PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR - MATRIZ

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

PROPUESTA DE CREACIÓN DE UN NEGOCIO ESPECIALIZADO EN GRAFOLOGÍA, POLIGRAFÍA Y PRUEBAS PSICOTÉCNICAS

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL

JUAN CARLOS NAVAS GUANOLUISA

DIRECTOR: CPA. ING. IDRIAN ESTRELLA, MGTR.

QUITO, MAYO 2016

DIRECTOR:

CPA. Ing. Idrian Estrella, Mgtr.

INFORMANTES:

Mgtr. Paulina Mancheno

Ing. Walter Lituma

DEDICATORIA

A Dios que a su lado todo es posible.

A la vida que me ha enseñado a nunca rendirme.

A mi familia y amigos si bien este logro es personal, es por ustedes que estoy aquí, a su lado todo lo puedo lograr.

Juan Carlos Navas

AGRADECIMIENTO

A mis profesores, gracias por su tiempo, conocimiento y apoyo, sin ellos este proyecto y este momento no hubiera sido posible.

A mis padres, sin su amor y sacrificio, nada de esto sería posible, gracias por su apoyo en estos años, yo todo lo hago para ustedes.

A mi hermano, gracias por tu tiempo y comprensión, las largas noches fueron más fáciles con tu compañía.

A mis amigos, gracias por dejarme compartir con ustedes todos estos años, siempre les agradeceré su apoyo, los consejos y los buenos momentos.

Juan Carlos Navas

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN, 1

1 ANTECEDENTES, 2

1.1 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO, 2
1.2 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO, 3
1.2.1 Objetivos, 4
1.2.1.1 Generales, 4
1.2.1.2 Específicos, 4
1.3 ENTORNO LEGAL, 4
1.3.1 Entorno legal uso del polígrafo, 4
1.3.2 Entorno legal grafología, 7

2 INVESTIGACIÓN DE MERCADO, 9

2.1 ANÁLISIS EXTERNO, 9
2.1.1 Productos sustitutos, 10
2.1.2 Amenaza de nuevos competidores, 11
2.1.3 Inexistencia de servicios sustitutos, 11
2.1.4 Inversión, 11
2.1.5 Giro del negocio, 12
2.1.6 Oferta en el mercado, 12
2.2 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA, 12
2.2.1 Competidores relevantes, 12
2.3 DEFINICIÓN DEL SEGMENTO DEL MERCADO, 15
2.3.1 Macro Segmentación, 17
2.3.1.1 Selección de mercado de referencia, 18
2.3.1.2 Mercado de Referencia, 20
2.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA, 21
2.4.1 Determinación de la población, 21
2.4.2 Unidad de análisis, 22
2.4.3 Delimitación de la población, 22
2.4.4 Proyección de la demanda, 23
2.4.5 Tabulación de resultado de encuestas, 23
2.4.6 Análisis resultado de encuestas, 29
2.5 MEZCLA DE MERCADOTECNIA, 30
2.5.1 Producto, 30
2.5.2 Precio, 31
2.5.3 Plaza, 32
2.5.4 Promoción, 33

3 ESTUDIO TÉCNICO - PLAN ESTRATÉGICO, 35

3.1 PLAN ESTRATÉGICO, 35
3.1.1 Misión, 35
3.1.2 Visión, 36
3.1.3 Valores y Principios, 37
3.1.3.1 Valores, 37
3.1.3.2 Principios, 38
3.1.4 Objetivos Estratégicos, 38
3.1.5 Análisis Interno FODA, 40
3.2 ESTUDIO TÉCNICO, 40
3.2.1 Macro Localización, 43
3.2.2 Micro Localización, 43
3.3 ORGANIZACIÓN, 47
3.3.1 Estructura Organizacional, 47
3.4 INGENIERÍA DEL PROYECTO, 61
3.4.1 Descripción de los servicios, 62
3.4.2 Mapa de procesos, 66
3.4.2.1 Procesos Primario, 67
3.4.2.2 Procesos de apoyo, 75
3.4.2.3 Procesos Gerenciales, 78

4 ANÁLISIS FINANCIERO, 81

4.1 PRESUPUESTO DE VENTAS, 82
4.1.1 Presupuesto de ventas anual, 82
4.2 FINANCIAMIENTO, 88
4.3 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN, 88
4.3.1 Depreciación, 88
4.4 PRESUPUESTO DE GASTO PERSONAL, 90
4.5 PRESUPUESTO DE GASTOS OPERATIVOS, 92
4.5.1 Presupuesto de Gastos Administrativos, 92
4.5.2 Presupuesto Gasto de Ventas, 92
4.6 PRESUPUESTO DE CAJA, 96
4.7 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO, 98
4.8 BALANCE GENERAL, 100
4.9 INDICADORES ECONÓMICOS Y FINANCIEROS, 102
4.9.1 Indicadores de liquidez, 102
4.9.1.1 Capital de trabajo, 102
4.9.1.2 Razón corriente, 103
4.9.2 Indicadores de eficiencia, 103
4.9.2.1 Rentabilidad sobre ventas, 104
4.9.2.2 Rentabilidad sobre activos, 104
4.9.2.3 Rentabilidad sobre patrimonio, 105
4.9.3 Indicadores de productividad, 105
4.9.3.1 Índice de Crecimiento en ventas, 105
4.9.3.2 Valor actual neto, 106
4.9.3.3 Tasa Interna de Retorno (TIR), 107
4.10 PUNTO DE EQUILIBRIO, 107

5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES, 108

5.1 CONCLUSIONES, 108
5.2 RECOMENDACIONES, 109

REFERENCIAS, 111

ANEXOS, 113

Anexo 1: Servicios Ofrecidos, 114
Anexo 2: Equipos, 116
Anexo 3: Encuestas, 118

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Tabla de precios por servicios, 32
Tabla 2: Objetivos Estratégicos, 39
Tabla 3: Análisis FODA, 40
Tabla 4: Lista de Proveedores, 42
Tabla 5: Directorio, 50
Tabla 6: Presidente Ejecutivo, 51
Tabla 7: Departamento de ventas, 52
Tabla 8: Técnico de servicios, 53
Tabla 9: Personal de ventas, 54
Tabla 10: Departamento de contabilidad, 55
Tabla 11: Auxiliar de contabilidad, 56
Tabla 12: Auxiliar de Cobranzas, 57
Tabla 13: Técnico de soporte, 58
Tabla 14: Auxiliar de soporte, 59
Tabla 15: Departamento Administrativo Auxiliar, 60
Tabla 16: Mensajero, 61
Tabla 17: Supuestos, 82
Tabla 18: Presupuesto de Ventas, 84
Tabla 19: Inversiones, 89
Tabla 20: Presupuesto gasto personal, 91
Tabla 21: Presupuesto de Gasto Administrativo, 94
Tabla 22: Presupuesto gasto de ventas, 95
Tabla 23: Presupuesto de caja, 97
Tabla 24: Estado de resultados proyectado, 99
Tabla 25: Balance General, 101
Tabla 26: Capital de trabajo, 103
Tabla 27: Razón Corriente, 103
Tabla 28: Rentabilidad sobre ventas, 104
Tabla 29: Rentabilidad sobre activos, 105
Tabla 30: Rentabilidad sobre patrimonio, 105
Tabla 31: Índice de crecimiento de ventas, 106
Tabla 32: VAN, 106
Tabla 33: Punto de equilibrio en unidades, 107
Tabla 34: Punto de equilibrio en dólares, 107

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Puntos de análisis de información personal, 6
Figura 2: Análisis completo de un candidato, 8
Figura 3: Distribución de la Población de Quito, 15
Figura 4: Población activa económicamente en Quito, 16
Figura 5: Ocupación sector económico sector Eugenio Espejo, 19
Figura 6: Ocupación sector económico sector Eloy Alfaro, 19
Figura 7: Número de establecimientos/negocios por actividad económica, 20
Figura 8: Encuesta – Primera Pregunta, 24
Figura 9: Encuesta – Segunda Pregunta, 25
Figura 10: Encuesta – Tercera Pregunta, 26
Figura 11: Encuesta – Cuarta Pregunta, 27
Figura 12: Encuesta – Quinta Pregunta, 28
Figura 13: Encuesta – Sexta Pregunta, 29
Figura 14: Lista de servicios ofrecidos, 31
Figura 15: Canal de distribución directa, 33
Figura 16: Ubicación Zona Iñaquito, 46
Figura 17: Organigrama, 49
Figura 18: Mapa de procesos, 66

RESUMEN EJECUTIVO

El tema de la presente, es presentar una propuesta para la creación de una empresa dedicada a la prestación de servicios de grafología, poligrafía y pruebas psicotécnicas, enfocadas en la contratación de personal para empresas y de servicios particulares si alguna persona lo solicita, la empresa estará ubicada en la ciudad de Quito y prestara sus servicios en esta ciudad, posteriormente se analizaran las opciones y el crecimiento que se experimente, con el fin de llegar a otras ciudades importantes del país .

Esta tesis se ha enfocado, en que el proyecto presentado pueda optimizar recursos y que sus esfuerzos estén centrados en la venta; en llegar a más clientes a través de una gestión que permita posicionarnos en el mercado y en una propuesta de servicios diferentes a la competencia

El mercado objetivo del proyecto será las empresas ubicadas en la ciudad de Quito, indistintamente de su cantidad de personal o actividad que se realice, principalmente enfocados en las empresas privadas. Y a toda persona que de igual manera desee contratar nuestros servicios de manera particular.

Actualmente se debe optimizar recursos y el personal es uno de los más importantes, conocer la calidad de las personas que se está trabajando, ya sea intelectualmente o características personales como la honestidad y la responsabilidad, se convierten determinantes en la contratación de personal y ahí es donde este proyecto entra en la seguridad de un trabajo

bien hecho que garantice que cada empresa tenga personal que busca y necesita para lograr sus objetivos y este identificados con sus políticas institucionales.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad el proceso de selección de personal, se ha convertido en algo muy importante, se ha prestado mucha atención al talento humano, a las actitudes y aptitudes que tienen los individuos, a su forma de adaptarse y desenvolverse en sus cargos y actividades de trabajo; y es que para cada cargo las empresa buscan un perfil específico para ocupar dicho puesto.

El proceso actual de contratación del nuevo personal necesita ir un poco más lejos y es que ahora no solo se evalúa el conocimiento de cada persona; si no también, la forma en la cual se puede adaptar a un equipo de trabajo o un ambiente bajo presión; así también, se necesita saber que tan confiable puede llegar a ser una persona dependiendo si la empresa interesada en contratar al personal maneja valores o información confidencial. Todos estos análisis lo que buscan es mantener un personal apto y a fin con lo que busca cada empresa para el cumplimiento de sus objetivos.

Es debido a la importancia en el actual proceso de selección de muchas empresas, que nuestro objetivo y razón de ser de nuestro proyecto es poder ayudar mediante la prestación de nuestros servicios en encontrar la persona que se adecue mejor al perfil de cada puesto. Nuestro objetivo es claro y es ser la primera y mejor opción en el mercado cuando se requería el servicio de grafología, poligrafía o evaluación mediante pruebas psicotécnicas.

1 ANTECEDENTES

1.1 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

Nuestra empresa se constituirá en el años 2016 cuya ubicación será en la ciudad de Quito y está enfocado en proveer servicios que ayuden a las empresas en los procesos de selección de personal, el cual hoy en día se ha vuelto un proceso importante en las organizaciones; siendo esto el objetivo principal de nuestro negocio, proveyendo a las empresas nuestros servicios de selección de personal a través de las de técnicas grafología, poligrafía y pruebas psicotécnicas.

La correcta selección del personal ayuda a la organización en la mejora de su la calidad de servicio; hoy en día un factor muy importante en la retención y captación de nuevos clientes.

En cuanto a costos, la selección correcta del personal ayuda a minorar la rotación de los empleados, lo cual es un ahorro en capacitación y tiempo; minorando reproceso y manteniendo personal comprometidos con los objetivos y dirección de la organización. A través de estos beneficios queremos llegar con nuestra oferta de servicio y ser el principal proveedor y primera opción en cuanto a técnicas de selección de personal y búsqueda de talento humano.

La propuesta de negocio planteada, busca ser rentable en el tiempo ofreciendo un servicio de calidad, que nos permita aumentar nuestra cartera de clientes no solo en Quito, también buscando expandirnos a varias provincias, con la finalidad de seguir creciendo.

1.2 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

El presente trabajo se realizará con la finalidad de que la propuesta planteada de negocio se pueda desenvolver con la oferta y demanda que exista en el mercado actual; estableciendo estrategias que permita captar clientes y políticas que sirvan para dar un servicio de calidad cumpliendo las expectativas propuestas. Nuestros servicios estarán principalmente enfocados hacia las empresas y su necesidad de contar con un alto nivel de personal; confiable y acorde con su puesto de trabajo dentro de la institución.

El resultado de este proyecto permitirá conocer si las estrategias planteadas son efectivas y rentables en el tiempo; para esto se realizará un análisis financiero que permita conocer la rentabilidad del negocio planteado.

Al realizar el presente plan de negocios se quiere mostrar concretamente el proceso de crear un negocio especializado en grafología, poligrafía y pruebas psicotécnicas y exponer la rentabilidad que el mismo generará y que a la vez contribuirá a la generación de empleo y a la maximización de la inversión inicial hecha por los socios.

1.2.1 Objetivos

1.2.1.1 Generales

Determinar la factibilidad de la creación de un negocio especializado en los servicios de grafología, poligrafía y pruebas psicotécnicas.

1.2.1.2 Específicos

- Identificar la oferta y demanda del mercado en el cual el negocio se desenvolverá.

- Proponer estrategias y un modelo de servicios con el objetivo que permita a los clientes conocer la calidad de los servicios ofrecidos.

- Realizar la evaluación financiera al proyecto propuesto, con el fin de analizar su factibilidad y rendimiento en el tiempo.

1.3 ENTORNO LEGAL

1.3.1 Entorno legal uso del polígrafo

Los procesos de selección de cuadros de personal, mediante valuación de psicofisiológica de factor humano por análisis poligráfico, permiten definir el nivel de veracidad y confiabilidad de diversas focalizaciones temáticas y determinar en los elementos del perfil base de personalidad del evaluado,

indicadores de sociópata o psicopatía, que vulneren el desempeño confiable de honestidad y lealtad, de recursos humanos en puestos claves o críticos de la organización.

La búsqueda de compatibilidad a perfiles y formatos de estructura personal, que generan respuestas conductuales afines a los principios institucionales de la organización y que en el desempeño individual comportamental, se ajusten a una ejecución segura con fidelidad y apego a las normas y procedimientos establecidos en el contacto con tareas de riesgo, son los resultados del proceso de valuación con soporte poligráfico.

Por otra parte, la técnica permite complementar el sistema preventivo de riesgos derivados de conductas laborales delictivas en el trabajo. La aplicación de procesos de análisis de factor humano, focalizados en la búsqueda de indicadores de desarrollo de comportamientos ilícitos, identifica las áreas sensibles en la interactividad laboral, que lesionan los intereses de la organización. (Alache, 2014)

Entrevista profunda

La focalización temática de cada uno de los puntos de análisis de información personal, se desarrolla a partir de técnicas de confrontación y de sensibilidad de acuerdo a procesos y técnicas de discusión dirigida y de análisis poligráfico, de cada una de las áreas a evaluar. En el proceso de entrevista profunda, se revisa desde una perspectiva clínica y laboral, los siguientes aspectos.



