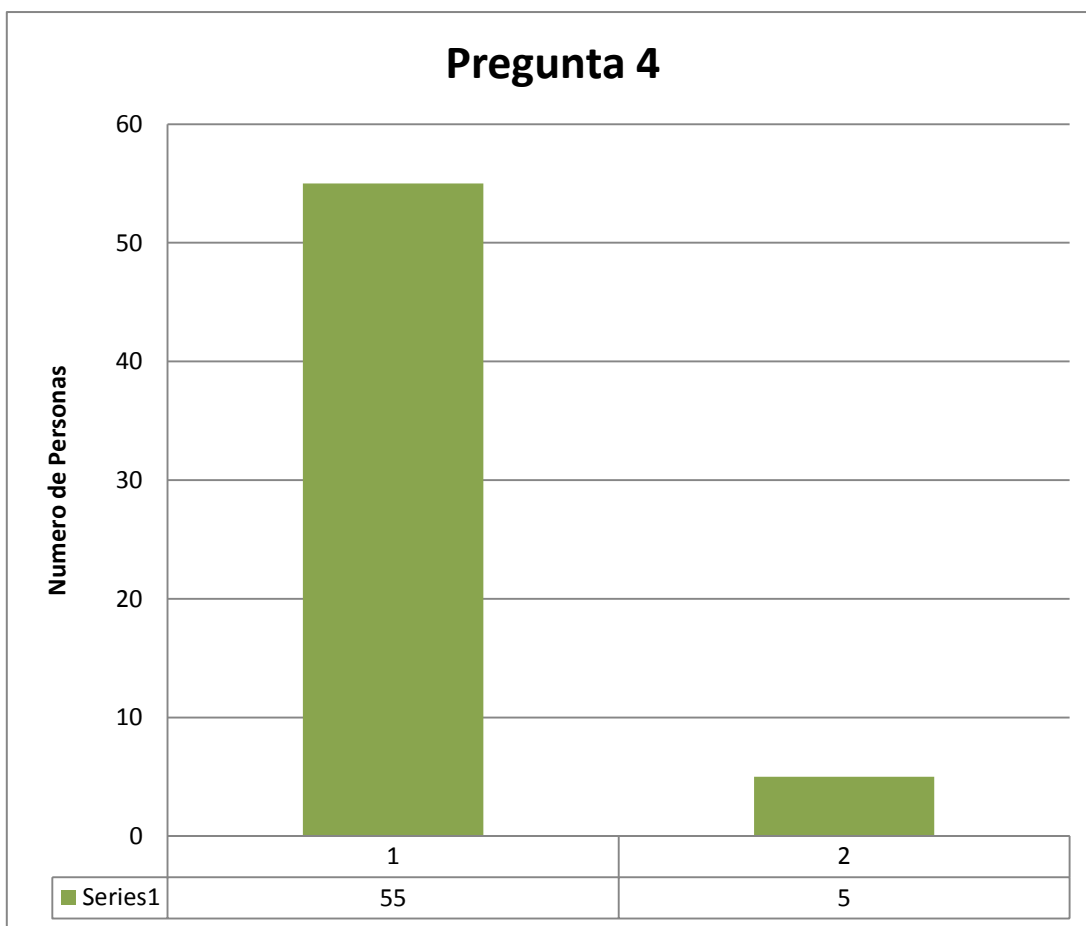
Fuente: Elaboración del Autor

3.- Cree que capacitar el personal es necesario?



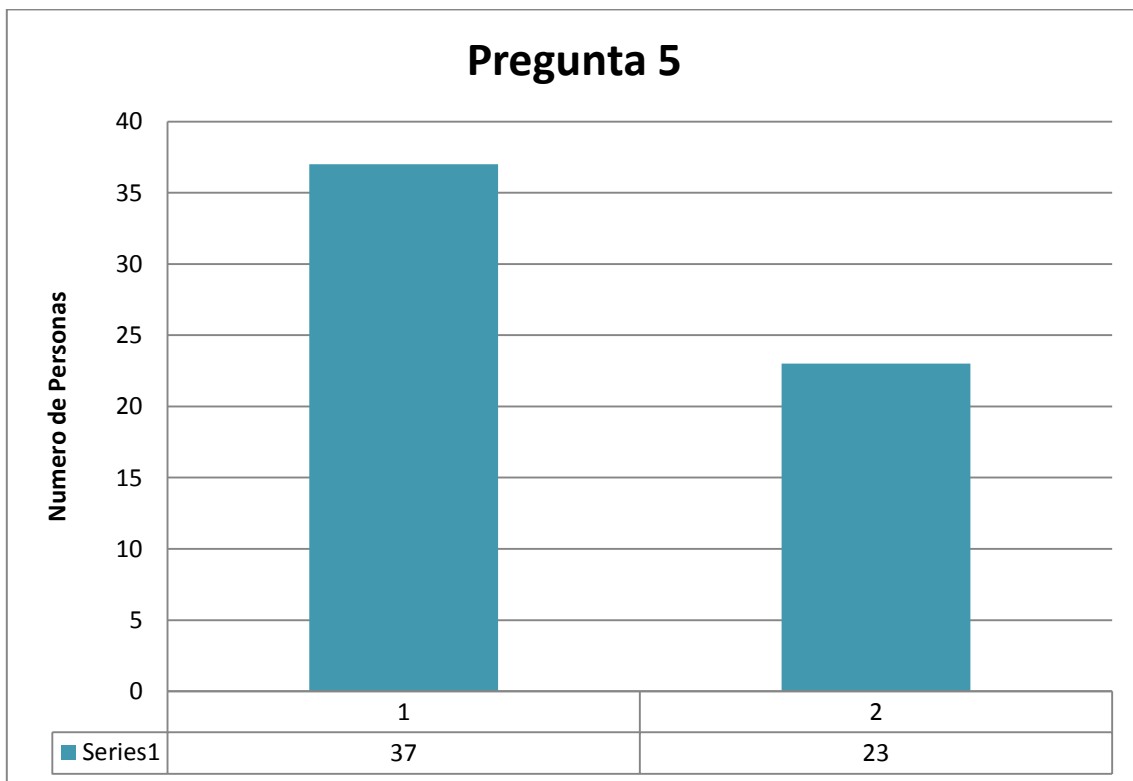
Fuente: Elaboración del Autor

4.- Piensa que capacitar el personal mejora sus competencias?



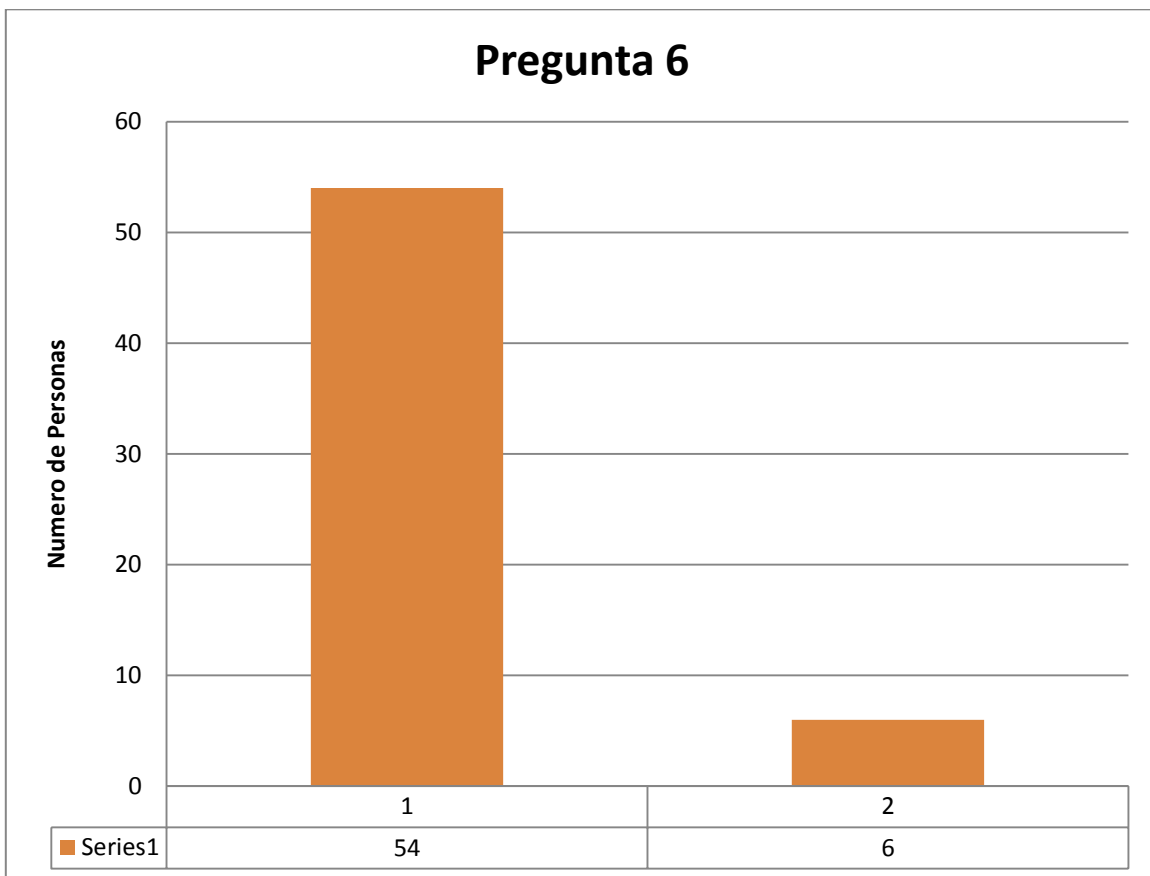
Fuente: Elaboración del Autor

5.- Considera que el trabajo del coach es importante para la formación de los colaboradores de la empresa?