Figura 1: Puntos de análisis de información personal

Fuente: (Academia, s.f.)

1.3.2 Entorno legal grafología

La escritura manuscrita, como método de comunicación humana, tiene su naturaleza social en un proceso consciente de aprendizaje y evolución continuos desde la infancia, basados en un origen cerebral, neurofisiológico y psicosomático. (Gabinete Profesional, 2014)

Esta circunstancia conlleva que la persona que escribe de manera espontánea proyecte su personalidad en el texto y en la forma en que está escrito.

El experto en grafología es capaz de describir y analizar aquellos rasgos gráficos más exclusivos del autor, para formar un perfil específico que refleje los aspectos fundamentales de su personalidad.

La grafología es una técnica no invasiva, ya que no requiere la presencia ni la interacción directa con el sujeto de estudio, que se constituye en complemento de la psicología.

ÁMBITO EMPRESARIAL: PROCESOS DE SELECCIÓN DE PERSONAL.

Cada puesto de trabajo requiere, además de la capacitación profesional, una serie de aptitudes que deberá tener el candidato y que, en ocasiones, son difíciles de detectar por el empresario: lealtad, ambición, perseverancia, capacidad relacional, capacidad de liderazgo, tolerancia a la presión, capacidad de organización, etc.

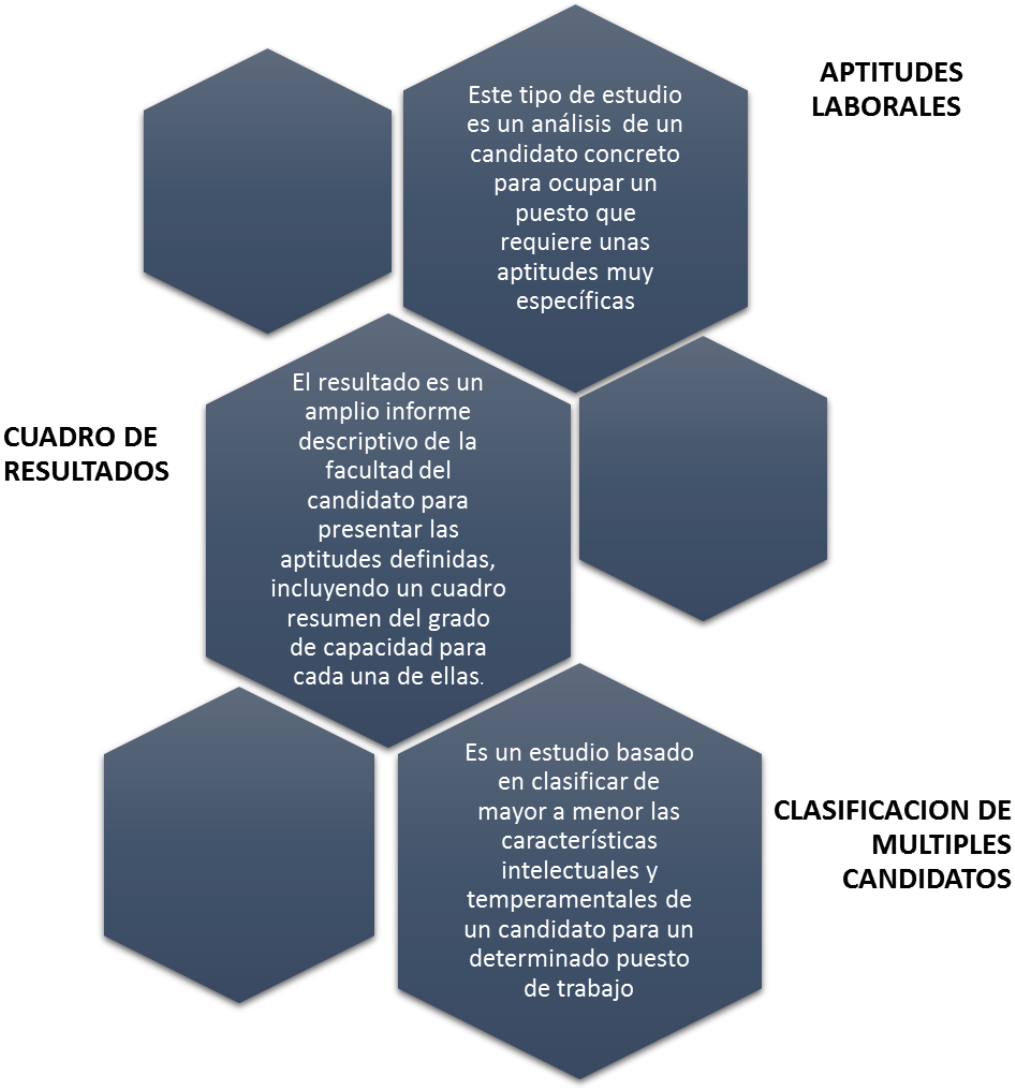


Figura 2: Análisis completo de un candidato

Fuente: (Alto Nivel, s.f.)

2 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Para la realización de la investigación de mercado para el proyecto de negocio que se llevara a cabo un análisis de todos los factores que rodean a nuestro negocio, tales como la oferta y demanda existente en el mercado.

En el caso de la oferta se realizó una investigación sobre cuáles serán nuestros principales competidores, los servicios que prestan y cuál es su diferenciador, en cuanto al mercado estar atentos a la oferta actual de nuestros competidores.

En cuanto a la demanda, se partió en base a la oferta en el mercado, analizando las preferencias de los clientes y cuáles eran los principales factores de porque el cliente contrataba a cierta empresa de la competencia específicamente. Conociendo esto nos permite a nosotros conocer a nuestro mercado y que busca nuestros clientes y tomarlo como punto de partida para realizar nuestra oferta de servicios en el mercado.

2.1 ANÁLISIS EXTERNO

Para el análisis externo de nuestro proyecto se debe conocer el entorno que rodeado nuestro negocio; tales como, los productos sustitutos que puedan aparecer y afectar las preferencias de nuestros clientes hacia nuestros servicios. Esto aspecto es importante conocer ya que se puede implementar desde el inicio estrategias como son; modificación de precios y la explotación de los beneficios de nuestros servicios y el

asesoramiento en el proceso de contratación de personal, así también fidelización y mejora en la atención al cliente.

También se consideró para el análisis externo de nuestro proyecto, la amenaza de entrada de nuevos competidores, ya que afectaría a la cantidad de clientes que se puedan captar; pero también es una oportunidad para formular nuevas estrategias, como es fortalecer relaciones con nuestros clientes a través de la experiencia y la reputación ganada y la diferenciación en nuestro trabajo.

2.1.1 Productos sustitutos

En la ciudad de Quito se va a desarrollar nuestro proyecto existen varias empresas que se encuentran enfocadas en contratar el mejor personal posible para los diferentes puestos de trabajo debido a esto se buscan nuevas alternativas para lograr este objetivo.

Se han identificado que los servicios sustitutos a los ofrecidos en nuestro proyecto, sería el cambio al cual se decida dar a las pruebas psicotécnicas, o dependiendo del perfil del puesto se opte por una evaluación socioeconómica en la cual se tiene como objetivo la confirmación y verificación de los datos proporcionados por el candidato, así como sus antecedentes laborales y personales, con esto se busca prevenir conflictos laborales y la facilidad en el proceso de adaptación del personal a la empresa.

En conclusión, el riesgo de la aparición de servicios sustitutos es casi nulo, ya que en el caso de aparecer, el objetivo final seguirá siendo el mismo, que es

proporcionar los datos del perfil del candidato, su personalidad y aptitudes. Además que en el caso que surgen nuevas herramientas para la contratación y control del personal tomaría tiempo en el que sean aceptadas por las empresas y estarían en desventajas contra nuestro servicios que ya tendrían más experiencia en el mercado.

2.1.2 Amenaza de nuevos competidores

Se pudo identificar algunas barreras que se han tomado en cuenta para limitar la posibilidad de que nuevas empresas ingresen en el giro del negocio, siendo estas:

2.1.3 Inexistencia de servicios sustitutos

En la oferta de mercado actual no existen servicios sustitutos que reemplacen las herramientas actuales para el proceso de contratación, siendo esto un limitante para el ingreso de nuevos competidores al mercado; pues al no tener servicios diferentes que se ofrezcan a los actuales, no permitirá tener una participación entre los clientes pues no la diferenciación es casi inexistente.

2.1.4 Inversión

En todo proyecto se necesita una inversión inicial para comenzar, y que esta pueda ser recuperada en el tiempo, dependiente de las estrategias que se tomen para incrementar clientes y los volúmenes de venta. Esta es una barrera pues en el tiempo que transcurra hasta captar clientes limitara los recursos y la inversión en el negocio.

2.1.5 Giro del negocio

Una de las barreras identificadas para el ingreso de nuevos competidores, es el giro del negocio, ya que actualmente el servicio se ha mantenido constante en el mercado y su crecimiento varía de acuerdo a la inversión o expansión que realicen las empresas y la creación de nuevas plazas de trabajo.

2.1.6 Oferta en el mercado

En el proyecto se plantea tomar estrategias que nos permitan captar cliente y que conozcan los beneficios de nuestros servicios en la contratación de personal o en la importación de realizar evaluación periódicas al personal actual.Otra estrategia que va a ser tomada es llegar a ser el proveedor de muchas empresas de contratación masiva o cazadoras de talento, esto nos beneficiaria ya que no seriamos los encargados de la negociación ya que solo aportaríamos soporte a la empresa encargada de la contratación de personal.

2.2 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

2.2.1 Competidores relevantes

En el desarrollo de la propuesta de nuestro negocio, se ha identificado empresas que mantiene servicios de grafología así también como de poligrafía, varios de estos negocios prestan sus servicios en otras ciudades del país, las cuales son las siguientes:



INTEGRITY SOLUTIONS

Es una empresa especializada en analizar el riesgo del recurso humano y en la verificación de integridad del personal, esta empresa brinda los siguientes servicios:

- Grafología
- Poligrafía
- Background check
- AMITAI



INTEGRITY SOLUTIONS

Empresa dedicada a prestar servicios de manejo del personal, utiliza técnicas grafológicas para el estudio de la personalidad y aplicación al mundo laboral de los candidatos, esta empresa presta los siguientes servicios tanto a empresas como a personas particulares:

- Preselección de candidatos
- Selección por competencias
- Evaluación de personal

- Orientación y resolución de conflictos en la adolescencia
- Orientación vocacional

INVESPOL

Empresa dedicada a la investigación y la poligrafía, especializada en la seguridad empresarial y selección de personal, ofrece los siguientes servicios:

- Evaluación de PRE. –EMPLEO
- Servicio de polígrafo
- Evaluaciones de rutina

EVALUAR

Empresa dedicada al desarrollo de herramientas para la evaluación y medición del potencial del talento humano. La empresa presta los siguientes servicios:

- Evaluaciones psicométricas.
- Evaluaciones de desempeño.
- Encuesta de talento humano.
- Evaluaciones de conocimiento.

2.3 DEFINICIÓN DEL SEGMENTO DEL MERCADO

El mercado de referencia en el cual nuestra empresa se va a desarrollar se localizara en el Distrito Metropolitano de Quito, el cual cuenta actualmente con una población de 2.239.191 habitantes.

A continuación se puede observar en la siguiente figura la distribución de la población de acuerdo a cada sector del distrito metropolitano de Quito.

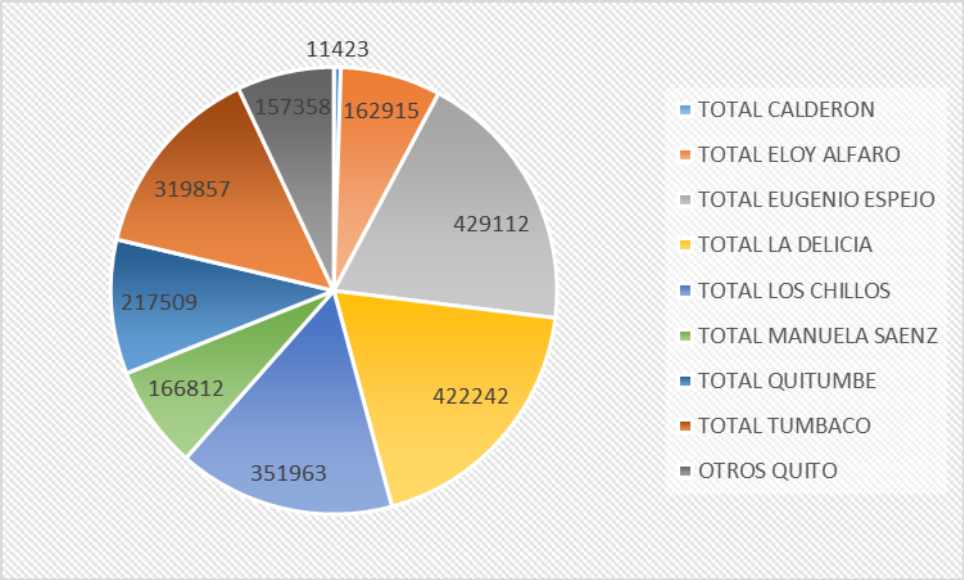


Figura 3: Distribución de la Población de Quito

Fuente: (Datos Quito, 2015)

Así también para el desarrollo de nuestro proyecto se ha tomado en cuenta el dato la población económicamente activa en Quito.

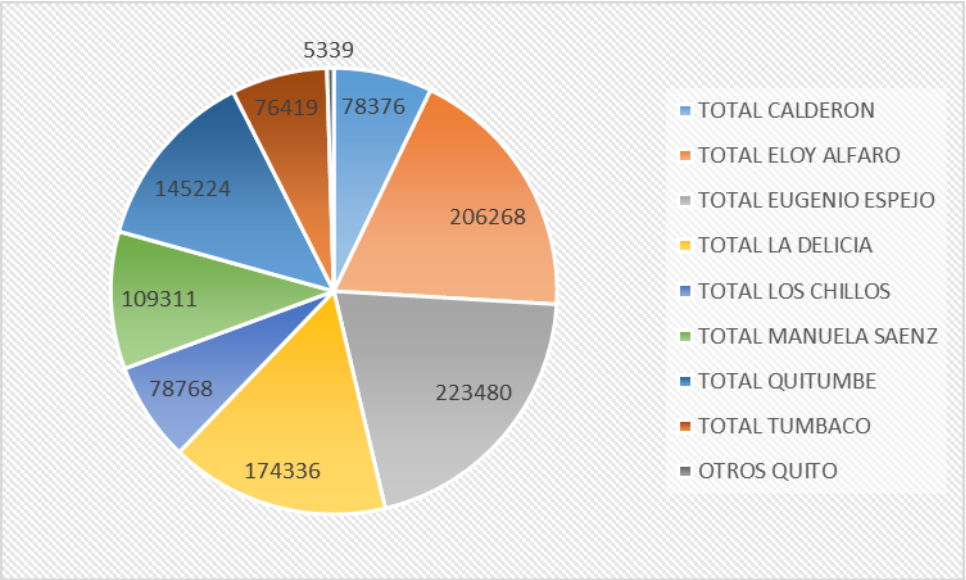


Figura 4: Población activa económicamente en Quito

Fuente: (Datos Quito, 2015)

De acuerdo a los datos obtenidos en los gráficos anteriores se pueden realizar algunas conclusiones, para tomar en cuenta en el desarrollo de nuestra empresa.

Los sectores donde se encuentra mayor población en Quito son, Eugenio Espejo y La Delicia con el 19% cada una; En segundo lugar se encuentra Los Chillos con 16% y tercer lugar Tumbaco con el 14%.

Con respecto a la población económicamente activa; en el sector de Eugenio Espejo se encuentra el mayor porcentaje de población activa, seguidos por Eloy Alfaro y la Delicia. Estos datos son importantes como referencia ya que nos proporciona información en donde se concentra la actividad económica de Quito y donde existe mayor movimiento de empresas y trabajadores, esta referencia nos será útil para establecer en un principio en que sector de la ciudad nuestra empresa comenzaría a operar.

2.3.1 Macro Segmentación

Nuestro proyecto de negocio pretende brindar servicios que ayuden a las empresas en el proceso de selección de personal, así también como en el proceso de monitoreo del personal actual. Nuestro negocio prestara los servicios a las empresas ubicadas en el sector de Quito, al mercado en referencia se lo puede delimitar en las siguientes dimensiones:

Necesidades: Definidas por las expectativas de las empresas ubicadas en la ciudad de Quito y que buscan obtener herramientas que les permita tener mayor asesoría con el manejo de su personal, desde el proceso de selección, capacitación, monitoreo y selección interna.

Así también se encuentra la necesidad de nuestros proveedores, esto surge de la estrategia de nuestro proyecto en que podamos proveer de nuestros servicios a muchas de las empresas cuya actividad es la contratación masiva de personal o empresas cazadoras de talento. Esta estrategia nos permitirá ampliar nuestro portafolio de clientes y expandir nuestro mercado objetivo a más ciudades del país.

Tecnologías/soluciones: Se hace referencia a las herramientas utilizadas en la prestación de nuestro servicios, en la experiencia y el provecho que se den a los recursos con el objetivo que esto permita brindar un servicio que solucione las necesidades de nuestros clientes en su procesos de reclutamiento de personal.

2.3.1.1 Selección de mercado de referencia

La estrategia de cobertura de macro segmentación elegida, es macro segmentación diversificada, en la cual se buscara dirigirse a diferentes empresas dentro del segmento de mercado brindando la solución y asesoramiento de selección de personal nuevo y el monitoreo al personal actual, cubriendo así las necesidades de talento de humano y las vacantes a puestos de trabajos de varias de las empresas que serán nuestros clientes ofreciendo un servicio que cumplas sus expectativas. Adicional como se mencionó anteriormente como una estrategia para el crecimiento de la empresa es llegar a convertirse en proveedores de varias empresas cazadoras de talento o de contratación masiva ubicadas en la ciudad Quito.

Nuestro proyecto va a estar ubicado inicialmente en la ciudad de Quito cuya expansión demográfica ha ido en aumento y en cuanto a población activa en los últimos años ha aumentado y que actualmente cuenta con 1´097,521 habitantes. En cuanto a empresas se puede deducir que son más las empresas debido a su expansión que se han visto en la necesidad de contratar más personal, y nuestro proyecto responde a esa necesidad de poder brindar el mejor servicio en cuanto a talento humano se refiere.

En la ciudad de Quito, la actividad de comercio al por mayor y menor es la actividad en la cual mayor número de personas trabajan, seguido por las industrias manufactureras y las actividades de administración pública. A continuación se ha tomado los dos sectores en la ciudad que mantiene

mayor población económicamente activa los cuales son Eugenio Espejo y Eloy Alfaro, en lo cual se puede observar cual es la actividad económica donde el mayor número de personas se ocupa.

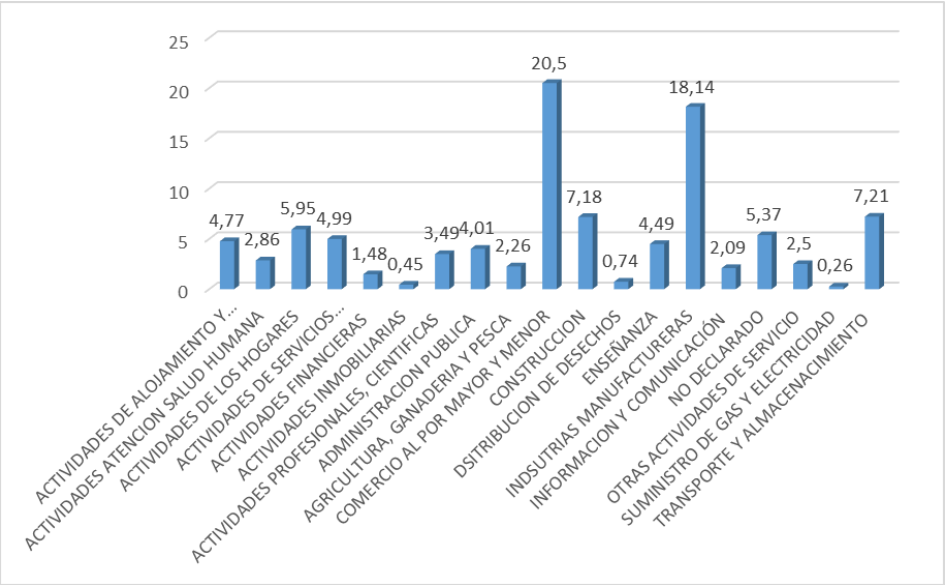


Figura 5: Ocupación sector económico sector Eugenio Espejo

Fuente: (Datos Quito, 2015)

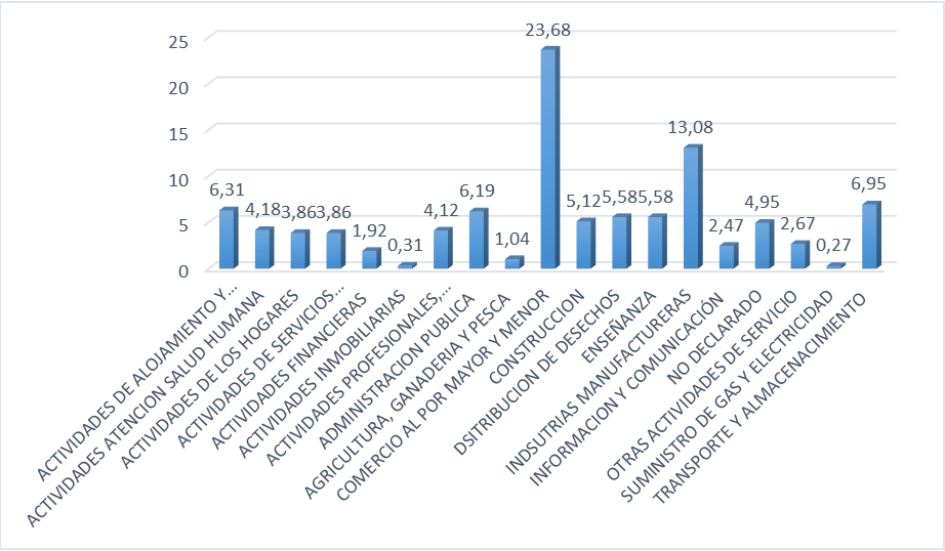


Figura 6: Ocupación sector económico sector Eloy Alfaro

Fuente: (Datos Quito, 2015)

2.3.1.2 Mercado de Referencia

Se han tomado los siguientes datos de acuerdo a la información anteriormente obtenida con los siguientes resultados:

Población: 2´239,191

Población económicamente activa: 1´097,521

Relación población activa económicamente/población total: 40%

Número de empresas en Quito n = 99,668

El número de empresas en Quito fue tomado de acuerdo al último censo realizado en la ciudad; para un análisis más a fondo con la finalidad de obtener más datos que beneficie nuestro proyecto se realizó la siguiente figura del número de cada empresa de acuerdo a su actividad económica.

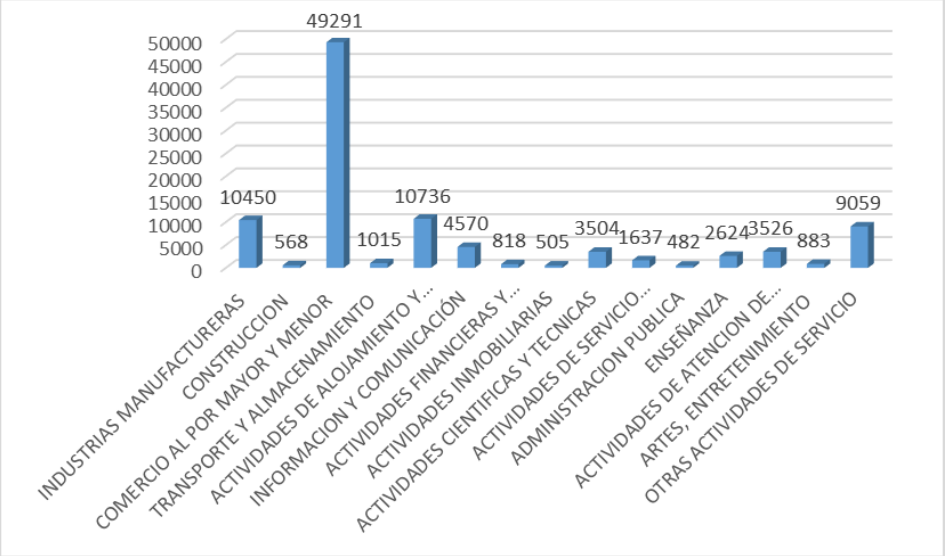


Figura 7: Número de establecimientos/negocios por actividad económica

Fuente: (Datos Quito, 2015)

2.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Los potenciales clientes al cual nuestra empresa se enfocara son empresas de varias actividades comerciales o prestación de servicios y se encuentren interesadas en la calidad del personal que mantienen o en mantener un control de su personal vigente, dependiendo cual sea su necesidad.

En los últimos años se ha cambiado la tendencia con respecto a la selección del personal nuevo indistintamente del cargo que ocupe, muchas de las empresas desean tener dentro de su nómina a personal apto y de acuerdo al perfil del puesto que se necesitan contratar es por esto que en la actualidad no solo se valora las aptitudes y conocimiento del candidato; si no también su comportamiento y relaciones intra-personales. Tomando en cuenta esta tendencia nuestro mercado objetivo será atender la necesidad que tienen varias empresas proporcionando la información necesaria de acuerdo al perfil de cada candidato.

Nuestro proyecto no estará enfocado a las empresas; es por esto que también se plantea que nuestros servicios de poligrafía y grafología también puedan ser contratados por personas particulares dependiendo de su necesidad.

2.4.1 Determinación de la población

Dentro de esta investigación se espera determinar el grado de rentabilidad de nuestro proyecto ofreciendo los servicios en el apoyo de contratación de personal los cuales son de grafología, poligrafía y pruebas psicotécnicas a las empresas y personas ubicadas en la ciudad de Quito, es de suma importancia la delimitación

correcta de la población a la cual estará enfocado nuestro negocio por la importancia de nuestro estudio.

2.4.2 Unidad de análisis

Para seleccionar la muestra que servirá para estudio de nuestro proyecto, se definió que estaremos enfocado a todo tipo de empresas ubicados en la ciudad de Quito, sin importar su ubicación y tipo de actividad, número de personal y tamaño; puesto que estamos abierto a captar la mayor cantidad de clientes; así también, se definió que en el caso que alguna persona desee contratar nuestro servicio estaría abierta la posibilidad de poder atender, el objetivo de esta estrategia es el crecimiento y el reconocimiento de la calidad de nuestro trabajo entre nuestros futuros clientes.

2.4.3 Delimitación de la población

Una vez que se haya definido cuál será la unidad de análisis, se procederá a delimitar la población a la cual se va a estudiar y sobre a la cual se pretende generalizar resultados.

La delimitación se la realizara de la siguiente manera:

Las empresas que se encuentren ubicadas actualmente en las distintas zonas del distrito metropolitano de Quito, sin importar su tamaño ni el número de personal.

Según la delimitación en el distrito metropolitano de Quito existe alrededor de 99668 empresas ubicadas en los diferentes sectores de la ciudad.

2.4.4 Proyección de la demanda

Se determinó de acuerdo a los datos proporcionados por el último censo en la ciudad de Quito, que el número de empresas existentes fue de 99668. Por lo cual la demanda potencial dentro de nuestro mercado objetivo.

El objetivo inicial de nuestro proyecto es primero ubicar nuestras oficinas y comenzar a ofrecer nuestros servicios en sectores de la ciudad en donde se encuentra mayor número de empresas o negocios, al ser un negocio nuevo en el mercado se espera que se pueda prestar nuestros servicios a un buen porcentaje de las empresas en la ciudad, y paulatinamente aumentar el número de nuestro clientes, conforme crezca nuestra demanda y experiencia en el negocio, tomando siempre en cuenta dos factores claves como es la calidad de nuestro trabajo y la atención al cliente.

2.4.5 Tabulación de resultado de encuestas

En la ciudad de Quito se realizó encuestas a personas tanto hombres como mujeres, desde la edad de 25 años hasta la edad de 65 años, profesionales y de preferencia de conocimiento en el área de administración, el objetivo de las encuestas realizadas es conocer acerca de la percepción de los servicios ofrecidos por el negocio y su importancia en el proceso de contratación de personal y cuál

de las herramientas es la más conocida en el mercado. En total se realizaron un número de 60 encuestas cada una con seis preguntas.

Las preguntas realizadas en la encuesta fueron las siguientes:

1) ¿Usted conoce acerca de las pruebas psicotécnicas, poligráficas y de grafología?

SI: 85%

NO: 15%

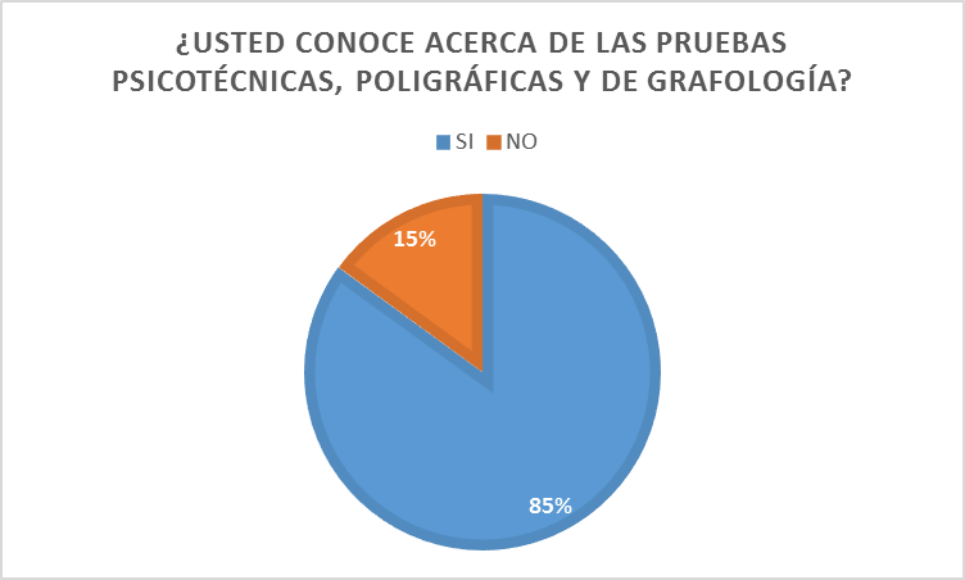


Figura 8: Encuesta – Primera Pregunta

2) ¿Cuál de los siguientes métodos en la selección de personal usted conoce?