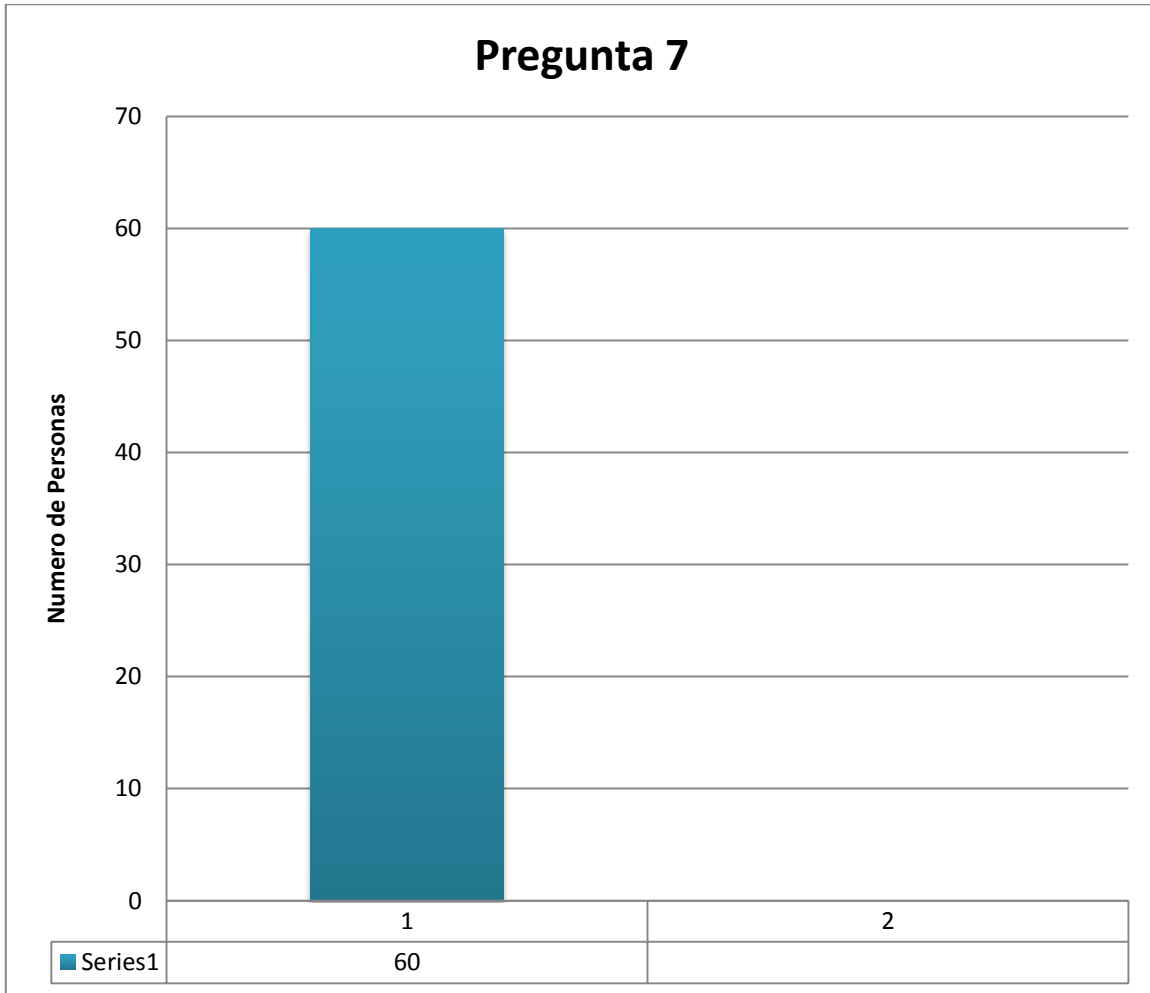
Fuente: Elaboración del Autor

6.- Observa que la implementación del couch se convierte en un recurso que optimiza resultados?



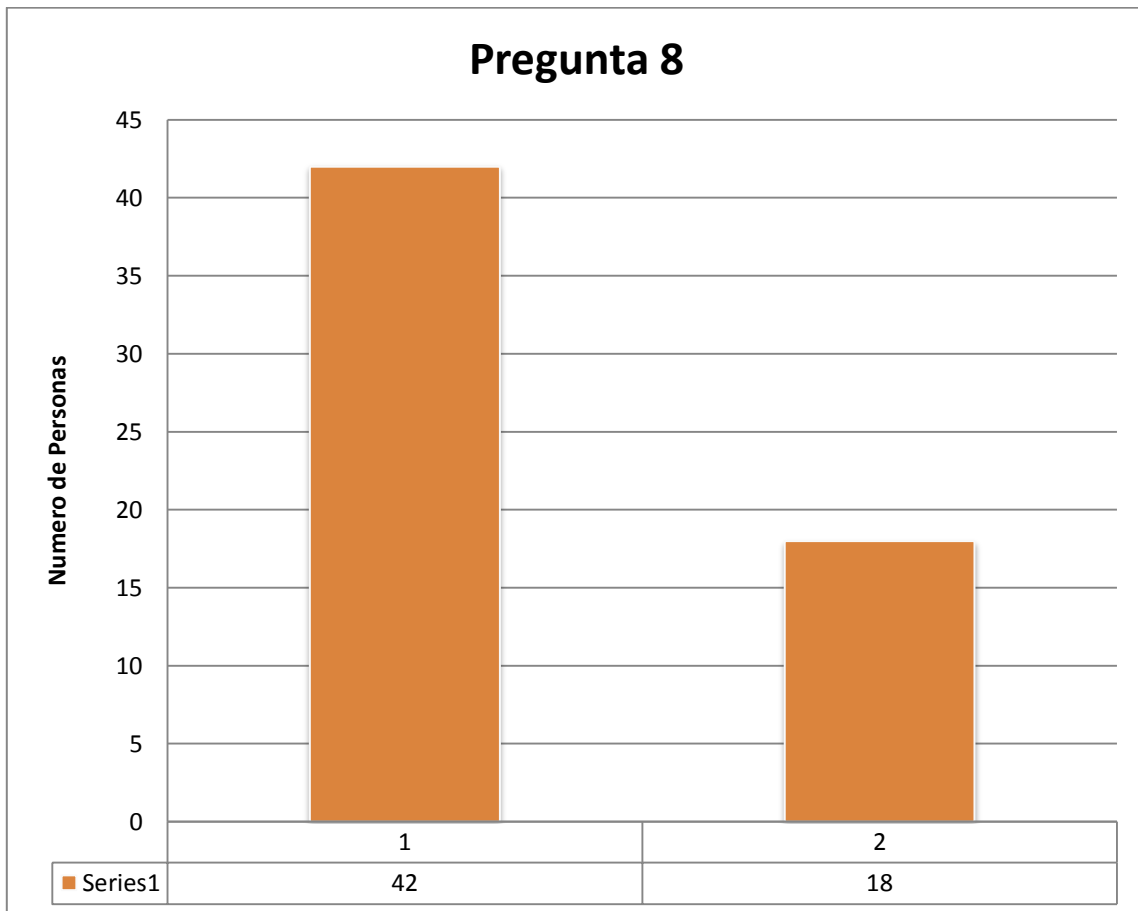
Fuente: Elaboración del Autor

7.- Representa economía para la empresa externalizar servicios?



Fuente: Elaboración del Autor

8.- Evalúa periódicamente niveles de desempeño del personal de la empresa?



Fuente: Elaboración del Autor

V.F. Análisis de la competencia

Partirá en un estudio y análisis de nuestros competidores, para más adelante basándose en dicho análisis, diseñar estrategias que permita competir adecuadamente con ellos.

CAPITULO VI

ESTRATEGIAS

DEL MERCADO

CAPITULO VI

ESTRATEGIAS DEL MERCADO

VI.A. Consideraciones Internacionales, nacionales y locales.

La actividad de Externalizar procesos para seleccionar, capacitar y coach, es una práctica desde hace muchos años.

Luego de la Segunda Guerra Mundial, la necesidad de que las empresas puedan ejecutar internamente la mayor cantidad de actividades y dejar de depender de trabajadores externos; inicialmente era muy efectiva; pero a medida que transcurría el tiempo el crecimiento de la tecnología y contradictoriamente las empresas se volvían obsoletas, y el precio de estar actualizados era mucho.

Es así como en los años 70 el outsourcing comienza a tener seguidores; resulta más positiva y económica la contratación de expertos externos, que tener que mantener un departamento internamente.

Ya en los países más desarrollados es una necesidad contratar recursos, bienes y capacidades de un tercero con niveles garantizados de criterios de calidad, rendimiento y valor frente al coste.

También métodos de evaluación para suministrar servicios que antes se realizaban dentro de la empresa; implicando esto la transferencia de parte del personal existente a la empresa proveedora de servicios, así como la transformación de los procesos de apoyo empresariales y tecnologías.

Las empresas que prestan servicios en otros países y han potencializado altamente su economía, dinamismo y tienen interesantes oportunidades de negocios en varios sectores de un mercado internacional.

En México con motivo de la globalización la relación económica con Estados Unidos se ha desarrollado especialmente en la industria de servicios de tecnología de información. Para el año 2012 la tercerización de TI alcanzó un valor global de \$450 mil millones de dólares..Fuente (*Autor: Gustavo Parés, Publicado en : SG #37 (Agosto-October 2012)*)

Se avizora un crecimiento de la industria en México y América Latina en los próximos dos años, México captará una participación del 4% del total, dejando un 96% de este gran mercado a países como EUA, India y China, como referencia de entre otros países, como para referir.

Europa Central y del Este

Federación Rusa, República Checa, Eslovaquia, Hungría, Polonia, Rumania, Ucrania, Bielorrusia, Bulgaria, Letonia, Estonia y Lituania.

Asia

China, Kazajstán, Turquía, Uzbequistán, Azerbaiyán y Vietnam.

África

Marruecos, Argelia y Angola

América del Norte y Latinoamérica

Brasil, Chile y Bolivia.

No obstante de las diferentes crisis económicas mundiales de los últimos 15 años, existen beneficios y preferencias positivas en la tercerización de servicios. McKinsey/NASSCOM menciona que la tercerización de las tecnologías de información y de procesos de negocio (BPO) ha alcanzado una novena parte y una doceava parte, respectivamente, de su mercado potencial. La crisis económica reciente ha decidido que grandes empresas en EUA y Canadá tercericen sus áreas de (Tecnología de la Información) TI, con lo que se abre una puerta importante para México y América Latina. Estas empresas quieren reducir sus costos e innovar al tercerizar algunos de sus servicios en países diferentes a la India. (*Autor: Gustavo Parés, Publicado en : SG #37 (Agosto-October 2012)*)

Localmente cuando el profesional de capital humano debe llenar algunas vacantes, toma en consideración que tipo de puestos es: algunos puestos son más difíciles de cubrir que otros, en particular los que requieren conocimientos especializados.

Cuando es dificultoso llenar un espacio, se trata de un puesto de baja razón de selección.

Cuando resulta sencillo llenar un puesto, se define como de alta razón de selección.

El proceso de selección consiste en una serie de pasos específicos que se emplean para decidir que solicitantes deben ser contratados.

El proceso de selección consta de tres elementos esenciales:

1. El análisis de puestos
2. Los planes de capital humano
3. Candidatos entre los cuales se pueda escoger

La idea es que ya seleccionados precisen de los servicios de C&M para un coach. Es importante reconocer que el coach tiene el compromiso de acompañar al cliente e igualmente como directivo en relación con los colaboradores que están a su alrededor.

Asistir a los clientes como coach, o a los colaboradores, como directivos, desde el rol de líder y coach, supone reconocer esa maravillosa singularidad que es el otro, sus talentos especiales y descubrir su potencial, los valores y creencias que sostienen en sus vidas ya para incorporarlos a la empresa-cliente.

VI.B. Estrategias de producto, precio y estacionalidad

La principal estrategia es específicamente dar un servicio personalizado hacia los clientes y así darnos a conocer, De acuerdo a los perfiles profesionales requeridos por nuestro cliente en el mercado seleccionado, desarrollamos procesos de selección de personal de todas las escalas profesionales, como comerciales, técnicos, operarios de mantenimiento, administrativos, mandos medios y directivos. Así mismo, le asesoraremos en la elección más adecuada de la modalidad de contratación del personal local.

La mejor forma de aumentar la cartera es con ayuda de las recomendaciones, referidos por los clientes que ya han recibido los servicios de C&M y de los clientes frecuentes. Debido a que esta es una industria altamente competitiva, en donde la competencia de precios es muy estrecha, se buscara tratar de diversificar para poder conquistar nuevos mercados. Es por esto que se considera importante a la hora de ofrecer los servicios resaltar las ventajas que estos brindan:

La empresa está conformada por un grupo de profesionales altamente capacitados, conocedores del mercado, proactivos y expertos con años de experiencia nacional e internacionalmente en formación, asesorías, y coach. Esto asegura excelentes resultados de la actividad en todas sus etapas; optimizando recursos y maximizando los efectos como valor agregado de nuestros clientes.

Castagneto & Macías S.A. se encarga de captación, diagnóstico, coordinación, detección de necesidades, requerida para ecuanimidad de sus clientes; asegurándoles que proporciona soluciones eficientes para sus premuras a la hora de decidir seleccionar o capacitar al personal.

VI.B.1. Producto - Servicio

Como empresa en el mercado, tenemos que dar a conocer los servicios que brindamos de una manera personal para que luego, la excelente calidad de estos pueda ser

comprobada por medio de testimonios de los mismos clientes satisfechos. Una vez que esto sea posible, las referencias de quienes han sido atendidos serán la mejor carta de presentación. Nada mejor que clientes compensados. De este modo se gana credibilidad y confianza.

VI.B.1. Precio

Para establecer una estrategia adecuada de precios, tendremos en cuenta los siguientes puntos: los programas que estamos ofreciendo, los gastos operativos, gastos por salarios al equipo de trabajo, especialmente cuando se trae un facilitador internacional.

VI.B.2. Análisis de Precios de la Competencia.

Precios promedios de la competencia.

PROMEDIO IDEPRO C.C.G	\$ 160,00 PP
ERNESTO YTURRALDE Y ASOCIADOS	\$ 140,00 PP
CAPACEM	\$ 120,00 PP
CORCEM	\$ 100,00 PP
OTROS	ENTRE \$ 60 Y 100 según número de horas y volumen de participantes

Fuente: Elaboración del Autor

VI.B.2. 3. Estacionalidad

En este caso, hay que contemplar dos escenarios: el local, y el internacional. En nuestro país podemos difundir la nueva actividad en la que incursiona la empresa y por el otro lado aprovechar de eventos internacionales para tener presencia de marca.

La mejor época del año es a partir de marzo o abril hasta noviembre, aproximadamente; sin embargo un 40% de instituciones públicas solicitan los servicios de C & M a fin de utilizar todo el presupuesto asignado ya para el mes de diciembre los primeros días.

VI.C. Estrategias de distribución, penetración y venta personal

VI.C.1. Distribución

La empresa cuenta con una oficina propia ubicada en la Parroquia Tarqui, Ciudadela, Bella Aurora, Mz. D solar 5, primer piso alto, sector que se encuentra al norte de la ciudad de Guayaquil a 10 minutos del Terminal Terrestre y del aeropuerto internacional, atravesando el túnel se llega en 5 minutos al casco comercial de la urbe y cuenta con área espaciosa de parqueo, al frente una edificación grande del UPC.

Esto permite que quienes tengan la necesidad de visitar la empresa, debido a la cercanía lleguen con facilidad y cuenten con la seguridad que precisan.

VI.C.2. Penetración del Mercado.

La “**diferenciación**” es la estrategia para penetrar en el mercado, inquiriendo siempre ir más allá del cumplimiento satisfactorio de los servicios de una empresa que cuenta con un

departamento de externalización de procesos para reclutamiento, selección y coach brindando un servicio personalizado de acuerdo con las exigencias de cada cliente; para lo cual esta estrategia tendrá sus bases en cinco puntos muy importantes:

- **Profesionales con experiencia y competencia certificada.** Demostrando documentadamente la autenticidad de su preparación así como de la experiencia.
- **Calidad en el servicio.** Se hacen evaluaciones permanentes durante y post servicio, para medir los niveles de satisfacción y mejorar en lo que precise.
- **Garantía hasta la completa satisfacción.** La empresa garantiza por 90 días el personal seleccionado; en caso de prescindir de sus servicios Castagneto & Macías le repone el personal seleccionado, sin cargo de costo adicional.
- **Aplicación de la técnica “GANAR-GANAR”** orientada a mejorar el desempeño de cada persona, de manera que alcance su potencial, y lo revierta en el trabajo.
- **Seguimiento continuo de los clientes.** Se busca crear una base de datos de todas las empresas, mediante un departamento “call center” se realizará el monitoreo respectivo.

VI.C. 3. Venta Personal

No hay mejor publicidad que la que hacen nuestros propios clientes, esto es lo que en marketing se conoce como boca a boca. Aprovechar de las bondades que la tecnología ofrece, las redes sociales, flyers, página web actualizando periódicamente.

Por eso, el servicio será personalizado, preocupándonos siempre por la satisfacción de las necesidades y deseos que presenten nuestros clientes, incluso buscando superar sus expectativas. Esta será la base de muchas visitas tanto virtuales como físicas, así como la valoración por parte de personas que atendemos y observaciones de los clientes que reciben nuestros servicios, conocer de sus inquietudes y hacer seguimiento a los mismos.

VI.C.4. Posicionamiento.

El posicionamiento en el sector empresarial ha sido bueno aprovechando que a través de los contactos y referidos por los clientes se cuenta constantemente impartiendo capacitación y asesorías; tanto local como en provincias.

Es demasiado frágil debido a que el estado con un presupuesto del 0.5% de IESS de las aportaciones de los empleados lo transfiere al Consejo Nacional de

Capacitación y Formación CNCF, este a su vez por intermedio de la SETEC Secretaría Técnica de Capacitación contrata a las operadoras certificadas, subvencionando a toda la fuerza laboral en temas definidos que mantienen en su portafolio de trabajo.

Un nicho de mercado en el que cuyos temas no incursiona SETEC, y temas especializados que requieran de un coaching y seguimiento. C&M S.A. avizora posicionarse como empresa seria, comprometida con los clientes y la sociedad, aprovechar de los años de experiencia con que cuenta.

VI. D. Estrategias de Promoción, Distribución y Gastos.

VI. D.1. Promoción

No hay mejor publicidad que la que hacen nuestros propios clientes, esto es lo que en marketing se conoce como boca a boca. Por eso, nuestro servicio será personalizado, preocupándonos siempre por la satisfacción de las necesidades y deseos que presenten nuestros clientes, incluso buscando superar sus expectativas.

Esta será la base de muchas visitas por parte de personas interesadas a futuro, es decir los testimonios de los que han comprado los servicios es la mejor carta de presentación. Publicar mediante redes sociales imágenes y comentarios de clientes satisfechos.

VI. D.2. Distribución

Nuestra oficina principal estará ubicada en la ciudad de Guayaquil, el contacto para información de los servicios que ofrecemos se pueden realizar por teléfono, de manera personal, además de reuniones que se realizarán para quienes se encuentren interesados. También se ofrecerán charlas demostrativas.

Pero la más clave más importante de todas es la vía electrónica.

VI. D.3. Gastos

VI.D.3.I Presupuesto para capacitación abierta (personas que participan de diferentes sectores y se enteran por la publicidad virtual que se remite semestral, y mensual).

Seminario de 8 horas

\$ 120,00 Cliente frecuente 140,00 nuevos

Incluye : clase magistral

Honorarios para facilitador entre 40 y 50 dólares x hora

dos refrigerios a 2.50 cada uno

libreta de apuntes 2,00

CD con memorias del seminario 1,00

Bolígrafo, 0,75

Certificado de aprobación y asistencia 1,00

Número de participantes para que se justifique el evento 20 personas, para tener buena utilidad 30 ó 35

Pero para no dañar la imagen y seriedad de la empresa lo podemos sacar con 10 inscritos.

VI.D.3.II. Presupuesto para capacitación in house o in company (empresas que reciben capacitación específica de diferentes sectores y se enteran por la publicidad virtual que se remite semestral, y mensual).

Seminario de 8 horas

\$ 100,00 u: \$ 80,00 Cliente frecuente \$ 120,00 nuevos

Incluye

Clase magistral (aquí se paga más desde 60 hasta 100 por hora)

dos refrigerios (pueden variar si la empresa desea dos horas por día e incrementa por el número de horas en cada jornada a partir de cuatro horas).

Libreta de apuntes 2,00 O manual de apoyo

CD con memorias del seminario 1,00

Bolígrafo, 0,75

Certificado de aprobación y asistencia 1,00

Número de participantes para DICTAR lo que determine el cliente, que no exceda de 35, para que no se convierta en antipedagógico. Se cancela el 50% a la suscripción del contrato y el saldo concluido el evento, el número de horas fluctúan desde 8 hasta 30 o más, según el diagnóstico que se realiza, **(DNC) Diagnostico de necesidad de capacitación** es el punto de partida para ser más específico en la capacitación que se imparte.

Como las necesidades de las empresas también se suele alquilar servicios de hoteles de cuatro o cinco estrellas.

Esto representa por un día de hotel que incluye instalaciones bolígrafos, libreta de apuntes, bebidas comidas y refrigerios. Entre 850,00 y 1.500,00 dólares.

VI.D.3.III. Venta de Seminarios abiertos y en compañías.

Conforme la planificación semestral de eventos que se ofrece.

- Para clientes frecuentes 10 % de descuento,
- En caso de que se trate de un eventoabierto a partir de cinco participantes de la misma empresa 5 % de descuento.
- Si son 10 personas inscritas, una cortesía.
- Para grupos grandes más de 20, descuento del 20%.

VI.D.3.IV. Incentivos adicionales como:

- Para empresas que reciben capacitación abierta, forman parte de un banco de datos de profesionales, para futuras contrataciones.
- En caso de eventos In Company, se les presenta un informe al final con sugerencias, para posibles ascensos o remociones.
- Coaching a futuro a través de un sistema de preguntas que intente buscar la solución o la salida a los problemas que se desea resolver; saber que el (coaching no da la solución, pero sí lo guía para que la encuentre).
- El coaching acompaña siempre al cliente, está a su lado en cada momento durante el proceso que dure.

VI.E. Estrategia Publicitaria y de Comercialización.