Pruebas psicotécnicas: 43%

Grafología: 27%

Poligrafía: 30%

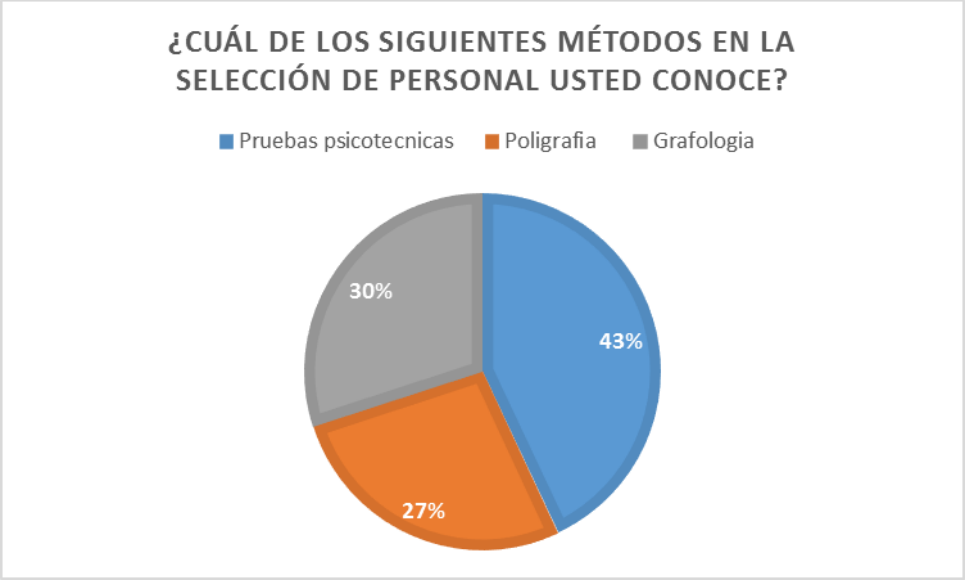


Figura 9: Encuesta – Segunda Pregunta

3) En los procesos de selección que usted ha participado, ¿Se utilizó los métodos antes mencionados?

SI: 63%

NO: 37%

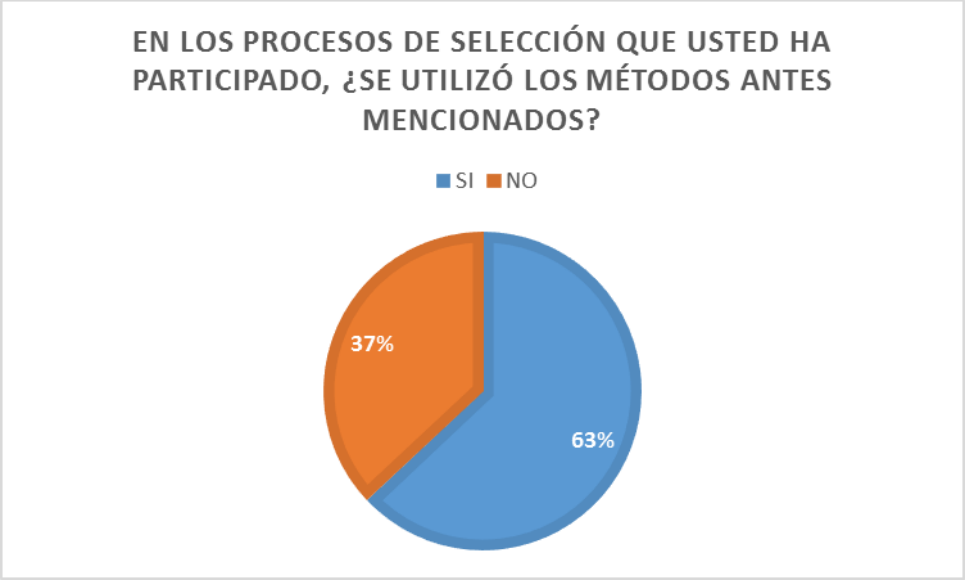


Figura 10: Encuesta – Tercera Pregunta

4) ¿Considera usted importantes estos métodos en el proceso de selección de personal?

SI: 57%

NO: 43%



Figura 11: Encuesta – Cuarta Pregunta

5) Mediante estos métodos, seleccione que lo que más aporta en el proceso de selección de personal.

Inteligencia emocional: 28%

Honestidad e integridad: 45%

Inteligencia racional: 27%



Figura 12: Encuesta – Quinta Pregunta

6) ¿Usted contrataría estos servicios tanto para la selección de personal, así como para el control de su personal actual?

SI: 63%

NO: 37%



Figura 13: Encuesta – Sexta Pregunta

2.4.6 Análisis resultado de encuestas

En las encuestas realizadas, se pudo concluir que en un porcentaje alto estarían de acuerdo en la contratación de servicios de pruebas psicotécnicas, grafología y poligrafía para el proceso de contratación de personal, lo cual nos puede ayudar a deducir que los servicios pueden ser altamente aceptable en el mercado, y hay una gran posibilidad de expansión con las estrategias comerciales correctas para la captación de clientes. Hay un nicho muy importante para atacar en el mercado y el hacer una correcta propuesta nos puede ayudar a lograrlo.

Hay que resalta la importancia de los beneficios de nuestros servicios y utilizarlo como carta de presentación; así como también, enfocarnos en encontrar la diferenciación con la competencia en otras palabras aquello que tengo solo yo para competir en el mercado y que mis clientes perciben y solo nuestra empresa puede ofrecerles.

2.5 MEZCLA DE MERCADOTECNIA

2.5.1 Producto

Producto es la unión características que constituyen un elemento dispuesto a ser reconocido. Los productos tienen dos denominaciones los tangibles y los intangibles Los tangibles son los que podemos tocar. Los productos intangibles son los que no podemos palpar. A esta clase de productos se los denomina servicios. (Acuña, 2013)

Nuestro producto es la prestación de servicios y herramientas utilizadas por las empresas para la contratación de nuevo personal y el control del personal vigente que mantengan.

Ofreciendo un servicio completo de las habilidades, aptitudes, desenvolvimiento en el puesto de trabajo y perfil de cada candidato.

Queremos que nuestros clientes tengan la información más completa de su control y tener el mejor respaldo cuando se requiriera realizar exámenes de poligrafía a su personal. Nuestro objetivo es que cada empresa cuente con el

mejor asesoramiento, es por esto que nuestros servicios se diferencian con la atención al cliente, la calidad de nuestro trabajo y la precisión en cada informe que se emita.

Los servicios los cuales se van a prestar son los siguientes:



Figura 14: Lista de servicios ofrecidos

Fuente: (Multiservicios, s.f.)

2.5.2 Precio

Atribuye al poder adquisitivo al dinero pagado por cualquier grado de calidad que una empresa elija para producir. Una de las competencias más ardua en el

mundo es la competitividad por precio de los productos, la cual seda en el comercio en donde hay mucha competencia por la poca diferenciación de características de un producto. (Acuña, 2013)

En la política de precios de nuestros servicios se consideró todo lo que va incluir nuestro trabajo como es un informe donde se detalles el perfil de cada candidato, además nuestros tres servicios que ofreceremos tendrán distintos precios, debido a su complejidad.

Tabla 1: Tabla de precios por servicios

SERVICIOS	
GRAFOLOGÍA	30 USD
POLIGRAFÍA	60 USD
PRUEBAS PSICOTÉCNICAS	75 USD

2.5.3 Plaza

Se le denomina a los canales de distribución de los productos. Es la manera por la cual la compañía hace llegar un producto hasta el cliente. La distribución tiene diferentes canales por los cuales el consumidor obtiene los productos. (Acuña, 2013)

Nuestra empresa se encontrara en la zona Iñaquito de la ciudad de Quito; la ubicación fue considerada por la presencia de varias empresas, la dinámica comercial que existe en la zona, presencia de bancos y de nuestros proveedores; otro factor que influyó en la selección de la ubicación es el traslado, ya que en este sector permitirá que el desplazamiento de nuestros ejecutivos y equipos sea mucho más rápido y segura.

La imagen de nuestra empresa es también importante y es por eso que las oficinas en este sector nos ayuda a proyectar lo que queremos; así también, como la comodidad de nuestros clientes al momento de tratar de ubicarnos. Adicional se consideró en el caso que se necesite ampliar nuestras oficinas el sector presenta varias nuevas opciones para de ser el caso necesitemos trasladarnos a una nueva ubicación.

Se ha decidido aplicar para la empresa el tipo de canal directo, es decir que no se requerirá ayuda de intermediarios, a los cual nos permitirá llegar a nuestros clientes directamente y enfocarnos posteriormente al servicio post-venta de nuestros servicios.

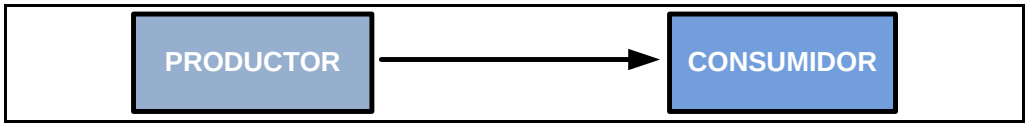


Figura 15: Canal de distribución directa

2.5.4 Promoción

Nosotros somos una empresa nueva que comienza a competir en el mercado, en lo cual el factor de atención al cliente y la calidad de nuestro trabajo es clave para captar la atención de los clientes, es por esto que los informes que sean entregados del perfil de cada candidato puedan ser entregados a tiempo y se haga un seguimiento posterior al empleado, debemos cuidar la presentación de nuestros ejecutivos y que al trato al cliente sea cordial y profesional.

Para la promoción de nuestra empresa se utilizara el internet como una herramienta que es muy importante en las negocios nuevos en el mercado, específicamente redes sociales y que nuestra página web debe ser dinámica, fácil de usar y accesible a toda la información que el cliente necesite, adicional se integrara en nuestra página la opción de contar con un servicio en línea en al cual nuestros clientes pueden contactar a un ejecutivo y realizar las consultas que tenga. En redes sociales se explotara que contenga la información sea lo más llamativa posible para captar todo la atención de nuestro futuro cliente.

3 ESTUDIO TÉCNICO - PLAN ESTRATÉGICO

3.1 PLAN ESTRATÉGICO

3.1.1 Misión

La misión es el propósito general o razón de ser de la empresa u organización que enuncia a qué clientes sirve, qué necesidades satisface, qué tipos de productos ofrece y en general, cuáles son los límites de sus actividades; por tanto, es aquello que todos los que componen la empresa u organización se sienten impelidos a realizar en el presente y futuro para hacer realidad la visión del empresario o de los ejecutivos, y por ello, la misión es el marco de referencia que orienta las acciones, enlaza lo deseado con lo posible, condiciona las actividades presentes y futuras, proporciona unidad, sentido de dirección y guía en la toma de decisiones estratégicas. (Thompson, 2007)

La razón de ser la empresa es la prestación de servicios que permita a nuestros clientes, contar las herramientas necesarias y la asesoría en la contratación del personal, está razón de ser define la misión de la empresa y a donde estarán enfocadas las estrategias comerciales y en la calidad, experiencia y profesionalismo hacia los clientes. Por lo mencionado anteriormente se ha planteado como misión lo siguiente.

"Ofrecer a nuestros clientes herramientas ágiles y efectivas para la evaluación de recursos humanos, productos y servicios"

3.1.2 Visión

La visión es una exposición clara que indica a donde se dirige la empresa a largo plazo y en que se deberá convertir, tomando en cuenta el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y las expectativas cambiantes de los clientes, de la aparición de nuevas condiciones del mercado. (Ponce, 2012)

Las estrategias y decisiones de la empresa, tal como la el manejo de los recursos, la captación de nuevos clientes y la evolución de la prestación de los servicios, definirá a donde queremos llegar como empresa, la posición y participación dentro del mercado y como queremos que nuestros clientes nos identifiquen. Sé debe resaltar que el objetivo principal es que la empresa se mantenga en el tiempo generando rentabilidad y se pueda expandir a mas provincias del Ecuador.

"Consolidar su liderazgo como empresa especializada en la verificación de integridad del recurso humano del Ecuador, en pro del bienestar de nuestros clientes, de la compañía y nuestros colaboradores"

3.1.3 Valores y Principios

3.1.3.1 Valores

Se han tomado varios valores los cuales son importantes para la filosofía de la empresa, los cuales contribuyen a regular el correcto comportamiento dentro de una empresa lo que se traduce en la creación de una buena cultura empresarial.

Responsabilidad._ para cumplir las funciones de cada puesto de trabajo dentro de la organización, realizando adecuadamente sus funciones y procesos; y este trabajo se vea enfocado en la contribución de cada uno de los empleados con el cumplimiento de los objetivos planteados.

Disciplina._ para que cada empleado cumpla con los principios, políticas y procedimientos establecidos por la empresa, de manera que este control contribuya al correcto desempeño de cada persona y por ende al cumplimiento de los objetivos propuestos.

Honestidad._ ser conscientes, íntegros y transparentes durante el desarrollo de todas las actividades que se desempeñen frente a nuestros clientes, generando credibilidad y prestigio para la empresa.

3.1.3.2 Principios

Productividad._ Es el principio que permite que las personas se tracen objetivos más altos y cada vez sean mejores en el trabajo, llegando así a metas que puedan ser alcanzadas con un gran trabajo de equipo.

Trabajo de equipo._ Este principio es importante pues está enfocado en que cada uno de los empleados se siente parte de la empresa y que su trabajo contribuye al cumplimiento de objetivos, de igual manera facilita que entre las áreas que conforman la empresa exista una excelente comunicación y apoyo.

Eficacia._ Obtener la satisfacción del cliente, por tanto cualquier problema o percance que se presente sean resueltos de manera adecuada e inmediata.

Liderazgo._ Aquellas personas que con sus ideas y su voluntad sean capaces de guiar a un grupo de trabajo tendrán como objetivo orientar la dirección de la empresa ya que se deberá mantener un ambiente laboral adecuado para el trabajo se lleve a cabo de la mejor manera posible.

3.1.4 Objetivos Estratégicos

Las organizaciones con objetivos claros son más eficientes que aquellas que tienen metas difusas, cuyo resultado es desperdicio de recursos y costos de oportunidad altos. (Warren, 1993, pág. 273)

Para la empresa se han fijado objetivos estratégicos, alineados con la misión y visión de la organización, que permitan tener claro el camino a seguir, para esto se ha realizado una lista de objetivos estratégicos a cumplir y la acción que permitirá lograr cada uno, entre los cuales se encuentra la administración de recursos, el manejo financiero de la organización y estrategias comerciales para el incremento en la cartera de cliente y el volumen de ventas de los servicios.