La publicidad que va a utilizar la empresa debe ser una publicidad focalizada y sectorizada, utilizando medios claves de comunicación tales como:

- Diseño de una página web, donde conste la planificación semestral con temas y fechas; así como se detalle los respectivos precios.
- Facebook, linkedin, twitter.
- Enviaremos información y publicidad a los correos electrónicos de los clientes potenciales, los cuales fueron obtenidos a través del banco de datos que posee C & M, las asociaciones gremiales, departamentos de Desarrollo Humano respectivamente.
- Visita personal: Dando a conocer de los servicios que se ofrecen local e interprovincial.
- Auspiciar eventos como oportunidad de tener presencia de marca.
- Elaboración de folletos y tarjetas de presentación para los profesionales asociados. Anuncios en las áreas visibles de las empresas clientes.

- La mejor manera de llegar a un cliente potencial es una referencia positiva de algún familiar, amigo o conocido. Este factor es crucial para el éxito del negocio, ya que no se debe fallar a ninguno de nuestros clientes.

CAPITULO

VII

OPERACIONES

CAPITULO VII

OPERACIONES

VII. A. Riesgos Internos.

Ser empresario significa correr riesgos, a ganar o perder y comprender que la posibilidad de un fracaso siempre existe. El índice de riesgo siempre obedecerá a factores internos y externos, de aspectos cualitativos y cuantitativos. Los riesgos se evalúan en porcentajes. Siempre hay eventualidades de que suceda cualquier cosa.

Entre los riesgos internos, podrían darse:

- Por cierto olvido involuntario; no se llama a alguna persona interesada en participar de un evento, ya que se informó por medio publicidad electrónica.
- Falta de disponibilidad por parte de los instructores que teniendo confirmada un fecha; notifica de última hora que no puede, esto ocasiona en los participantes desconfianza, daña la imagen de una institución, genera reclamos. Ocasiona un movimiento total a la planificación realizada.
- Capacidad patrimonial para afrontar una pérdida.
- Poca formalidad al momento de una promesa de pago (creyendo en la palabra del interesado) convirtiéndose en un valor en mora alto y difícil de recuperar.
- No aplicar garantías con el participante al momento de la inscripción, para evitar a futuro cartera vencida.
- La visión para que, en base a las metas propuestas, se razone si vale la pena o no correr el riesgo sobre una propuesta planteada.

VII. B. Riesgos Externos.

Los riesgos externos se dan principalmente por causas o factores que no dependen de la empresa y que no van de la mano con nuestras obligaciones.

- Riesgo de disponibilidad de horarios, en caso de potenciales clientes que desean participar en horas que no conviene a la mayoría.
- Riesgo de fenómenos naturales en caso de la estación invernal impide llegar a los participantes, especialmente de provincias.
- Que hagan una ley que elimine los centros de capacitación y consultoría, para otorgar ese derecho únicamente a los centros de estudios regidos por los organismos.
- Desconocer ¿Cuáles son los principales obstáculos con los que me voy a enfrentar?
- Que información, me falta para asumir los riesgos externos que se presenten.
- La evolución demanda innovaciones, la misma requieren de asumir riesgos, por tanto recursos económicos para el efecto.

VII.B.1. Capacidad para asumir riesgos, aumenta cuando:

- Contamos con la información necesaria.
- Calculamos.
- Tenemos la experiencia y conocimientos suficientes.
- Podemos compensar o compartir el riesgo.
- Las expectativas que tengamos para el futuro.

VII. C. Planes de Contingencia.

En caso de alguna eventualidad, se debe estar preparado por lo que nunca se sabe que avizora el futuro.

Si probablemente, entre los clientes de C&M alguien estuviera pasando por dificultades económicas que le obliga a desistir de un contrato; habría que rever la situación y buscar maneras de negociar el compromiso adquirido, capaz de no dejar de atender el requerimiento y hacer prevalecer la calidad.

En materia social, la mayor parte de las obligaciones a las que están sometidos los responsables de empresas, por razón de sus poderes jerárquico y disciplinario, reglamentario y directivo; y obtuvieran alguna sanción de tipo penal. Situación que es de fuerza mayor como proveedores de servicio. Obliga a mantener cautela y ser tolerantes ante tal realidad.

Si en el proceso de reclutamiento de trabajadores, donde intervienen ciertos responsables y en particular mandos operativos; puede sufrir desviaciones que se deben casi siempre a una falta de formación o de sensibilización hacia las relaciones humanas.

Si por eventualidad alguna la empresa cliente hubiera irrespetado las disposiciones relativas a los contratos de menores de edad.

Así mismo si cometieran infracciones con el empleo de trabajadores extranjeros, no provistos del título para el cargo que desempeña, o están carente de la documentación que lo habilita para el efecto.

Por esto Castagneto & Macias S.A. cuenta con un portafolio de servicios que se ofrece para suplir escenarios como este.

VII.C.1. Provisiones y Seguros.

En este tipo de negocio, es muy importante la seguridad de las instalaciones, estabilidad de los colaboradores. Procurar evitar riesgos situación que es impredecible.

.En cuanto a provisiones, en este tipo de negocios, se trabaja con una política de devolución, pero solo parcial en caso de que alguna persona o empresa desista de participar de uno de los programas. Si se diera un caso así, quedará un fondo base para la empresa. Se devuelve el pago recibido en parte, pero de todas maneras se conserva una parte, con la cual sirve para cubrir los gastos en que se incurre hasta el momento de la cancelación, ya que se realizan trámites como reservaciones de cupos, material de apoyo, refrigerios, entre otros rubros.

CAPITULO VIII

ESTUDIO

FINANCIERO

CAPITULO VIII

ESTUDIO FINANCIERO

VIII. A. Presupuesto e Inversiones

El monto total de la inversión es de \$3.675,00 detallado de la siguiente manera:

- \$2.015,00 valor requerido para obtener los equipos.
- \$700,00 suma necesaria para adquisición de mobiliario.
- \$960,00 que se invierten en: publicidad, líneas telefónicas y suministros de oficina.
- Se calcula la respectiva depreciación anual del activo fijo

Inversión	Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Vida Util	Valor Anual Depreciación
Equipos	Infraestructura del call cen	1	\$ -	\$ -	5	\$ -
	Computadoras	2	\$ 600,00	\$ 1.200,00	5	\$ 240,00
	Headset	0	\$ -	\$ -	5	\$ -
	Telefonos	3	\$ 5,00	\$ 15,00	5	\$ 3,00
	Impresoras	1	\$ 150,00	\$ 600,00	5	\$ 120,00
	Fax	1	\$ 200,00	\$ 200,00	3	\$ 66,67
Suman:				\$ 2.015,00		\$ 429,67
Muebles	Cubiculos con silla	2	\$ 150,00	\$ 300,00	5	\$ 60,00
	Escritores con sillas	2	\$ 200,00	\$ 400,00	5	\$ 80,00
Suman:				\$ 700,00		\$ 140,00
Otros	Publicidad	1		\$ 500,00		
	Lineas telefónicas	2	\$ 80,00	\$ 160,00		
	Suministros de oficina	1	\$ 300,00	\$ 300,00		
Suman:				\$ 960,00		
TOTAL GENERAL				\$ 3.675,00		
						\$ -
						\$ 569,67

Fuente: Elaboración del Autor

VII. B. Proyección a cinco años

Se estima un incremento en las ventas del 5% anual, tanto en contratos de reclutamiento, coaching y seminarios, se calcula que durante los 5 años se llevará a cabo 1 congreso anual, el PVP del Congreso aumenta en un 5% anual, el crecimiento anual de la venta en dólares representa el 10%.

Proyección de ventas

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
No. Contratos Reclutamiento	60	63	66	69	73
No. Contratos Coaching	36	38	40	42	44
No. Contratos Seminarios	10	11	11	12	12
TOTAL	106	111	117	123	129
Nº de Congresos	1	1	1	1	1
IngresoAnual / Capacitacion	\$ 63,360.00	\$ 69,696.00	\$ 76,665.60	\$ 84,332.16	\$ 92,765.38
Ingresos anuales /Congreso	\$ 8,500.00	\$ 9,900.00	\$ 10,450.00	\$ 11,000.00	\$ 11,550.00
PVP DEL CONGRESO	8,500	9,000	9,500	10,000	10,500
Venta Dolares	71,860.00	79,596.00	87,115.60	95,332.16	104,315.38
% crecimiento en ventas		5%	5%	5%	5%

Proyección de gastos y costos

El total del costo de venta incrementa 4% anual, esto incluye los gastos directos e indirectos de proyecto, el valor correspondiente a las depreciaciones se mantiene.

Se prevé contratar a 5 años con la empresa de marketing y publicidad, con la finalidad de mantener los precios, por lo cual el gasto se mantiene; el gasto de personal sufre un incremento del 10% anual, se estima también beneficios y adicionales.

Los gastos financieros disminuyen proporcionalmente se supone que ya para el 5to año no se incurra en este gasto.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos de Ventas:					
Gastos de Proyecto Directos	4,080	4,284	4,498	4,723	4,959
Gastos de Proyecto Indirectos	300	315	331	347	365
Depreciaciones	543	543	543	543	543
Total Costos de Ventas	4,923	5,142	5,372	5,613	5,867
Gastos:					
Gastos de Personal	56,693	62,362	68,598	75,458	83,004
Marketing y Publicidad	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200
Total Gastos	57,893	63,562	69,798	76,658	84,204
Gastos Financieros	1,997	1,877	1,743	1,593	-
(-) Total Costos y Gastos	64,813	70,581	76,913	83,865	90,071
(-) Participación de Trabajadores	1057.06	1352.20	1530.33	1720.11	2136.66
(-) Impuesto a la Renta	1497.50	1915.62	2167.97	2436.82	3026.94

Fuente: Elaboración del Autor

VIII.C. Análisis del punto de equilibrio

El punto de equilibrio es de 2 contratos en el primer año y de 3 contratos durante los 4 años siguientes, con un porcentaje del costo variable que va desde el 86.24% hasta el 85.47% en el 5to año

Valores Estimados Anuales (\$)

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
No. De contratos	106	111	117	123	129
Ventas	71.860	79.596	87.116	95.332	104.315
Costos Variables	61.973	67.846	74.297	81.381	89.163
Costo Fijo	2.840	3.278	3.703	4.112	3.080

Datos por mes

PVP	677,92	715,15	745,44	776,90	809,63
Costo Variable	584,65	609,58	635,75	663,21	692,03
Margen de Contribucion Unitario	93,27	105,57	109,69	113,69	117,60
	86,24%	85,24%	85,29%	85,37%	85,47%
Costo Fijo	26,79	29,45	31,68	33,51	23,90
Total Costo	611,44	639,03	667,43	696,72	715,93
Margen por mes	66,48	76,12	78,01	80,18	93,70

Calculo del Punto de Equilibrio

Punto de Equilibrio en dólares	\$	20.642	\$	22.207	\$	25.164	\$	28.102	\$	21.202
Punto de equilibrio en contratos		2		3		3		3		3

Fuente: Elaboración del Autor

VIII. D. Flujo de caja

El flujo de caja refleja una recuperación de la inversión en 4 años aproximadamente, con una tasa de descuento anual del 10.84% y un TIR del 31% lo cual es aceptable y se amortiza la deuda a 4 años.

FLUJO DE CAJA FINANCIADO						
Valores Estimados Anuales (\$)						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+) Ingresos por Ventas		71.860	79.596	87.116	95.332	104.315
(-) Egresos por Costos y Gastos		68.356	74.759	81.764	89.207	95.952
(=) Margen		3.504	4.837	5.352	6.125	8.364
(-) Gastos Financieros		1.997	1.877	1.743	1.593	-
(-) Depreciaciones		251	502	754	782	810
Utilidad antes de Impuestos		1.256	2.458	2.855	3.750	7.554
(-) Participacion de Trabajadores		188	369	428	563	1.133
(-) Impuesto a la Renta		267	522	607	797	1.605
(=) Utilidad despues de Impuestos		801	1.567	1.820	2.391	4.816
Reserva legal		80	157	182	239	482
(+) Depreciaciones		251	502	754	782	810
(-) Inversion	(8.055)					
(=) Flujo de Caja 1	(8.055)	1.052	2.069	2.574	3.172	5.625
(+) Financiamiento	4.833					
(-) Amortizaciones		(1.014)	(1.134)	(1.268)	(1.418)	-
Flujo de Caja	(3.222)	38	936	1.306	1.755	5.625

VAN	2.760
Tasa de Descuento Anual	10,84%
TIR	31%

PAYBACK	0	1	2	3	4	5
Flujo de Caja	(3.222)	38	936	1.306	1.755	5.625
Flujo Acumulado	(3.222)	(3.184)	(2.248)	(942)	812	6.438
Años en que se recupera la inversión	3,86	1	1	1	1	(0,14)

Fuente: Elaboración del Autor

VIII. E. Estado de pérdidas y ganancias

Costos de Ventas:

Gastos de Proyecto Directos	4,080	4,284	4,498	4,723	4,959
Gastos de Proyecto Indirectos	300	315	331	347	365
Depreciaciones	543	543	543	543	543
Total Costos de Ventas	4,923	5,142	5,372	5,613	5,867

Gastos:

Gastos de Personal	56,693	62,362	68,598	75,458	83,004
Marketing y Publicidad	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200
Total Gastos	57,893	63,562	69,798	76,658	84,204

Gastos Financieros	1,997	1,877	1,743	1,593	-
--------------------	-------	-------	-------	-------	---

(-) Total Costos y Gastos	64,813	70,581	76,913	83,865	90,071
----------------------------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------

(=) Utilidad del Ejercicio antes de PT e Impuestos	7,047	9,015	10,202	11,467	14,244
---	--------------	--------------	---------------	---------------	---------------

(-) Participacion de Trabajadores	1,057	1,352	1,530	1,720	2,137
-----------------------------------	-------	-------	-------	-------	-------

(-) Impuesto a la Renta	1,498	1,916	2,168	2,437	3,027
-------------------------	-------	-------	-------	-------	-------

(=) Utilidad despues de Impuestos	4,493	5,747	6,504	7,310	9,081
--	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

	374.38	478.91	541.99	609.21	756.73
--	--------	--------	--------	--------	--------

Fuente: Elaboración del Autor

VIII.F. Balance

	Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVO						
Activo Circulante						
Caja	4.380,00	8.402,19	13.557,00	19.336,00	25.772,00	35.396,00
Activo fijo	3.675,00	3.675,00	3.675,00	3.675,00	3.675,00	3.675,00
(-)Depreciación acumulada		(543,00)	(1.086,00)	(1.629,00)	(2.172,00)	(2.715,00)
Total Activo	8.055,00	11.534,19	16.146,00	21.382,00	27.275,00	36.356,00
PASIVO Y PATRIMONIO						
Pasivo						
Documentos por pagar	4.833,00	3.819,19	2.685,49	1.417,00	-	-
Total Pasivo	4.833,00	3.819,19	2.685,49	1.417,00	-	-
Patrimonio						
Capital	3.222,00	3.222,00	3.222,00	3.222,00	3.222,00	3.222,00
Utilidad del ejercicio actual		4.493,00	5.747,00	6.504,00	7.310,00	9.081,00
Utilidades retenidas de años anteriores			4.492,00	10.239,00	16.743,00	24.053,00
Total Patrimonio	3.222,00	7.715,00	13.461,00	19.965,00	27.275,00	36.356,00
Total pasivo + patrimonio	8.055,00	11.534,19	16.146,49	21.382,00	27.275,00	36.356,00

Fuente: Elaboración del Autor

CAPITULO IX

ANÁLISIS

FINANCIERO DEL

PROYECTO

CAPITULO IX

ANÁLISIS FINANCIERO DEL PROYECTO

IX. A. Requerimiento del capital

Inversión		
Activos Fijos	3,675.00	
Costos Insumos	4,380.00	
TOTAL	\$ 8,055.00	
Financiamiento propio	3,222.00	40%
Financiamiento crédito	4,833.00	60%
TOTAL	\$ 8,055.00	

Fuente: Elaboración del Autor

IX.B. Razones financieras basadas en las proyecciones anuales

Razones Financieras	Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Razon Circulante	Activos Corrientes/Pasivos Corriente	2,20	5,05	13,65	0,00	0,00
Rendimiento sobre activos	Utilidad neta/Total Activos	0,39	0,36	0,30	0,27	0,25
Rendimiento sobre capital	Utilidad neta/capital	1,39	1,78	2,02	2,27	2,82
Multiplicador del capital	Total Activos/capital	3,58	5,01	6,64	8,47	11,28

Fuente: Elaboración del Autor

IX.C. Evaluación: Sensibilidad y Rentabilidad

FLUJO DE CAJA FINANCIADO

Valores Estimados Anuales (\$)

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+) Ingresos por Ventas		420.000	462.000	508.200	559.020	614.922
(-) Egresos por Costos y Gastos		285.962	305.999	329.010	353.955	381.008
(=) Margen		134.038	156.001	179.190	205.065	233.914
(-) Gastos Financieros		68.348	64.245	59.656	54.525	-
(-) Depreciaciones		23.960	47.920	71.880	95.840	119.800
Utilidad antes de Impuestos		41.730	43.836	47.654	54.701	114.114
(-) Participacion de Trabajadores		6.260	6.575	7.148	8.205	17.117
(-) Impuesto a la Renta		8.868	9.315	10.126	11.624	24.249
(=) Utilidad despues de Impuestos		26.603	27.946	30.379	34.872	72.748
(+) Depreciaciones		23.960	47.920	71.880	95.840	119.800
(-) Inversion	(275.680)					
(-) Flujo de Caja 1	(275.680)	50.563	75.866	102.259	130.712	192.548
(+) Financiamiento	165.408					
(-) Amortizaciones		(34.697)	(38.801)	(43.389)	(48.521)	-
Flujo de Caja	(110.272)	15.866	37.065	58.870	82.191	192.548

VAN 132.636

Tasa de Descuento Anual 10,84%

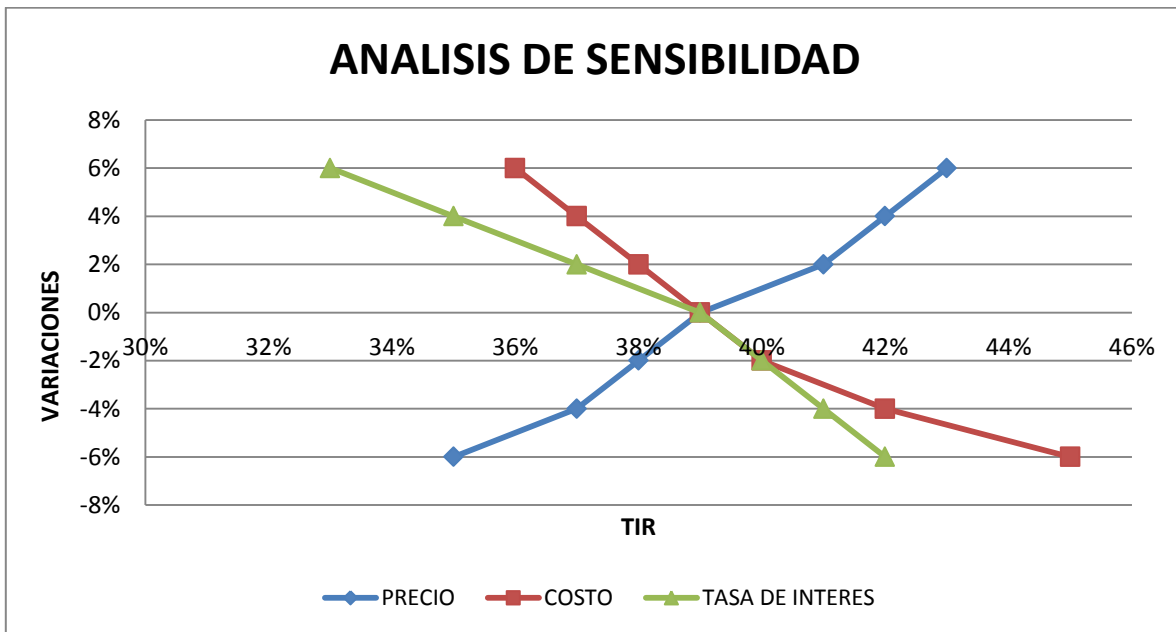
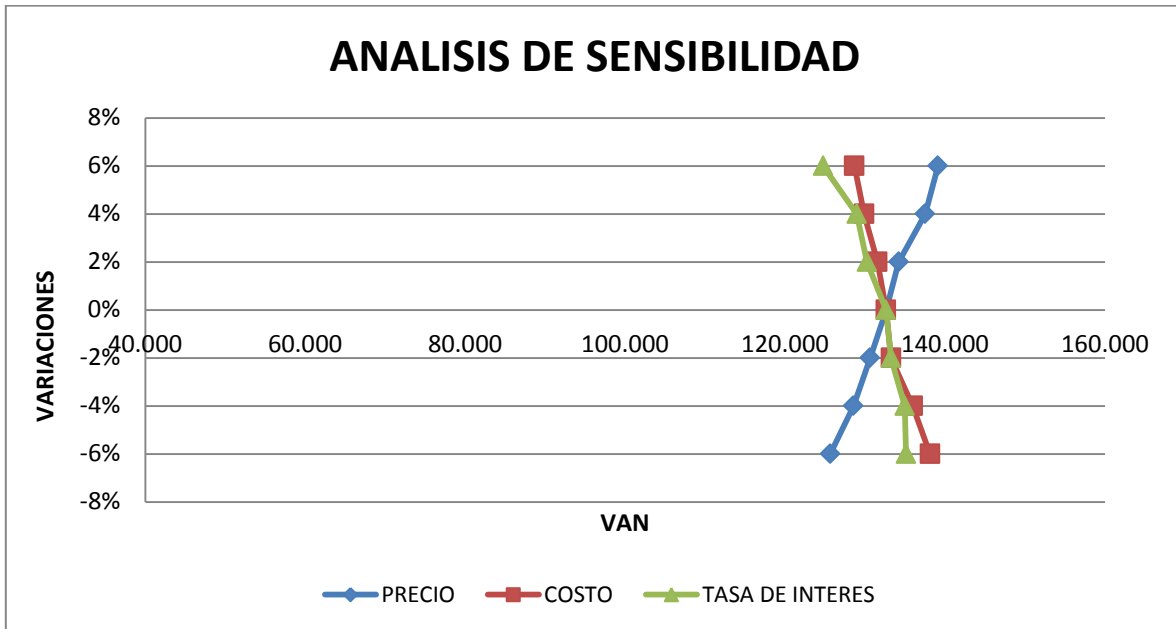
TIR 39%