Tabla 2: Objetivos Estratégicos

OBJETIVO	ACCIÓN
INCREMENTAR EL NÚMERO DE CLIENTES Y VOLUMEN DE VENTAS CONFORME NUESTRO NEGOCIO VAYA ADQUIRIENDO MÁS EXPERIENCIA Y POSICIONAMIENTO DENTRO DEL MERCADO.	• Se aplicara estrategias para la promoción de la empresa y los servicios ofertados. • Convenios con empresas dedicadas a la contratación de personal y empresas cazadoras de talentos. • Gestión para asegurar la calidad del trabajo realizado
ASEGURAR QUE NUESTROS CLIENTES SE SIENTAN SATISFECHOS CON NUESTROS SERVICIOS PRESTADOS, LOGRANDO FIDELIDAD Y QUE NOS CONVIRTAMOS EN SU PRIMERA OPCIÓN PARA FUTUROS PROCESOS DE SELECCIÓN DE PERSONAL.	• Realizar encuestas a nuestros clientes, para conocer su opinión y sugerencias de nuestros servicios prestados • Realizar un control de calidad cada cierto y acompañamiento del supervisor, para asegurar la atención del cliente. • Realizar un asesoramiento y acompañamiento al cliente, en su proceso de contratación y control de su personal.
CREAR UNA POLÍTICA INTERNA INTELIGENTE QUE PERMITA GENERAR RENTABILIDAD, OPTIMIZAR LOS RECURSOS, ALCANZAR OBJETIVOS A CORTO Y LARGO PLAZO Y LA EXPANSIÓN DE LA EMPRESA A MÁS PROVINCIAS DEL ECUADOR.	• Identificación y negociación con nuestros proveedores y clientes. • Controles de inventarios que aseguren que los recursos de la empresa sean utilizados correctamente • Políticas comerciales, tales como la fidelización, mejoras en precios y calidad de servicios que permitan primero posicionarnos dentro de nuestro mercado local, y posteriormente lograr convenios que nos permitan acercar a empresas importantes en el resto de provincias para la expansión de nuestras operaciones

3.1.5 Análisis Interno FODA

Tabla 3: Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
• Atención y asesoría a los clientes, en el proceso de contratación de nuevo personal. • Personal capacitado e instrumentos de última tecnología, garantizando un trabajo óptimo y de calidad. • Estrategias y convenios enfocados en la captación de clientes, con un servicio de post venta asegurando los niveles de satisfacción de nuestros servicios prestados.	• Oportunidades de negocio y crecimiento por la demanda de las empresas en el asesoramiento de en la contratación de nuevo personal y control del personal vigente. • Expansión de nuestro negocio a largo plazo cubriendo varias empresas a lo largo del Ecuador. • Alianzas y convenios que faciliten el incremento en el volumen de ingresos de nuestra empresa.
DEBILIDADES	**AMENAZAS**
• Al ser una empresa nueva en el mercado, surge la dificultad de crecer hasta que se obtenga mayor experiencia y se logre captar más clientes. • El tiempo en el cual se planea recuperar la inversión, y los gastos que se deberán incurrir para que la empresa comience a funcionar.	• Competidores con más años de experiencia en el mercado. • Incremento de los precios de los materiales y equipos que se deban importar. • Falta de políticas e incentivos para los nuevas empresas que comienzan a trabajar en el mercado.

3.2 ESTUDIO TÉCNICO

Es importante que para la empresa que se está conformando se tome en cuenta algunos aspectos tales como; la identificación a nuestros proveedores, pues es importante conocer donde se pueda adquirir lo necesario para la empresa y las facilidades de pago que se ofrezcan. La determinación de la localización del proyecto es importante, pues los servicios que se quiere ofrecer están direccionados a las empresas es bueno estar cerca de nuestros potenciales clientes y que sea también fácil para ellos poder

ubicarnos. La organización y procesos a manejar dentro de la empresa se importante ya que puede tener una idea que cuanto persona se necesita y los funciones que van a realizar nuestros futuros empleados, adicional se propondrán procesos para la empresa que permitan como se manejara internamente. Por último se describirá lo más importante que es los servicios que se va a prestar a nuestros clientes que es la razón de ser del proyecto.

Como se mencionó anteriormente conocer a los proveedores es importante, a continuación se ha realizado la siguiente matriz donde se especificara el nombre de cada proveedor y los productos y servicios ofrecidos, en donde se ha colocado una calificación para cada uno, tomando en cuenta algunos aspectos tales como; la calidad de los productos que vende y los servicios que ofrece, y facilidades de pago. Siendo la letra A calificando como proveedor principal y la letra B como proveedor de segunda opción.

Tabla 4: Lista de Proveedores

ELITE STAFF CIA. LTDA.	EMPRESA ENCARGADA DE SELECCIÓN DE EJECUTIVOS, GESTIÓN DE RECURSOS HUMANO, PROPORCIONANDO A LAS EMPRESAS DE ACTIVIDAD COMERCIAL E INDUSTRIAL DE EJECUTIVOS Y DIRECTIVOS DE ELITE QUE CONSTITUYAN AUTÉNTICOS CAPITALES HUMANOS ALTAMENTE PRODUCTIVOS.	CALIFICACION A
SHS SMART HELP	Es una compañía dedicada en brindar soluciones tecnológicas a varias empresas, entre los servicios prestados se encuentras varios como; hosting, correo electrónico, asesoría en hardware y redes.	CALIFICACION A
TELECSA	Empresa dedicada en ofrecer soluciones de comunicación y gestión administrativa que permitan crear entornos de trabajo en equipo que ofrezcan un alto nivel de eficiencia, calidad y control de procesos.	CALIFICACION A
TEKATRONIC S.A.	Empresa dedicada a la automatización, control, ingeniería, tanto para el sector industrial, como para el sector comercial con el objetivo de contribuir en el desarrollo productivo de las empresas.	CALIFICACION B
ZONA DIGITAL	Imprenta dedicada al desarrollo de conceptos y marca, a la impresión y diseños publicitarios	CALIFICACION A
IMAGINATION	Esta empresa provee varias alternativas en artículos promocionales, para las empresas, enfocado a ayudar a varios negocios en ofrecer un contacto abierto con sus clientes.	CALIFICACION B

Fuente: (Infotechnology, s.f.)

3.2.1 Macro Localización

Según Jorge Enrique Vargas, “La macro localización es el estudio que tiene por objeto determinar la región o territorio en la que el proyecto tendrá influencia con el medio. Describe sus características y establece ventajas y desventajas que se pueden comprar con lugares alternativos” (Vargas, 2011)

Para la ubicación de la empresa, se decidió que será en Ecuador, la cual cuenta con sus ciudades principales Quito, Guayaquil y Cuenca. Entre las opciones que existen en las ciudades se debe considerar ciertos aspectos que son importantes para la macro ubicación de la empresa; tales como, número de empresas públicas y privadas existentes en el territorio, ubicación de proveedores, instituciones financieras, crecimiento económico.

De lo mencionado anteriormente se decidió que la mejor opción es Quito por el alto número de empresas públicas y privadas y negocios locales, así también, la presencia de nuestros proveedores e instituciones financieras importantes para la adquisición de materiales y financiamiento. El aspecto más importante es el crecimiento económico de la ciudad, ya que la ser la capital se encuentra la presencia de las importantes empresas, alto nivel de comercio que se traduce en una oportunidad de crecimiento para la empresa.

3.2.2 Micro Localización

La micro localización conjuga los aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, y determinación de centros

de desarrollo. Selección y re-limitación precisa de las áreas, también denominada sitio, en que se localizará el proyecto dentro de la macro zona. (De Dios, 2012)

Se definirá la provincia, cantón, parroquia, zona urbana o rural que estará ubicada la empresa. Para esto se han identificado ciertos factores que nos permitirá conocer mucho mejor las opciones existentes y tomar decisión en cuanto a la ubicación.

- Identificar y definir los factores de localización para que la empresa se pueda llevar a cabo se debe considerar la existencia de mayor número de empresas existente, las opciones de traslado para la realización de nuestro trabajo y el desplazamiento del personal y equipo de trabajo.

- Identificar los factores de tipo institucional que limitan o que alientan la localización, y con base en ellos descartar alternativas que no sean viables. En este caso se refiere a los requerimientos de carácter legal y operativo. En razón del crecimiento de los últimos años tanto poblacional, como de infraestructura en la ciudad del distrito metropolitano de Quito, se ha hecho necesario que el sector institucional público y privado implemente y ponga en funcionamiento mediante política de descentralización la realización de tareas y el cumplimiento de normas ciudadanas para el desarrollo de las actividades que cada negocio realice. Es así que el sector donde nuestro proyecto se ubicara, se encuentra todo tipo de empresas tanto del sector público, así también como del sector privado.

Como se determinó anteriormente la macro localización de la empresa será en la ciudad de Quito por su crecimiento económica y presencia de alto número de empresas. La ubicación óptima de la empresa responde a la necesidad de estar ubicados en un sector estratégico rodeado de varias empresas públicas y privadas los cuales serán nuestros potenciales clientes, otro aspecto es poder contar con oficinas de fácil ubicación, buena presencia y disponer de varias vías de acceso que facilite la movilidad dentro de la ciudad.

Detalladamente nuestra ubicación debe contemplar los siguientes puntos:

- Espacios estacionamiento
- Provisión de todos los servicios básicos
- Adecuadas vías de acceso
- Amplias instalaciones
- Movimiento comercial fluido
- Alta presencia de empresas y negocios

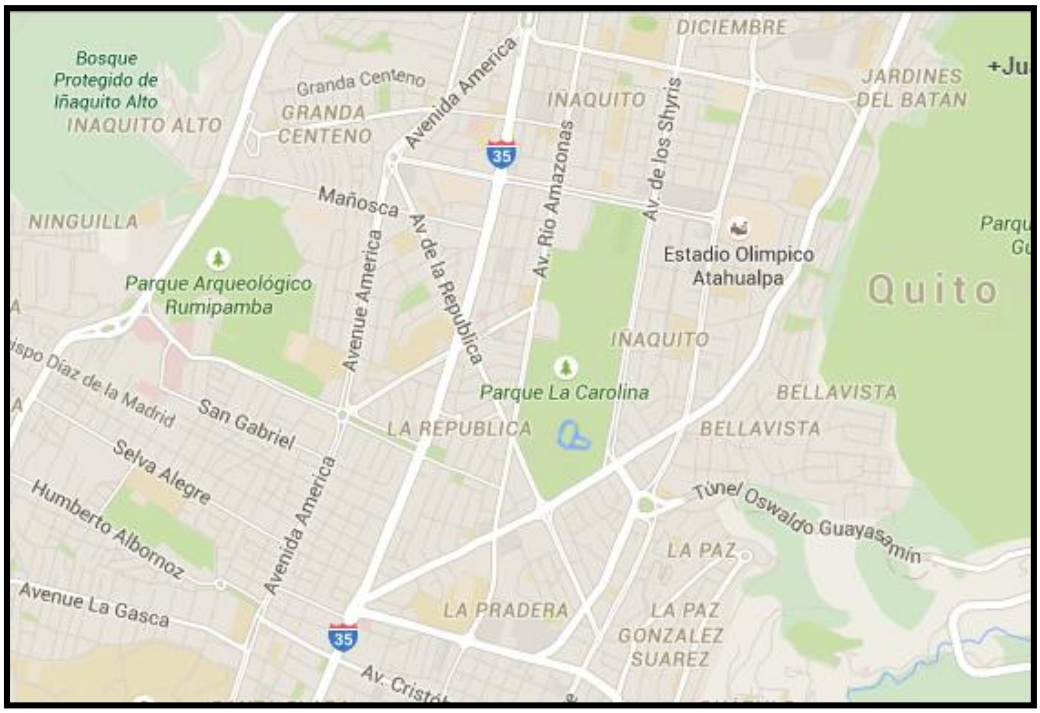
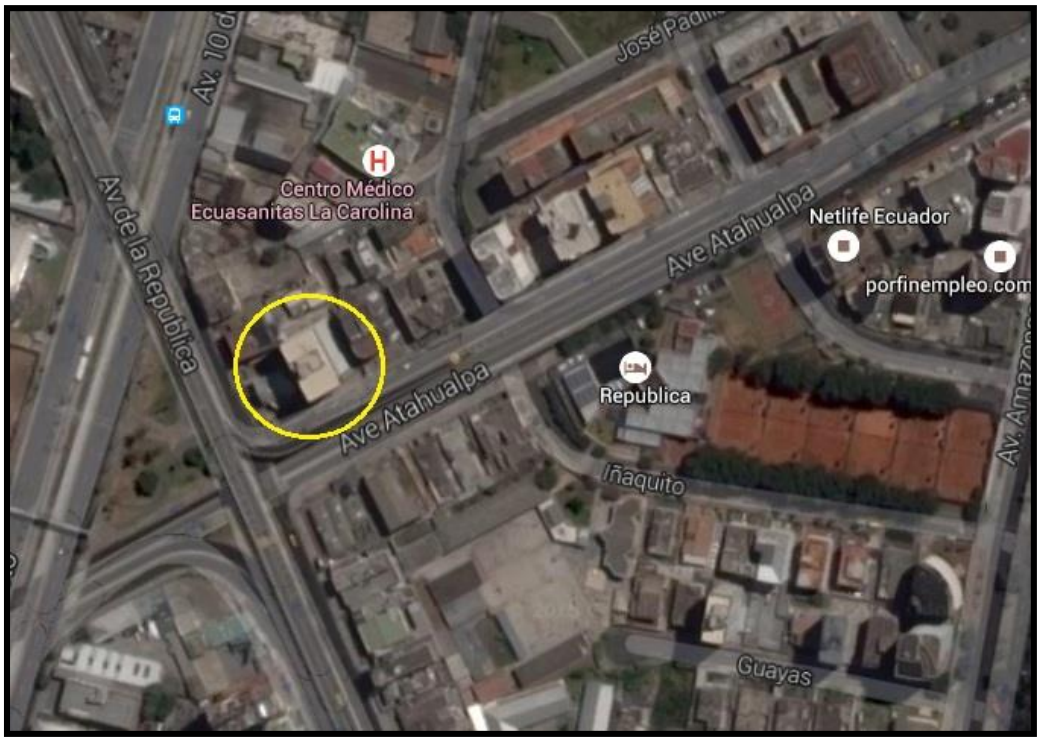


Figura 16: Ubicación Zona Iñaquito

Fuente: Google Earth

De lo mencionado enteramente la zona de Iñaquito dentro del distrito metropolitano de Quito, ofrece varias alternativas, una de ellas la creciente presencia de centros corporativos y el movimiento comercial y fluido que existe. Además de la variedad de presencia de futuros proveedores, instituciones financieras. Aspecto importante es las múltiples opciones que existen para el arredramiento de oficinas muchas de ellas amplias, cómodas y fáciles de ubicar, además que la zona nos da un nivel más ejecutivo y profesional y trasmite una buena presencia.



3.3 ORGANIZACIÓN

3.3.1 Estructura Organizacional

Para la empresa se ha propuesto el siguiente organigrama, en la cual a la cabeza se encuentra la el directorio y el presidente ejecutivo, encargados de coordinar con los diferentes departamentos la administración y el manejo de los recursos y en liderar las estrategias para el desarrollo y crecimiento del mismo.