VARIACIÓN EN PRECIOS							
	-6%	-4%	-2%	0%	2%	4%	6%
VAN	125.658	128.547	130.628	132.636	134.210	137.521	139.124
TIR	35%	37%	38%	39%	41%	42%	43%

VARIACIÓN EN COSTOS							
	-6%	-4%	-2%	0%	2%	4%	6%
VAN	138.126	135.969	133.256	132.636	131.549	129.896	128.663
TIR	45%	42%	40%	39%	38%	37%	36%

VARIACIÓN EN TASA DE INTERES							
	-6%	-4%	-2%	0%	2%	4%	6%
VAN	135.129	134.983	133.262	132.636	130.256	128.965	124.774
TIR	42%	41%	40%	39%	37%	35%	33%

Fuente: Elaboración del Autor



Fuente: Elaboración del Autor

CAPITULO X

ECOLOGÍA Y

MEDIO

AMBIENTE

X.A. Proceso, Procedimiento e Impacto que se siguió y culminó

En nuestro país, en los últimos años, las empresas han ido incorporando el componente ambiental a su gestión, en gran medida debido a una normativa ambiental cada vez más exigente que pretende incidir en la repercusión de las actividades productivas en un medio ambiente cada vez más deteriorado. Esto implica imponer mayores obligaciones para prevenir, controlar o minimizar el impacto ambiental de las mismas.

Si hasta hace sólo unas décadas, la protección del medio ambiente entraba dentro de la esfera del derecho privado y la administración pública apenas intervenía en la tutela del mismo, la realidad actual es diferente. El impacto ambiental derivado del actual modelo productivo ha obligado a la adopción de un riguroso marco jurídico para la protección del medio ambiente que afecta a muchos aspectos de la actividad industrial y comercial. El incumplimiento de las normas ambientales o la generación de daños al medio ambiente, incluso cuando no se hubiera vulnerado ninguna norma, puede conllevar la imposición de importantes sanciones económicas a una empresa, así como la paralización de la actividad productiva, la obligación de reparar el daño causado e, incluso en los casos más graves, la pena de prisión para los responsables de los hechos.

Todo ello determina que la normativa ambiental sea también visto como un aspecto con amplias repercusiones sobre los trabajadores y sus representantes. Dado el relevante papel que éstos juegan en el proceso productivo y debido a las consecuencias que pueden tener sobre el empleo determinadas conductas y comportamientos empresariales contrarios a lo establecido por la legislación ambiental, es fundamental que se conozcan las obligaciones e implicaciones derivadas de la misma. De esta manera podrán estar en disposición de colaborar en su cumplimiento y demandar, si fuera el caso, este cumplimiento dentro de las empresas. Por ello, el propósito de Castagneto&Macias es contribuir a divulgar entre sus empleados, representantes y clientes, el alcance de las obligaciones ambientales a las que están sujetas las empresas.

Creando que, en un mundo en donde cada día se observa una mayor destrucción del medio ambiente y consecuentemente, esta trae consigo problemas para todos, se hizo necesario contar con un firme y verdadero compromiso, personal y empresarial, para revertir esta tendencia, de lo contrario no estaremos en condiciones de garantizar el futuro a las siguientes generaciones. Por esta razón, la principal actividad seguida fue la de capacitar al personal de la empresa C&M sobre normas ambientales, a través de la herramienta coaching, la cual aportó a la reflexión y el descubrimiento de nuestra forma de mirar, de nuestra forma de entender el mundo y nuestro entorno. De cómo utilizamos nuestros recursos, los valoramos, enjuiciamos y de cómo, también, nos juzgamos a nosotros mismos y a los demás, así como las trabas que nos ponemos con base en esos juicios.

De esta manera, Castagneto & Macías alineó su estrategia ambiental con sus empleados y sus socios estratégicos. El cuidado del Medio Ambiente fue abordado desde una perspectiva técnica y social, enfocado en minimizar el impacto de nuestro negocio y colaborar con nuestras comunidades. Igualmente, normas de calidad existente (Ej ISO 14000) fueron estudiadas para mejorar el procedimiento y la calidad de los servicios de la empresa y sus empleados, así como estar preparados para ser evaluados por entidades externas e internas.

Por lo tanto, el compromiso ambiental de C&M estará regido por los siguientes principios:

- Manejar de manera sustentable todos los materiales, sean estos de plástico o papel, al igual que los desechos sólidos y, sobretodo, se buscara reducirlos anualmente. En este aspecto se destaca tomar las siguientes acciones:
 - Minimizar el uso de papel. Esto podría ser que las comunicaciones con nuestros clientes deberán ser más eficaces a través del Internet, y de mensajerías y/o comunicación por teléfono. El uso de papel se dará solo en temas exclusivos e importantes; por ejemplo documentos de carácter legal.

- Se utilizará materiales re-usables, cuando sea posible, dentro de las instalaciones sin comprometer los estándares de seguridad e higiene, servicio al cliente y expectativas, además de no contrarrestar otros intereses ambientales y de seguridad.
- Con relación al reciclaje, C&M está comprometido a usar al máximo materiales reciclados en el equipamiento y operaciones necesarias.
- Disminuir el consumo de energía eléctrica y amortiguar los cambios climáticos con las siguientes medidas que serán implementadas dentro de la oficina de C&M:
 - Instalación de sistemas de control de iluminación eficientes como lámparas ahorradoras, lámparas fluorescentes lineales, detectores de presencia o de apagado automático.
 - Zonificación de la iluminación (encendido y apagado por zonas). Siempre que sea posible se apagaran por el día las lámparas situadas en zonas cercanas a las ventanas.
 - Utilización de colores claros en paredes, techos, pisos y mobiliario.
 - Limpieza periódica de las luminarias, lo que ayudara a mejorar la calidad de la iluminación y el ahorro de energía eléctrica.
 - Desconexión, al terminar el día, de equipos eléctricos como: computadoras, copiadora, cafetera, despachador de agua, impresora y el horno de microondas. Si se trabaja durante la noche, solo se iluminara las áreas que necesiten y se apagaran los equipos que no sean indispensables.
 - Se apagaran los equipos eléctricos cuando no estén en uso durante las horas de oficina. (Ej. Fotocopiadoras, impresoras). Igualmente, se apagaran los monitores de las computadoras si no están en uso. El uso adecuado y moderado del Internet para la comunicación entre los empleados y para con el cliente jugará un papel importante para este fin.
 - Se solicitará a las últimas personas en retirarse de la oficina que apaguen las luces o den aviso para que se apaguen cuando hayan terminado sus tareas.

- En tiempo de fiestas (Ej. Navidad) se evitará el uso de luces decorativas, ya que suelen ser de alto riesgo y, además es un consumo innecesario de energía eléctrica.
 - El ahorro de energía a través de los aires acondicionados contribuirá a la reducción de CO2. Se ajustará el termostato del aire acondicionado a 24 grados centígrados. Nuestro lema ambiental será el “Crecer nuestro negocio, sin aumentar nuestra huella de carbono”.
 - En cuanto al agua potable, ésta se ahorrará de la mejor manera y se utilizará eficientemente.
-
- Se fomentará una cultura del cuidado del medio ambiente con nuestros clientes.
 - Se educará, capacitará y comunicará a todos sus empleados en forma periódica de todos los elementos concernientes con el medio ambiente.

X.B. Entorno Natural

Una empresa es responsable de cumplir con todas las disposiciones legales, sean estas laborales, fiscales, económicas y ambientales. La gran responsabilidad social de las empresas es mantenerse activas, rentables, compitiendo y produciendo en el mercado, porque cuando una empresa es rentable no solo produce beneficio para sus dueños y accionistas, si no también genera beneficios sociales, tales como nuevas oportunidades de empleo, utilidades económicas, la provisión de bienes y servicios, y el respeto al medio ambiente.

En este último aspecto, el respeto al medio ambiente se puede dar a través del seguimiento de normas de calidad, nacionales e internacionales, y a la aplicación de leyes y regulaciones ambientales, a fin de realizar lo correcto, aportar a la comunidad, e integrar prioridades sociales y ambientales a nuestros clientes.

Castagneto y Macías es una empresa preocupada por el futuro de las siguientes generaciones; por lo tanto, el compromiso de C&M comprende una responsabilidad hacia el medio ambiente y todo lo que conlleva la preservación del mismo, bajo una responsabilidad social y ambiental.

X.C. Resultados logrados

Teniendo en consideración que el desarrollo económico debe y tiene que estar vinculado al progreso humano, social, y a la responsabilidad medioambiental, en Castagneto&Macias, se ha logrado un compromiso social y ambiental, tanto a nivel interno como externo de la organización. Es por ello que la responsabilidad social empresarial de C& M será manejada desde un enfoque integrado que abarca tres dimensiones: social, económica y ambiental.

Castagneto y Macías reconoce la responsabilidad en el mejoramiento del ambiente, no como respuesta a los requerimientos exigidos por normas jurídicas e imposiciones gubernamentales, sino del convencimiento de que la sensibilidad empresarial hacia el medio ambiente supone beneficios directos que, en general, optimizan su competitividad y tiene un reconocimiento en la sociedad. Es por ello que ahora se ha logrado una lista de principios y acciones que deben cumplirse al interior de la empresa, pero además estará en mejor capacidad de llevar adelante Procesos para el reclutamiento, selección, capacitación y coaching de sus clientes.

La gestión ambiental forma ahora parte de uno de los pilares de esta empresa para asegurar la sustentabilidad del negocio y de los clientes con los que opera. Por lo tanto, una de las metas es procurar la sostenibilidad y responsabilidad en el ámbito de negocio, e ir generando valor económico, social y ambiental simultáneamente.

El enfoque de sostenibilidad está orientado por los principios que rigen a la empresa Castagneto y Macías, y por los objetivos establecidos de la empresa con relación al mantenimiento de un ambiente sano, con calidad, y con un estilo saludable. Los directivos

de la empresa cuentan con factores críticos de éxito basados en temas de sostenibilidad y serán evaluados conforme a su cumplimiento, y el personal está capacitado para enfrentar estos nuevos retos y asumir con responsabilidad las obligaciones y tareas que en adelante serán implementadas.

El coaching ayudó a la reflexión y el descubrimiento de nuestra forma de mirar, y de nuestra forma de entender el mundo como anteriormente ya fue explicado. Este aprendizaje experiencial aportó la posibilidad de entrenar, de simular, de probar, de equivocarse, de mejorar en situaciones simuladas nuestra respuesta, para que, cuando llegue la verdadera oportunidad, nosotros podamos responder de la mejor manera posible.

Al término de esta experiencia, la imagen profesional descansa en una serie de competencias y principios, todas ellas relacionadas con la inteligencia emocional. El coaching y el aprendizaje experiencial han permitido el entrenamiento y la mejora de todas y cada una de esas competencias, y por tanto, un desarrollo de nuestra inteligencia emocional.

El saber vender, el saber transmitir, el saber comunicar, con pasión, con entusiasmo, con confianza, aquello que nosotros sabemos hacer, aquello que nosotros podemos aportar, es algo de lo que tenemos que preocuparnos, desde ya. De nada nos sirve ser buenísimos consultores, o buenísimos ingenieros, o buenísimos expertos medioambientales, si el otro, si el mercado, no se entera y no se convence de que eso es así, de que nosotros somos valiosos y de que generamos y aportamos valor añadido esencial para su crecimiento.

CAPITULO XI

CONCLUSIONES

Y

RECOMENDACIONES

CAPITULO XI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

XI.A. Conclusiones

Mediante el desarrollo del trabajo de culminación de carrera, se logra cumplir con el objetivo específico de Crear un departamento de Externalización de Procesos para el reclutamiento, selección, capacitación y coaching para la empresa Castagneto & Macías S.A. de la ciudad Guayaquil.

Brindar servicios de capacitación enfocados a las exigencias que las empresas requieren.

A través de las encuestas se refleja que las empresas si necesitan seleccionar personal altamente preparado y en capacidad de medir su desempeño.

La propuesta es factible y económicamente rentable, ya que es inminente la necesidad de aplicar un diagnóstico de necesidad de capacitación (DNC) para que reciban un entrenamiento específico en las áreas que deben fortalecer. Tomando en consideración que en el mercado si hay una gran demanda que requiere de personas competentes.

Que el externalizar servicios siempre es y será un factor de economía para las empresas, ya que solo centran su atención en la misión de la misma.

XI.B. Recomendaciones

A continuación las siguientes recomendaciones como una consecuencia del estudio y el análisis realizado al presente proyecto:

- Estar al tanto de las necesidades y requerimientos de los clientes con la finalidad de ampliar nuestro portafolio hacia nuevos servicios, para lo que es importante estar pendientes de las acciones de la competencia en lo referente a ver tendencias, temas de actualidad, innovación tecnológica y tarifas.
- Preocuparnos siempre la optimización de los costos, para de esta forma poder ofrecer precios competitivos.
- Actualizar al personal que labora en el área administrativa y facilitadores, a fin de estar a la vanguardia tecnológica del sector con la finalidad de captar nuevos clientes y mantener satisfechos a los actuales.
- Se deberá mantener un plan de motivación para el personal operativo, a fin de que haya una predisposición total al régimen laboral, que les permita a su vez estar prestos a brindar nuestros servicios en el tiempo y lugar que el cliente lo requiera.
- Incorporar como política la calidad del servicio al cliente, con el objetivo de obtener en los próximos años una certificación ISO, que asegure el control de calidad en todo el proceso.
- La preservación del entorno, el hábitat natural y el medio ambiente son de las principales preocupaciones y de los mayores desafíos que enfrenta la sociedad actualmente. Estos temas han ido conformando una conciencia social ecológica que exige respeto de los seres humanos hacia el planeta y que se reflejan en el accionar cotidiano de todos los entes que en él habitan.

- Por lo tanto, trabajar con sentido de responsabilidad implica comprender las perspectivas y necesidades de nuestros clientes, colaborar con expertos para entender cuestiones y oportunidades, así como insertar a la gente en nuestro sistema, e inducir a los empleados de la empresa a conducirse conforme a los valores esenciales de la misma.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

John C. Maxwell. El ABC de las Relaciones. México, V & R Ediciones (2010)

Barry J.Smith & Brian L. Delahaye. El ABC de la Capacitación Práctica.
México. Interamericana de México S.A. de C.V. McGraw-Hill (2008)

Michael Robert & Carlos Dias. Estrategia Pura y Simple: Cómo las empresas ganadoras se imponen sus competidores. México. McGraw-Hill Interamericana Editores S.A. de C.V.(2009)

Jean-Marie Peretti. Todos Somos Directores de Recursos Humanos. España. Gestión 2000. (2008)

Fuentes de Artículos:

Edgar Eslava. Mentoring y Coaching: Las Nuevas Competencias gerenciales en el siglo XXI. Revista América Economía. Volumen 9 (2012)

Salas, D. Ecuador Diverso en Ecosistemas. Revista Línea Azul. Volumen 5. (2013)
<http://www.scribd.com/doc/48632369/ECOSISTEMAS-DEL-ECUADOR>

ANEXOS

$$n = Z_{\alpha}^2 \frac{N \cdot p \cdot q}{i^2 (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}$$

Población conocida			
<table border="1" style="margin: auto;"> <tr> <th>Tamaño muestral</th> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">72</td> </tr> </table>	Tamaño muestral	72	z 1,96 (a=0,05) 2,58 (a=0,01) 1,96
	Tamaño muestral		
	72		
	p (frecuencia esperada del parámetro)	0,9	
	i (error que se prevee cometer)	0,05	
	Población	150	

n	Tamaño muestral
N	Tamaño de la población, número total de historias.
Z	Valor correspondiente a la distribución de Gauss 1,96 para $\alpha = 0,05$ y 2,58 para $\alpha = 0,01$.
p	Prevalencia esperada del parámetro a evaluar. En caso de desconocerse, aplicar la opción más desfavorable ($p=0,5$), que hace mayor el tamaño muestral.
q	$1-p$ (Si $p=30\%$, $q=70\%$)
i	Error que se prevé cometer. Por ejemplo, para un error del 10%, introduciremos en la fórmula el valor 0,1. Así, con un error del 10%, si el parámetro estimado resulta del 80%, tendríamos una seguridad del 95% (para $\alpha = 0,05$) de que el parámetro real se sitúa entre el 70% y el 90%. Vemos, por tanto, que la amplitud total del intervalo es el doble del error que introducimos en la fórmula.

Fuente: Elaboración del Autor

<u>Presupuesto e Inversiones</u>		
Detalle De La Inversión		
Aporte De Los Socios		\$ 1.500,00
Financiamiento Bancario		\$ 6.500,00
Total De La Inversión		\$ 8.000,00
Distribución De La Inversión		
Descripción	Cantidad	Total
EQUIPOS DE COMPUTACION		\$ 1.500
MUEBLES Y SUMINISTROS DE OFICINA		\$ 5.000
MUEBLES DE OFICINA		\$ 2.000
ENSERES Y SUMINISTROS		\$ 3.000
TOTAL INVERSION ACTIVOS FIJOS		\$ 6.500
Descripción		
TOTAL INVERSION DISTRIBUIDA		\$ 6.500,00
SALDO EN CAJA		\$ 1.500,00

Fuente: Elaboración del Autor

PRESTAMO BANCARIO A LARGO PLAZO

Tasa de Interés

10,50%

AÑO	CAPITAL	INTERES	DIVIDENDO	SALDO
31/12/2009				\$ 6.500,00
2013	\$ 2.166,67	\$ 682,50	\$ 2.849,17	\$ 4.333,33
2014	\$ 2.166,67	\$ 455,00	\$ 2.621,67	\$ 2.166,67
2015	\$ 2.166,67	\$ 227,50	\$ 2.394,17	\$ 0,00
SUMAN	\$ 6.500,00	\$ 1.365,00	\$ 7.865,00	

APORTACION DE SOCIOS	\$ 1.500,00
-----------------------------	--------------------

TOTAL DE CAPITAL	\$ 8.000,00
-------------------------	--------------------

Fuente: Elaboración del Autor

DEPRECIACION Y AMRTIZACIONES

ACTIVOS FIJOS

ITEMS	%	COSTO		DEPRECIACIONES					Suman
		HISTORICO	2013	2014	2015	2016	2017		
OFICINA	5%		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
EQUIPOS DE COMPUTACION	33%	\$ 1.500	\$ 500	\$ 500	\$ 500				\$ 1.500
MUEBLES DE OFICINA Y ENSERES	10%	\$ 5.000	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 7.500
VEHICULO	20%	\$ 18.000	3.600	\$ 3.600	\$ 3.600	\$ 3.600	\$ 3.600	\$ 3.600	\$ 36.000
									\$ 0
SUMAN		\$ 24.500	4.600	\$ 4.600	\$ 4.600	\$ 4.100	\$ 4.100	\$ 4.100	\$ 46.500
SUMAN ACUMULADOS			\$ 4.600	\$ 9.200	\$ 13.800	\$ 17.900	\$ 22.000		\$ 68.500

ACTIVOS DIFERIDOS

ITEMS	%	COSTO		AMORTIZACIONES					Suman
		HISTORICO	2013	2014	2015	2016	2017		
		-	-	-	-	-	-	-	-
SUMAN		-	-	-	-	-	-	-	-
SUMAN ACUMULADOS			-	-	-	-	-	-	-

Fuente: Elaboración del Autor

Castagneto
Alcívar

GASTOS FIJOS MENSUALES													
	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	TOTAL C/U
Servicios Básicos	\$ 234,00	\$ 702,00	\$ 712,00	\$ 772,00	\$ 772,00	\$ 772,00	\$ 772,00	\$ 772,00	\$ 772,00	\$ 772,00	\$ 772,00	\$ 772,00	\$ 8.596,00
Telefono/Internet	\$ 132,00	\$ 132,00	\$ 132,00	\$ 132,00	\$ 132,00	\$ 132,00	\$ 132,00	\$ 132,00	\$ 132,00	\$ 132,00	\$ 132,00	\$ 132,00	
Luz	\$ 90,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	
Agua	\$ 12,00	\$ 120,00	\$ 130,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	
Materiales y suministros de oficina	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 600,00
Mantenimiento de vehiculo	\$ 200,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 750,00
Periodicos y Revistas	\$ 120,00			\$ 120,00			\$ 120,00			\$ 120,00			\$ 480,00
Permisos de Funcionamiento	\$ 482,75	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 482,75
Bomberos	\$ 100,00												\$ 100,00
Tasa de Habilitacion	\$ 12,75												\$ 12,75
Camara de Turismo	\$ 150,00												\$ 150,00
Municipio	\$ 100,00												\$ 100,00
Pago Patente Anual	\$ 20,00												\$ 20,00
Sanidad	\$ 100,00												\$ 100,00
Cuota Inicial							\$ 100,00						\$ 100,00
Seguros	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 180,00