El organigrama propuesto se encuentra dividido en los diferentes departamentos que conformaran nuestra empresa. En cada departamento se encuentra un supervisor por área el cual velara por el cumplimiento de objetivos de su personal a cargo, mientras que para el departamento administrativo auxiliar estará conformado por personal de apoyo supervisado por la dirección general.

En el departamento de ventas, el supervisor estará a cargo del cumplimiento del personal a cargo, en sus técnicos, que serán los encargados de la prestación de los servicios, de poligrafía, grafología y pruebas psicotécnicas. Por otro lado se encuentra el personal de ventas que son ejecutivos comerciales cuya función es buscar nuevos clientes y de la fidelización de los mismos. Este departamento es el más importante ya que aquí se encuentra el recurso más importante para nuestra empresa, los cuales son los clientes y el ingreso que representan a través de la contracción de los servicios, además que se ha propone que este departamento sea el que más personal tenga repartidos entre técnicos y ejecutivos de ventas.

En el departamento de contabilidad se ha propuesto, que no solo se lleve el movimiento contable de la empras, ya que además se ha incorporado al departamento un auxiliar de cobranzas encargado de recuperar los valores adeudados de los clientes.

Por último se encuentra el departamento de sistemas, con su supervisor y su auxiliar, encargado de prestar el apoyo tanto a técnicos así también a toda la organización en cuanto a tecnología se referirá.



Figura 17: Organigrama

Tabla 5: Directorio

DEPARTAMENTO	DIRECTORIO
NOMBRE DEL PUESTO	DIRECTORIO
PUESTO AL QUE REPORTA	N/A
COMPETENCIAS LABORALES REQUERIDAS PARA EL PUESTO	• Organización en actividades. • Compromiso en el cumplimiento de metas. • Habilidades para la negociación. • Enfoque al trabajo en base de resultados
FUNCIONES PRINCIPALES DEL PUESTO	• Coordinación y supervisión de las áreas a su cargo. • Planeaciones para el incremento de ventas y captación de clientes. • Dirección y cumplimiento por los mejores intereses de la empresa y de sus accionistas. • Negociación con los principales clientes y proveedores.
RESPONSABILIDADES DEL PUESTO	Los miembros del Directorio deben desempeñar su labor de buena fe, con la diligencia, cuidado y reserva debidos, velando por los mejores intereses de la empresa y de sus accionistas.
COMPLEJIDAD DEL PUESTO	Cuando las decisiones del Directorio pudiesen afectar a los distintos grupos de accionistas de forma dispar, el directorio debe intervenir con todos los accionistas de forma justa.
TOMA DE DECISIONES DENTRO DE LAS ACTIVIDADES DEL PUESTO	Evaluar, aprobar y dirigir la estrategia corporativa, establecer objetivos y metas; así también como los planes de acción principales.

Tabla 6: Presidente Ejecutivo

DEPARTAMENTO	DIRECCIÓN GENERAL
NOMBRE DEL PUESTO	Presidente ejecutivo
PUESTO AL QUE REPORTA	Directorio
COMPETENCIAS LABORALES REQUERIDAS PARA EL PUESTO	• Organización en actividades • Compromiso en el cumplimiento de metas • Disposición y buena actitud de clientes • Habilidades para la venta. • Habilidades para la negociación • Conocimiento para el manejo de personal • Enfoque al trabajo en base de resultados • Trabajo bajo presión
FUNCIONES PRINCIPALES DEL PUESTO	• Coordinación y supervisión de las áreas a su cargo. • Planeaciones para el incremento de ventas y captación de clientes • Creación de oportunidades de negocio. • Negociación con los principales clientes y proveedores.
RESPONSABILIDADES DEL PUESTO	Captación de nuevos clientes con el fin del crecimiento de la empresa y el cumplimiento de metas en el presupuesto de ventas. Supervisar las áreas a su cargo y planificar en equipo las mejores estrategias para el crecimiento en ventas y oportunidades de negocios; así también como la mejor optimización de los recursos.
COMPLEJIDAD DEL PUESTO	Al ser una empresa nueva en marcha, la dificultad se hace presenta en la negociación con los proveedores puesto será difícil por la poca experiencia que se tiene y el trabajo con los proveedores y clientes. Lo fundamental en los primeros años de la empresa será buscar nuevas oportunidades de negocio y planificar estrategias para captar más clientes.
TOMA DE DECISIONES DENTRO DE LAS ACTIVIDADES DEL PUESTO	Se deberá tomar decisiones que mejor convengan a los intereses de la empresa en las negociaciones que se llevan a cabo con proveedores y clientes. Decisiones de importación en la planificación de estrategias para el negocio con el fin de mantener su rentabilidad en el tiempo en base a nuevas oportunidades de negocio.

Tabla 7: Departamento de ventas

SUPERVISOR DE VENTAS

DEPARTAMENTO	DEPARTAMENTO DE VENTAS
NOMBRE DEL PUESTO	Supervisor de ventas
PUESTO AL QUE REPORTA	Dirección general
COMPETENCIAS LABORALES REQUERIDAS PARA EL PUESTO	• Organización en actividades • Compromiso en el cumplimiento de metas • Disposición y buena actitud de clientes • Habilidades para la venta. • Habilidades para la negociación • Conocimiento para el manejo de personal • Enfoque al trabajo en base de resultados • Trabajo bajo presión
FUNCIONES PRINCIPALES DEL PUESTO	• Coordinación y supervisión del personal a cargo • Cumplimiento de objetivos de ventas • Creación de oportunidades de negocio. • Negociaciones con clientes.
RESPONSABILIDADES DEL PUESTO	Supervisar las personas s a su cargo y planificar en equipo las mejores estrategias para el crecimiento en ventas y oportunidades de negocios.
COMPLEJIDAD DEL PUESTO	Lo fundamental en los primeros años de la empresa será buscar nuevas oportunidades de negocio y planificar estrategias para captar más clientes.
TOMA DE DECISIONES DENTRO DE LAS ACTIVIDADES DEL PUESTO	Se deberá tomar decisiones que mejor convengan a los intereses de la empresa en las negociaciones que se llevan a cabo con clientes. Decisiones de importación en la planificación de estrategias para el negocio con el fin de mantener su rentabilidad en el tiempo en base a nuevas oportunidades.

Tabla 8: Técnico de servicios

DEPARTAMENTO	DEPARTAMENTO DE VENTAS
NOMBRE DEL PUESTO	Técnico de servicios
PUESTO AL QUE REPORTA	Supervisor de ventas
COMPETENCIAS LABORALES REQUERIDAS PARA EL PUESTO	• Atención a usuarios mediante información documental • Manejo del polígrafo y evaluación de resultados • Análisis e interpretación de información • Manejo y control de información confidencial • Calidad de servicio
FUNCIONES PRINCIPALES DEL PUESTO	• Apoyar en la selección del personal nuevo, a través de la aplicación de pruebas psicotécnicas y el uso de las herramientas de poligrafía y grafología, para evitar riesgos que afecten los objetivos y valores institucionales. • Auxiliar en la elaboración de los reportes poligráficos, mediante los lineamientos establecidos de la empresa. • Apoyar en los procesos de investigación que se realizan a los aspirantes a ocupar una plaza dentro de las empresas de nuestros clientes, mediante la aplicación de lineamientos y criterios internos, para garantizar que el personal nuevo cumpla con los requisitos de evaluación previamente establecidos.
RESPONSABILIDADES DEL PUESTO	Apoyo en la evaluación al personal que será contratado para nuestros clientes, mediantes nuestros servicios de grafología, poligrafía y pruebas psicotécnicas Colaborar en los procesos de investigación al nuevo personal que va a ser contratado
COMPLEJIDAD DEL PUESTO	El no contar con estrategias que permitan sustentar los resultados de un examen poligráfico
TOMA DE DECISIONES DENTRO DE LAS ACTIVIDADES DEL PUESTO	En la interpretación de las evaluaciones y la elaboraciones de las psicológicas, de grafología y poligrafía

Tabla 9: Personal de ventas

DEPARTAMENTO	DEPARTAMENTO DE VENTAS
NOMBRE DEL PUESTO	Personal de ventas
PUESTO AL QUE REPORTA	Supervisor de ventas
COMPETENCIAS LABORALES REQUERIDAS PARA EL PUESTO	• Compromiso en el cumplimiento de metas • Disposición y buena actitud de clientes • Habilidades para la venta • Negociaciones con clientes.
FUNCIONES PRINCIPALES DEL PUESTO	• Cumplimiento de objetivos de ventas • Creación de oportunidades de negocio. • Negociaciones con clientes. • Visita a clientes
RESPONSABILIDADES DEL PUESTO	Su funciones es la búsqueda de nuevas oportunidades de negocio y clientes, contactando vía telefónica o visita ofreciendo los servicios y beneficios de los exámenes de poligrafía, grafología y las pruebas psicotécnicas
COMPLEJIDAD DEL PUESTO	Técnicas de venta a clientes ofreciendo un servicio que beneficia la contracción y control del personal que desea contratar el cliente, términos de negociación que garanticen una venta efectiva
TOMA DE DECISIONES DENTRO DE LAS ACTIVIDADES DEL PUESTO	Decisiones que se presenten en la negociación con los clientes en la venta

Tabla 10: Departamento de contabilidad

CONTADOR GENERAL

DEPARTAMENTO	DEPARTAMENTO DE CONTABILIDAD
NOMBRE DEL PUESTO	Contador General
PUESTO AL QUE REPORTA	Dirección general
COMPETENCIAS LABORALES REQUERIDAS PARA EL PUESTO	• Análisis y discernimiento • Disciplina • Organización en la ejecución de actividades
FUNCIONES PRINCIPALES DEL PUESTO	• Realizar la planificación del ciclo contable de la empresa así también como el registro de los ingresos y egresos • Elaborar la planificación presupuestaria del negocio, estados financieros en fechas con información oportuna y verídica; examinar el valor de los inventarios de mercaderías y efectuar los ajustes respectivos • Elaborar las declaraciones de impuestos de ventas y renta, revisar las facturas de proveeduría para su contabilización.
RESPONSABILIDADES DEL PUESTO	Registrar los movimientos contables de la empresa, registrar los movimientos en inventario y pagos a proveedores con el fin de tener los datos necesarios para la toma de decisiones con respecto a las cuentas contables de la empresa.
COMPLEJIDAD DEL PUESTO	Dificultad de no tener los datos necesarios y exactos para el cierre del ciclo contable
TOMA DE DECISIONES DENTRO DE LAS ACTIVIDADES DEL PUESTO	Capacidad y criterio en toma de decisiones

Tabla 11: Auxiliar de contabilidad

DEPARTAMENTO	DEPARTAMENTO DE CONTABILIDAD
NOMBRE DEL PUESTO	Auxiliar de contabilidad
PUESTO AL QUE REPORTA	Contador general
COMPETENCIAS LABORALES REQUERIDAS PARA EL PUESTO	• Análisis y discernimiento • Disciplina • Organización en la ejecución de actividades
FUNCIONES PRINCIPALES DEL PUESTO	• Elaborar las declaraciones de impuestos de ventas y renta, revisar las facturas de proveeduría para su contabilización • Apoyar en los procesos del ciclo contable • Registrar los egresos e ingresos de la empresa • Manejar el archivo contable de la empresa.
RESPONSABILIDADES DEL PUESTO	Registrar los movimientos contables de la empresa, registrar los movimientos en inventario y organizar el archivo contable de la empresa.
COMPLEJIDAD DEL PUESTO	Complejidad en los procesos del ciclo contable de la empresa
TOMA DE DECISIONES DENTRO DE LAS ACTIVIDADES DEL PUESTO	Capacidad y criterio en toma de decisiones

Tabla 12: Auxiliar de Cobranzas

DEPARTAMENTO	DEPARTAMENTO DE CONTABILIDAD
NOMBRE DEL PUESTO	Auxiliar de cobranzas
PUESTO AL QUE REPORTA	Contador general
COMPETENCIAS LABORALES REQUERIDAS PARA EL PUESTO	• Honestidad • Responsabilidad • Iniciativa • Compromiso
FUNCIONES PRINCIPALES DEL PUESTO	• Asiste y elabora en los reportes mensuales de recuperación de cartera y depuración de estados de cuenta. • Se encarga de la negociación con los clientes para tratar de lograr la cobranza de cartera vencida. • Recibe las facturas elaboradas, revisa que contengan los documentos necesarios para el cobro y mantiene archivos para el control con fecha, nombre de cliente y montos para el correcto control de la gestión de cobranzas.
RESPONSABILIDADES DEL PUESTO	Apoyo en el proceso de recuperación de cartera vencida a fin con los objetivos propuestos por la gerencia, realizando para su gestión reportes con información precisa de la gestión realizada.
COMPLEJIDAD DEL PUESTO	Dificultad en contactar a los clientes y poder recuperar la cartera vencida
TOMA DE DECISIONES DENTRO DE LAS ACTIVIDADES DEL PUESTO	Negociación con los clientes para el compromiso de pago en un plazo determinado.

Tabla 13: Técnico de soporte

DEPARTAMENTO	DEPARTAMENTO DE SISTEMAS
NOMBRE DEL PUESTO	Técnico de soporte
PUESTO AL QUE REPORTA	Dirección general
COMPETENCIAS LABORALES REQUERIDAS PARA EL PUESTO	• Enfoque en los cumplimientos de metas • Manejo de base de datos • Manejo y mantenimiento del polígrafo • Conocimiento en sistemas y redes
FUNCIONES PRINCIPALES DEL PUESTO	• Asistir y brindar apoyo en los sistemas y equipos de la empresa. • Realizar mantenimiento y un control adecuado a los equipos de la empresa y a los sistemas operativos para su correcto funcionamiento.
RESPONSABILIDADES DEL PUESTO	• Mantenimiento de los equipos encargados de poligrafía, grafología y pruebas psicotécnicas, control y apoyo en la solución de los sistemas operativos de la empresa. • Brinda mantenimiento al sistema de la empresa • Brinda soporte y soluciones a problemas técnicos y de sistemas • Maneja base de datos de los clientes de la empresa
COMPLEJIDAD DEL PUESTO	Problemas que se presenten en el sistema o en el mantenimiento de los equipos
TOMA DE DECISIONES DENTRO DE LAS ACTIVIDADES DEL PUESTO	Decisiones en el manteamiento y funcionalidad de los equipos y sistema operativos del negocio.