GASTOS FIJOS MENSUALES	4%		4%		4%	
	2013	2014	2015	2016	2017	
Servicios Básicos	\$ 8.596,00	8.939,84	9.297,43	9.669,33	10.056,10	
Material y suministros de oficina	\$ 600,00	624,00	648,96	674,92	701,92	
Mantenimiento de vehiculo	\$ 750,00	780,00	811,20	843,65	877,39	
Periodicos y Revistas	\$ 480,00	499,20	519,17	539,93	561,53	
Suman	\$ 10.426,00	\$ 10.843,04	\$ 11.276,76	\$ 11.728	\$ 12.196,95	
Permisos de Funcionamiento	\$ 482,75	\$ 482,75	\$ 502,06	\$ 522,14	\$ 543,03	
Seguros ROSANT S.A	\$ 280,00	\$ 180,00	\$ 187,20	\$ 195	\$ 202	

Fuente: Elaboración del Autor

Fuente: Elaboración del Autor

SUELDOS, SALARIOS, BENEFICIOS DEL PERSONAL													
% empleado	9,35%												
% patronales	12,15%												
	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	TOTAL C/
GERENTE GENERAL													
sueldo fijo	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 18.000,00
subtotal	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 18.000,00
IESS (paga empleado)	\$ 140,25	\$ 140,25	\$ 140,25	\$ 140,25	\$ 140,25	\$ 140,25	\$ 140,25	\$ 140,25	\$ 140,25	\$ 140,25	\$ 140,25	\$ 140,25	\$ 1.683,00
aportes patronales (IESS)	\$ 182,25	\$ 182,25	\$ 182,25	\$ 182,25	\$ 182,25	\$ 182,25	\$ 182,25	\$ 182,25	\$ 182,25	\$ 182,25	\$ 182,25	\$ 182,25	\$ 2.187,00
TOTAL A PAGAR	\$ 1.359,75	\$ 1.359,75	\$ 1.359,75	\$ 1.359,75	\$ 1.359,75	\$ 1.359,75	\$ 1.359,75	\$ 1.359,75	\$ 1.359,75	\$ 1.359,75	\$ 1.359,75	\$ 1.359,75	\$ 16.317,00
13vo sueldo												\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
14 sueldo				\$ 218,00									\$ 218,00
fondos reserva												\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
vacaciones												\$ 750,00	\$ 750,00
	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	TOTAL C/
PRESIDENTE													
sueldo fijo	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 18.000,00
subtotal	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 18.000,00
IESS (paga empleado)	\$ 140,25	\$ 140,25	\$ 140,25	\$ 140,25	\$ 140,25	\$ 140,25	\$ 140,25	\$ 140,25	\$ 140,25	\$ 140,25	\$ 140,25	\$ 140,25	\$ 1.683,00
aportes patronales (IESS)	\$ 182,25	\$ 182,25	\$ 182,25	\$ 182,25	\$ 182,25	\$ 182,25	\$ 182,25	\$ 182,25	\$ 182,25	\$ 182,25	\$ 182,25	\$ 182,25	\$ 2.187,00
TOTAL A PAGAR	\$ 1.359,75	\$ 1.359,75	\$ 1.359,75	\$ 1.359,75	\$ 1.359,75	\$ 1.359,75	\$ 1.359,75	\$ 1.359,75	\$ 1.359,75	\$ 1.359,75	\$ 1.359,75	\$ 1.359,75	\$ 16.317,00
13vo sueldo												\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
14 sueldo				\$ 218,00									\$ 218,00
fondos reserva												\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
vacaciones												\$ 750,00	\$ 750,00

Castagneto
Alcívar

	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	TOTAL C/U
ASISTENTE DE GERENCIA													
sueldo fijo	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00
subtotal	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00
IESS (paga empleado)	\$ 37,40	\$ 37,40	\$ 37,40	\$ 37,40	\$ 37,40	\$ 37,40	\$ 37,40	\$ 37,40	\$ 37,40	\$ 37,40	\$ 37,40	\$ 37,40	\$ 448,80
aportes patronales (IESS)	\$ 48,60	\$ 48,60	\$ 48,60	\$ 48,60	\$ 48,60	\$ 48,60	\$ 48,60	\$ 48,60	\$ 48,60	\$ 48,60	\$ 48,60	\$ 48,60	\$ 583,20
TOTAL A PAGAR	\$ 362,60	\$ 362,60	\$ 362,60	\$ 362,60	\$ 362,60	\$ 362,60	\$ 362,60	\$ 362,60	\$ 362,60	\$ 362,60	\$ 362,60	\$ 362,60	\$ 4.351,20
13vo sueldo												\$ 400,00	\$ 400,00
14 sueldo				\$ 218,00									\$ 218,00
fondos reserva												\$ 400,00	\$ 400,00
vacaciones												\$ 200,00	\$ 200,00

	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	TOTAL C/U
ANALISTA ADMINISTRATIVO													
sueldo fijo	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 9.600,00
subtotal	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 9.600,00
IESS (paga empleado)	\$ 74,80	\$ 74,80	\$ 74,80	\$ 74,80	\$ 74,80	\$ 74,80	\$ 74,80	\$ 74,80	\$ 74,80	\$ 74,80	\$ 74,80	\$ 74,80	\$ 897,60
aportes patronales (IESS)	\$ 97,20	\$ 97,20	\$ 97,20	\$ 97,20	\$ 97,20	\$ 97,20	\$ 97,20	\$ 97,20	\$ 97,20	\$ 97,20	\$ 97,20	\$ 97,20	\$ 1.166,40
TOTAL A PAGAR	\$ 725,20	\$ 725,20	\$ 725,20	\$ 725,20	\$ 725,20	\$ 725,20	\$ 725,20	\$ 725,20	\$ 725,20	\$ 725,20	\$ 725,20	\$ 725,20	\$ 8.702,40
13vo sueldo												\$ 800,00	\$ 800,00
14 sueldo				\$ 218,00									\$ 218,00
fondos reserva												\$ 800,00	\$ 800,00
vacaciones												\$ 400,00	\$ 400,00

Fuente: Elaboración del Autor

Castagneto
Alcívar

	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	TOTAL CIU
CONTADOR													
sueldo fijo	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 7.200,00
subtotal	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 7.200,00
IESS (paga empleado)	\$ 56,10	\$ 56,10	\$ 56,10	\$ 56,10	\$ 56,10	\$ 56,10	\$ 56,10	\$ 56,10	\$ 56,10	\$ 56,10	\$ 56,10	\$ 56,10	\$ 673,20
aportes patronales (IESS)	\$ 72,90	\$ 72,90	\$ 72,90	\$ 72,90	\$ 72,90	\$ 72,90	\$ 72,90	\$ 72,90	\$ 72,90	\$ 72,90	\$ 72,90	\$ 72,90	\$ 874,80
TOTAL A PAGAR	\$ 543,90	\$ 543,90	\$ 543,90	\$ 543,90	\$ 543,90	\$ 543,90	\$ 543,90	\$ 543,90	\$ 543,90	\$ 543,90	\$ 543,90	\$ 543,90	\$ 6.526,80
13vo sueldo												\$ 600,00	\$ 600,00
14 sueldo				\$ 218,00									\$ 218,00
fondos reserva												\$ 600,00	\$ 600,00
vacaciones												\$ 300,00	\$ 300,00

SUELDOS Y SALARIOS ANUAL					
INCREMENTO DE SUeldo ANUAL		4%	4%	4%	4%
	2013	2014	2015	2016	2017
SUELDOS/SALARIOS	\$ 45.687,60	\$ 47.515,10	\$ 49.415,71	\$ 51.392,34	\$ 53.448,03
GERENTE GENERAL	\$ 16.317,00	\$ 16.969,68	\$ 17.648,47	\$ 18.354,41	\$ 19.088,58
PRESIDENTE	\$ 16.317,00	\$ 16.969,68	\$ 17.648,47	\$ 18.354,41	\$ 19.088,58
ASISTENTE DE GERENCIA	\$ 4.351,20	\$ 4.525,25	\$ 4.706,26	\$ 4.894,51	\$ 5.090,29
ANALISTA ADMINISTRATIVO	\$ 8.702,40	\$ 9.050,50	\$ 9.412,52	\$ 9.789,02	\$ 10.180,58
CONTADOR	\$ 6.526,80	\$ 6.787,87	\$ 7.059,39	\$ 7.341,76	\$ 7.635,43
BENEFICIOS SOCIALES	\$ 5.808,00	\$ 6.040,32	\$ 6.281,93	\$ 6.533,21	\$ 6.794,54
Décimos	\$ 4.308,00	\$ 4.480,32	\$ 4.659,53	\$ 4.845,91	\$ 5.039,75
Vacaciones	\$ 1.500,00	\$ 1.560,00	\$ 1.622,40	\$ 1.687,30	\$ 1.754,79
OTROS	\$ 3.207,60	\$ 6.335,90	\$ 6.589,34	\$ 6.852,91	\$ 7.127,03
12.15% Aporte Patronal	\$ 3.207,60	\$ 3.335,90	\$ 3.469,34	\$ 3.608,11	\$ 3.752,44
Fondos de Reserva		\$ 3.000,00	\$ 3.120,00	\$ 3.244,80	\$ 3.374,59
Suman	\$ 54.703,20	\$ 59.891,33	\$ 62.286,98	\$ 64.778,46	\$ 67.369,60

Fuente: Elaboración del Autor

COSTO CAPITAL PROMEDIO PONDERADO O TREMA + PREMIO A RIESGO

$$\text{TREMA} = (\text{EB} \times \text{TB}) \times (1 - \text{IR}) + (\text{AA} \times \text{CO}) + \text{PR}$$

EB = PORCENTAJE DE LA DEUDA QUE SERA FINANCIADO POR EL BANCO (CFN)

TB= TASA OFRECIDA POR EL BANCO CFN

IR = IMPUESTO A LA RENTA

AA = PORCENTAJE DE LA DEUDA TOTAL QUE LOS ACCIONISTAS APORTAN

CO = COSTO DE OPORTUNIDAD (10%) + RIEGO ASUMIDO (50%) + RIESGO PAIS (3000 PUNTOS = 30%)

PR = PREMIO AL RIESGO

COSTO CAPITAL PROMEDIO PONDERADO O TREMA			
BANCO	0,23	10,50%	0,024
ACCIONISTAS	0,05	90%	0,045
IMPUESTO A LA RENTA	0,88		

PREMIO AL RIESGO	4,27%
RENDIMIENTO PROMEDIO DE PROYECTOS	7,00%
(-)TASA LIBRE DE RIESGO	2,73%

TREMA	10,90%
--------------	---------------

Fuente: Elaboración del Autor