Tabla 14: Auxiliar de soporte

DEPARTAMENTO	DEPARTAMENTO DE SISTEMAS
NOMBRE DEL PUESTO	Auxiliar de soporte
PUESTO AL QUE REPORTA	Técnico de soporte
COMPETENCIAS LABORALES REQUERIDAS PARA EL PUESTO	• Manejo de base de datos • Manejo y mantenimiento del equipo de polígrafo • Manejo básico en sistemas
FUNCIONES PRINCIPALES DEL PUESTO	• Asistir y brindar apoyo en los sistemas y equipos de la empresa. • Realizar mantenimiento y un control adecuado a los equipos de la empresa y a los sistemas operativos para su correcto funcionamiento.
RESPONSABILIDADES DEL PUESTO	• Mantenimientos de los equipos encargados de poligrafía, grafología y pruebas psicotécnicas • Brinda soporte y solución a problemas técnicos y de sistemas
COMPLEJIDAD DEL PUESTO	Dificultades que se presenten en el sistema
TOMA DE DECISIONES DENTRO DE LAS ACTIVIDADES DEL PUESTO	Decisiones en el manteamiento y funcionalidad de los equipos

Tabla 15: Departamento Administrativo Auxiliar

SECRETARIA

DEPARTAMENTO	**DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO AUXILIAR**
NOMBRE DEL PUESTO	Secretaria
PUESTO AL QUE REPORTA	Dirección general
COMPETENCIAS LABORALES REQUERIDAS PARA EL PUESTO	Compromiso con las demás áreas en cuanto a poyo operativo
FUNCIONES PRINCIPALES DEL PUESTO	• Apoyar en el desarrollo de las funciones de la jefatura y personales en las distintas áreas, en las labores secretariales que le correspondan. • Preparar, tramita y controla la documentación generada en el departamento, tal como facturas, órdenes de cheques, etc. • Preparar los informes que le soliciten. • Colaborar con otras funciones afines, de acuerdo al giro de la gerencia a la cual presta sus servicios.
RESPONSABILIDADES DEL PUESTO	Encargada de brindar apoyo a las diferentes áreas organización del archivo y apoyo con los procesos operativos, en el cumplimiento de tareas y procesos.
COMPLEJIDAD DEL PUESTO	N/A
TOMA DE DECISIONES DENTRO DE LAS ACTIVIDADES DEL PUESTO	N/A

Tabla 16: Mensajero

DEPARTAMENTO	**DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO AUXILIAR**
NOMBRE DEL PUESTO	Mensajero
PUESTO AL QUE REPORTA	Dirección general
COMPETENCIAS LABORALES REQUERIDAS PARA EL PUESTO	• Conocimientos y ubicación dentro de la ciudad • Conocimiento básico de trámites bancarios
FUNCIONES PRINCIPALES DEL PUESTO	• Realizar depósitos y retiros bancarios y pagos de servicios. • Apoyar a los labores de archivo de documentación del área contable; así como su manejo y administración. • Realizar servicios de mensajería externa cuando se requiera. • Apoyar en el área administrativa de la demás áreas
RESPONSABILIDADES DEL PUESTO	Encargado de la mensajería externa cuando sea requerida y de pagos de servicios, trámites bancarios, además de brindar apoyo a las áreas de la empresa.
COMPLEJIDAD DEL PUESTO	N/A
TOMA DE DECISIONES DENTRO DE LAS ACTIVIDADES DEL PUESTO	N/A

3.4 INGENIERÍA DEL PROYECTO

Para el desarrollo de nuestro proyecto, se ha diseñado varios procesos para coordinar con las diferentes áreas; para el control y supervisión de recursos y las tareas encargadas a cada puesto de trabajo.

Así también como la descripción y los beneficios de nuestros servicios en el control y contratación de nuevo personal.

3.4.1 Descripción de los servicios

Grafología.

Esta técnica nos permite a través de la escritura de la persona, conocer en profundidad varios aspectos tales como:

Características intelectuales: nos permite dar la agilidad mental y capacidad de síntesis que posea un individuo, siento esto importante en el caso que se busque contratar personal con agilidad y habilidad numérica y la toma de decisiones.

Aptitudes para el trabajo: nos ayuda a conocer qué grado de orden, detallismo, concentración y dotes de mando e iniciativa mantiene una persona, importante para identificar qué tipo de personal se desea contratar para un puesto especifico.

En el área social: ayuda a conocer como una persona se adapta a los distintos ambientes y situaciones, si la tendencia del individuo es a ser flexible o autoritario

Energía: Es un factor importante en cuanto se refiere en conocer al individuo, ya que nos permite conocer cuanta energía pone en su trabajo, su auto concepto y la confianza que tiene en sí mismo y sus posibilidades.

Poligrafía.

Esta técnica permite preseleccionar empleados y ver sus verdaderas intenciones; realizar evaluaciones periódicas o de rutina, y la investigación de delitos.

Esta técnica consiste en realizar una prueba poligráfica computarizada, el cual determina en un 98% de efectividad si la persona miente o no. Este proceso es útil en la preselección de personal destinado a ocupar un puesto de máxima confianza, que se requiera a su vez un alto índice de integridad, en especial las empresas relacionadas con:

- Compañías de seguridad
- Manejo de mercancías
- Manejo de dinero y valores
- Manipulación de sustancias químicas
- Manejo de información confidencial
- Empresas de trabajo temporal
- Personal domestico

Tipos de evaluación

Exámenes Pre- Empleo, sirven para determinar si el candidato ha sido honesto al llenar los datos requeridos en la solicitud de empleo. A través de este examen se puede llegar a determinar si la persona tiene algún antecedente judicial, si abusa de bebidas alcohólicas, si tiene contactos con delincuentes o si ha sido despedido de trabajos anteriores.

Exámenes Pos-Empleo o de Rutina, sirven para detectar hurtos, fraudes, fuga de información, irregularidades y violaciones a los procedimientos establecidos dentro de la empresa.

Exámenes específicos, están diseñados para confirmar la inocencia o descubrir la culpabilidad de una persona en la comisión de un delito o un incidente de seguridad, tales como: hurtos, fraudes, fuga o venta de información.

Pruebas Psicotécnicas

Esta herramienta es conocida como una de las mejores herramientas para la preselección de personal, evaluaciones periódicas y capacitación.

Tipos de Evaluaciones:

Test de ventas, pone de manifiesto un núcleo amplio de características de personalidad cuya presencia es indispensable para el éxito del profesional de la venta.

Estilos administrativos, mide los estilos administrativos y nos permite conocer el comportamiento relacionado con el desempeño en el trabajo.

Rasgos de personalidad, analiza los rasgos más profundos de la personalidad del candidato.

Nivel de inteligencia, ofrece una visión del coeficiente intelectual o del nivel general intelectual desde distintos puntos de vista; por analogías, razonamientos y resolución de conflictos.

Preferencias vocacionales y personales, los resultados permiten obtener un perfil que muestra cómo están conformados los intereses del sujeto según las áreas ocupacionales.

Adaptabilidad al puesto, esta herramienta nos permita conocer el grado de adaptabilidad y compatibilidad del puesto de trabajo con las características de la persona, además de su adaptabilidad social.

3.4.2 Mapa de procesos

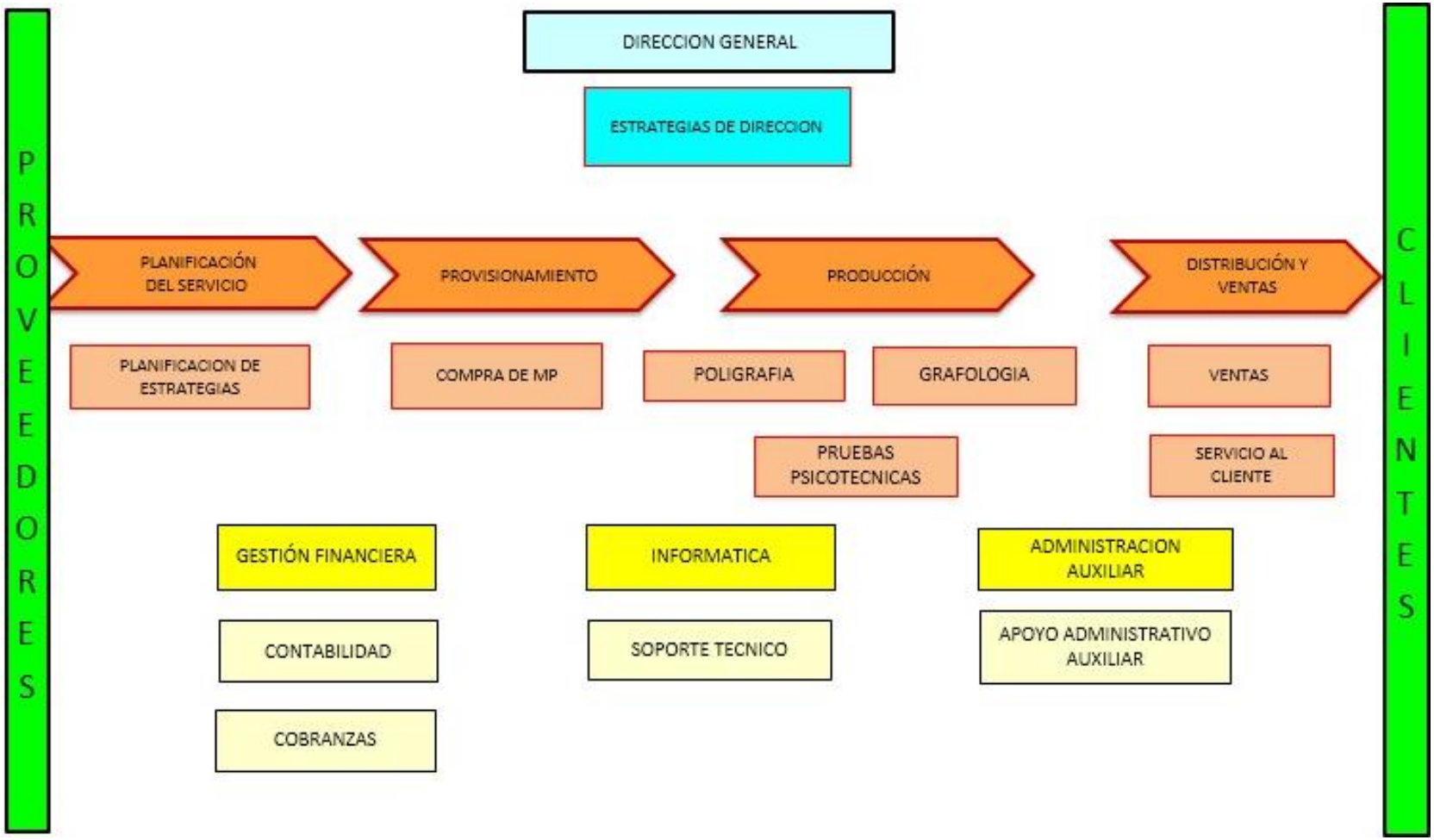


Figura 18: Mapa de procesos

El mapa de procesos elaborado para el proyecto esta direccionado de forma horizontal partiendo desde nuestros proveedores que nos brindan los suplementos tecnológicos, servicio técnico y equipos para la prestación de nuestros servicios ofertados.

Posterior se encuentra los procesos divididos en procesos primarios importantes en el proceso de venta desde la planificación del servicio ofertado, abastecimiento y funcionamiento óptimo de los equipos para llegar a la oferta de los servicios que se ofertan y estén listos para que nuestros clientes puedan utilizar estas herramientas en el proceso de selección y control de su personal.Siguiente a la par se encuentran los procesos de apoyo que complementan la cadena de venta proporcionado soporte en el proceso y complementando con la administración de los recursos utilizados. Por último se encuentran los procesos gerenciales encargado de la planificación, revisión de las estratégicas comerciales y la administración de los recursos de la empresa.

Toda la cadena de procesos que comienza con nuestros proveedores pasando por varios segmentos que apoyan en la planificación organización, la venta de los servicios y el control de los recursos, dan como resultado la oferta de nuestro negocio al cliente.

3.4.2.1 Procesos Primario

Estos son los procesos, los cuales ayudaran el proceso de ventas de la empresa, a través de planificar una estrategia para llegar a nuestros

potenciales clientes y que sean estos quienes descubran el beneficio de nuestros servicios en el proceso de control y contratación a personal.

A lo largo del proceso de venta, también se incluye la planificación para la adquisición de materia prima y posterior la estructura de los servicios que prestara nuestra empresa.

PLANIFICACIÓN DEL SERVICIO

Planificación de estrategias.

En este proceso está basado en las estrategias para la venta de los servicios que ofreceremos y realizar un proceso de post- venta que nos permita conocer cómo podemos mejorar; así también, conocer las necesidades de nuestros potenciales clientes.

En este proceso se planifica todo el proceso de compra y nos permitirá conocer a nuestros proveedores y la oportunidad de negociar con los mismos-

Se han considerado las siguientes estrategias para nuestro proyecto:

- Creación de página web y promoción en redes sociales de los servicios ofertados.

- Negociación con empresas de contratación masiva, esta estrategia nos permitirá ser el proveedor de esto tipo de empresa, de esta manera prestaremos nuestros servicios de control de personal a empresas con amplio personal.

- Mantener un excelente servicio y cumplir las expectativas de nuestros clientes, al ser una empresa nueva en el mercado esto marca una diferencia y existe la ventaja que seamos referidos a más clientes.

- Mantener a los empleados capacitados en el buen servicio al cliente y en las técnicas de grafología, poligrafía y pruebas psicotécnicas para prestar un servicio eficiente y profesional.

- Conocer a nuestros clientes y crear un servicio de post- venta cuya objetivo es conocer la experiencia que tuvieron con nuestra empresa y que aspecto se debe mejorar para mantener un servicio de calidad.

- Negociación con proveedores para el acuerdo de pago y tiempo en la compra de materia prima. Enfocarse en tener una buena relación con nuestros proveedores y tener buena experiencia en el pago, así también mantener un control de inventario para no exceder en el costo de compra de materiales.

- Programación de visita a empresa, con la finalidad de estas visitas es la venta directa de nuestros servicios y que nuestros clientes conozcan más sobre nosotros.

- Proponer objetivos anuales de venta de los servicios ofrecidos y en base a estos objetivos cumplidos pagar un bono por cumplimiento.

PROVISIONAMIENTO:

Compra de materia prima

Bajo este proceso se realiza el aprovisionamiento e inventario para nuestro negocio y la negociación con los proveedores; para esto se han identificado los siguientes proveedores.

- ELITE STAFF CIA. LTDA.
- SHS SMART HELP
- TELECSA
- TEKATRONIC S.A.
- ZONA DIGITAL
- IMAGINATION

PRODUCCIÓN

Grafología.

Esta técnica nos permite a través de la escritura de la persona, conocer en profundidad varios aspectos tales como:

Características intelectuales: nos permite dar la agilidad mental y capacidad de síntesis que posea un individuo, siento esto importante en el caso que se busque contratar personal con agilidad y habilidad numérica y la toma de decisiones.

Aptitudes para el trabajo: nos ayuda a conocer qué grado de orden, detallismo, concentración y dotes de mando e iniciativa mantiene una persona, importante para identificar qué tipo de personal se desea contratar para un puesto especifico.

Poligrafía.

Esta técnica permite preseleccionar empleados y ver sus verdaderas intenciones; realizar evaluaciones periódicas o de rutina, y la investigación de delitos.

Esta técnica consiste en realizar una prueba poligráfica computarizada, el cual determina en un 98% de efectividad si la persona miente o no. Este proceso es útil en la preselección de personal destinado a ocupar puesto de

máxima confianza, que se requiera a su vez un alto índice de integridad, en especial las empresas relacionadas con:

- Compañías de seguridad
- Manejo de mercancías
- Manejo de dinero y valores
- Manipulación de sustancias químicas
- Manejo de información confidencial
- Empresas de trabajo temporal
- Personal domestico

Pruebas Psicotécnicas

- Esta herramienta es conocida como una de las mejores herramientas para la preselección de personal, evaluaciones periódicas y capacitación.

Tipos de Evaluaciones:

- **Test de ventas,** pone de manifiesto un núcleo amplio de características de personalidad cuya presencia es indispensable para el éxito del profesional de la venta.

- **Estilos administrativos,** mide los estilos administrativos y nos permite conocer el comportamiento relacionado con el desempeño en el trabajo.

- **Rasgos de personalidad,** analiza los rasgos más profundos de la personalidad del candidato.

- **Nivel de inteligencia,** ofrece una visión del coeficiente intelectual o del nivel general intelectual desde distintos puntos de vista; por analogías, razonamientos y resolución de conflictos.

- **Preferencias vocacionales y personales,** los resultados permiten obtener un perfil que muestra cómo están conformados los intereses del sujeto según las áreas ocupacionales.

- **Adaptabilidad al puesto,** esta herramienta nos permita conocer el grado de adaptabilidad y compatibilidad del puesto de trabajo con las características de la persona, además de su adaptabilidad social.

DISTRIBUCIÓN Y VENTAS

VENTAS

Bajo este proceso se encuentra el proceso de venta de los servicios ofrecidos por la empresa. Se identificó que nuestro mercado objetivo seria las empresas ubicadas en la ciudad de Quito sean estas del sector público o privado; así también se dio la posibilidad de que no solo nuestro proyecto se enfoque a las empresas y que también contemple a personas naturales que requieran contratar nuestros servicios.

El proceso de ventas estará apoyada por publicidad en la web y redes sociales, así también como estrategia trabajar con empresas cazadoras de talento y de contratación masiva.

Una vez identificado nuestros clientes nuestros técnicos procederían a realizar el trabajo y cumpliendo todos los procedimientos en poligrafía y grafología, posterior a realizar el examen realizaran un informe según las necesidades de la empresa desee conocer acerca del candidato.

Los resultados del examen junto con un informe del perfil del individuo serán enviados a la empresa para que puedan ser analizados. El informe enviado incluirá la siguiente información:

- Datos personales del candidato
- Perfil emocional del candidato
- Perfil profesional del candidato
- Perfil social del candidato
- Resultado de las preguntas realizadas bajo el examen de grafología
- Nivel de conocimiento del candidato
- Aptitudes del cliente

Servicio al cliente

En este proceso se encuentra el proceso de post venta del cliente, en el cual se conocerá la percepción del cliente de nuestros servicios ofrecidos, los

aspectos a mejorar. Así también, este proceso está enfocado en la fidelización del cliente en mantenerlo informado de los servicios que podemos ofrecer a su negocio y asesorarlo de la mejor manera en la contratación de su personal.

3.4.2.2 Procesos de apoyo

GESTIÓN FINANCIERA

Contabilidad

El objetivo de este proceso es el registro contable de los movimientos de nuestra empresa. La persona encargada de este proceso deberá realizar los siguientes procesos:

- Registro de los ingresos y egresos de la empresa.
- Ciclo contable.
- Inventario de la empresa.
- Realización de balances y estados de resultados anuales.
- Prepara la declaración mensual y anual de impuestos.
- Prepara informe de situación financiera de la empresa.

Estos procesos permitirán conocer cómo se encuentra financieramente la empresa, y que decisiones se deben tomar para la reducción de gastos y hacer un seguimiento y planificar estrategias para el aumento en el nivel

de ventas, de igual manera estos procesos además permitirá la administración correcta de los recursos disponibles y el inventario de la empresa.

En cuenta a impuestos permitirá que sean declarados a tiempo y con la información correcta con el fin de evitar cualquier tipo de sanción.

Cobranzas

En este proceso se realiza la gestión de cobranzas de los clientes, este proceso se realizada después del informe realizado por el departamento de contabilidad acerca de la cartera vencida, la finalidad de este proceso es que la persona encargada logre mantener la cuenta contable con el menor índice de vencimiento realizando una gestión profunda y tomando decisiones para garantizar el pago y recuperación de estos valores.

El objetivo de realizar una gestión pro activa de la cartera vencida de nuestros clientes, es no comprometer la liquidez de la empresa.

Para este proceso la persona encargada realizara los siguientes procedimientos:

- Manejo de base de clientes
- Fijación de metas para disminuir el índice de clientes vencidos
- Gestión pro activa para la recuperación de valores

- Negociación de clientes para el pago o modalidades de pago
- Prestación de reportes de la gestión de cobranza

INFORMATICA

SOPORTE TÉCNICO

El soporte técnico a las áreas de la empresa y el mantenimiento de los equipos se encuentra en este proceso. El objetivo es mantener siempre operativa a todas las áreas y atender los requerimientos que se presentan; así también realizar el mantenimiento a los equipos que brindan los servicios.

En este proceso se realiza mediante el siguiente orden:

- Reporte de requerimiento para atención en error en sistema
- Requerimiento de mantenimiento de equipos
- Asignación de caso con diagnóstico y plazo de solución
- Mantenimiento y atención en el sistema
- Informe de reporte de errores y mantenimiento de equipos

GESTIÓN ADMINISTRATIVA

Administración de recursos

En este proceso se encuentra el proceso administrativo de manejo de los recursos, en este proceso se realiza lo siguiente:

- Administración de inventarios
- Solicitud de compra de inventarios
- Seguimiento en los requerimientos de soporte técnico
- Logística

3.4.2.3 Procesos Gerenciales

DIRECCIÓN GENERAL

ESTRATEGIAS DE DIRECCIÓN, PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y OPERATIVA

Esta posición corresponde al gerente general que está encargado de la planificación, revisión de las estratégicas comerciales y la administración de los recursos de la empresa.

En este proceso también se realiza el proceso de negociación con clientes tomando en cuenta el plazo de pago y los descuentos que se pudieran dar en la negociación.

En cuanto al proceso de negociación con clientes se toma en cuenta el plazo que será pagado por los servicios prestados y la fijación de un monto acordado por el pago de los servicios.

En este proceso se encuentra la planificación para la optimización de recursos y la planificación de estrategias para la captación de nuevos clientes.

En cuanto a la administración de los recursos, la persona encargada de esta posición planifica y administra los recursos y vigilara por el correcto su correcto uso. Para la correcta ejecución de este proceso se han seleccionado tareas que se deberán cumplir:

- Revisión de los requerimiento de adquisición
- Revisión de los requerimientos de mantenimiento de equipos
- Control de inventarios
- Realizar informa de gastos de la empresa

Para el proceso de estrategias en cuanto a ventas, esta posición se debe enfocar en cumplir objetivos y que su equipo de trabajo también los logre, con el objetivo de buscar clientes y mantenerlos, a través de una gestión pro activa que permita aumentar el nivel de ventas de nuestros servicios. Para este proceso se han seleccionado ciertas tareas que se deberán cumplir para.

- Cumplimiento mensual de ventas
- Apoyo a las vendedores y negociación con los clientes

- Revisar los reportes de visita a vendedores
- Planificar estrategias que permita mejorar el servicio al cliente
- Revisar reportes de grafología y poligrafía antes de ser enviado al cliente
- Realizar control de la gestión de cobranza a los clientes.

4 ANÁLISIS FINANCIERO

El siguiente análisis financiero permitirá tener una visión en cuanto al volumen de ventas por cada rubro de los diferentes servicios que prestara la empresa, el costo de la inversión que se deberá realizar y los diferentes gastos incurridos en la administración del negocio y asegurar su rentabilidad. Para el estudio del análisis se separó por rubros de ingresos y gastos; así también, se incluirán indicadores financieros para el estudio con el fin de conocer la rentabilidad en el tiempo y viabilidad de la empresa.

El análisis financiero comenzara en el año 2016 como año de partida y las proyecciones financieras que se realicen se los realizara a seis años para estudiar la evolución en cuanto a gastos e ingresos. Con estos antecedentes se procederá el análisis financiero del proyecto de negocio demostrando que el negocio que se va a emprender es rentable y que puede permanecer en el tiempo.

En el siguiente capítulo de análisis financiero, se podrá tener una visión de cada uno de los factores financieros que constituirán a la empresa, en donde se detallaran las ventas por rubro de cada servicio ofrecido; así también como los diferentes rubros de gastos como pagos de personal, compras, administrativos y publicidad. Por último se realizara el cálculo y análisis de viabilidad de negocio bajo el análisis de varios índices financieros.

Tabla 17: Supuestos

Incremento de precio	1%
Incremento de clientes	7%
Incremento gasto personal	4%
Incremento gasto venta	2%
Incremento gasto administrativo	2%
Tasa de descuento	15%
Inflación	3,38%

Fuente: (Banco Central del Ecuador, s.f.)

4.1 PRESUPUESTO DE VENTAS

4.1.1 Presupuesto de ventas anual

Para la realización del presupuesto de ventas, se ha separado por los diferentes servicios que oferta la empresa, tomando en consideración que los precios son diferentes para cada servicio; adicionalmente se establecerá dos tipos de precios unos dedicados a personas naturales y otros a las empresas por la diferencia que existe en cuanto a volumen de empleados y la diferencia en la complejidad de sus necesidades al momento de contratar personal nuevo.

Al precio marcado de nuestros servicios se ha tomado la decisión de realizar un incremento anual del 1% con forme se desarrolle el proyecto en los seis años, esto para igualar en el caso que existan aumentos en cuanto a precios en repuestos para las maquinas o aumento en gastos de personal, este aumento también responde a cualquier tipo de crecimiento que experimente el país en los próximos seis años; así también para el cálculo en la proyección de ventas se tomó como base un número estimado de clientes tomando en cuenta que cada

empresa mantiene un volumen alto en cuanto a empleados, a este número se plantea como objetivo principal dentro de la administración de la empresa que nuestra cartera de clientes durante este periodo de seis años crezca al menos un 8% cada año.

El precio que se sugirió para nuestro proyecto está dado por el mercado, es decir se analizó los precios de la competencia y la complejidad de cada servicio que se oferta, de esta manera se mantuvo un precio base competitivo para nuestros clientes.

Tabla 18: Presupuesto de Ventas

PRESUPUESTO DE VENTAS			
POLIGRAFÍA			
PRECIO	60	NUMERO DE CLIENTE ESTIMADO INICIAL	450
INCREMENTO EN PRECIO	1%	INCREMENTO ESTIMADO EN CLIENTES	10%

	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	TOTAL
CANTIDAD	450,00	495,00	544,50	598,95	658,85	724,73	
PRECIO	60,00	60,60	61,21	61,82	62,44	63,06	
TOTAL	**27000,00**	**29997,00**	**33326,67**	**37025,93**	**41135,80**	**45701,88**	**214187,28**

PRESUPUESTO DE VENTAS			
POLIGRAFÍA			
PRECIO	60	NUMERO DE CLIENTE ESTIMADO INICIAL	450
INCREMENTO EN PRECIO	1%	INCREMENTO ESTIMADO EN CLIENTES	10%

	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	TOTAL
CANTIDAD	450,00	495,00	544,50	598,95	658,85	724,73	
PRECIO	60,00	60,60	61,21	61,82	62,44	63,06	
TOTAL	**27000,00**	**29997,00**	**33326,67**	**37025,93**	**41135,80**	**45701,88**	**214187,28**

PRESUPUESTO DE VENTAS			
GRAFOLOGÍA			
PRECIO	30	NUMERO DE CLIENTE ESTIMADO INICIAL	200
INCREMENTO EN PRECIO	1%	INCREMENTO ESTIMADO EN CLIENTES	7%

	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	TOTAL
CANTIDAD	200,00	214,00	235,40	258,94	284,83	313,32	
PRECIO	30,00	30,30	30,60	30,91	31,22	31,53	
TOTAL	**6000,00**	**6484,20**	**7203,95**	**8003,58**	**8891,98**	**9878,99**	**46462,70**

PRESUPUESTO DE VENTAS			
GRAFOLOGÍA			
PRECIO	30	NUMERO DE CLIENTE ESTIMADO INICIAL	200
INCREMENTO EN PRECIO	1%	INCREMENTO ESTIMADO EN CLIENTES	7%

	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	TOTAL
CANTIDAD	200,00	214,00	235,40	258,94	284,83	313,32	
PRECIO	30,00	30,30	30,60	30,91	31,22	31,53	
TOTAL	**6000,00**	**6484,20**	**7203,95**	**8003,58**	**8891,98**	**9878,99**	**46462,70**

PRESUPUESTO DE VENTAS			
PRUEBAS PSICOTÉCNICAS			
PRECIO	75	NUMERO DE CLIENTE ESTIMADO INICIAL	450
INCREMENTO EN PRECIO	1%	INCREMENTO ESTIMADO EN CLIENTES	5%

	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	TOTAL
CANTIDAD	450,00	472,50	519,75	571,73	628,90	691,79	
PRECIO	75,00	75,75	76,51	77,27	78,05	78,83	
TOTAL	**33750,00**	**35791,88**	**39764,77**	**44178,66**	**49082,49**	**54530,65**	**257098,46**

PRESUPUESTO DE VENTAS			
PRUEBAS PSICOTÉCNICAS			
PRECIO	75	NUMERO DE CLIENTE ESTIMADO INICIAL	450
INCREMENTO EN PRECIO	1%	INCREMENTO ESTIMADO EN CLIENTES	5%

	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	TOTAL
CANTIDAD	450,00	472,50	519,75	571,73	628,90	691,79	
PRECIO	75,00	75,75	76,51	77,27	78,05	78,83	
TOTAL	**33750,00**	**35791,88**	**39764,77**	**44178,66**	**49082,49**	**54530,65**	**257098,46**

SUMATORIA TOTAL PRESUPUESTO DE VENTAS POR RUBRO							
	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	TOTAL
GRAFOLOGÍA	27000,00	29997,00	33326,67	37025,93	41135,80	45701,88	
POLIGRAFÍA	6000,00	6484,20	7203,95	8003,58	8891,98	9878,99	
PRUEBAS PSICOTÉCNICAS	33750,00	35791,88	39764,77	44178,66	49082,49	54530,65	
TOTAL	**66750,00**	**72273,08**	**80295,39**	**89208,17**	**99110,28**	**110111,52**	**517748,44**

SUMATORIA TOTAL PRESUPUESTO DE VENTAS POR RUBRO							
	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	TOTAL
GRAFOLOGÍA	27000,00	29997,00	33326,67	37025,93	41135,80	45701,88	
POLIGRAFÍA	6000,00	6484,20	7203,95	8003,58	8891,98	9878,99	
PRUEBAS PSICOTÉCNICAS	33750,00	35791,88	39764,77	44178,66	49082,49	54530,65	
TOTAL	**66750,00**	**72273,08**	**80295,39**	**89208,17**	**99110,28**	**110111,52**	**517748,44**

4.2 FINANCIAMIENTO

Para la operación de la empresa, se calcula que se necesita una inversión inicial de $45000 USD, este valor presupuestado corresponde al precio total de la compra que se realizará por los equipos de grafología, poligrafía y el sistema para la realización de pruebas psicotécnica; también, se encuentra incluido la adquisición de un vehículo que servirá para el transporte del personal y los equipos dentro de la ciudad.

4.3 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

Para la tabla de inversiones se desgloso tanto, la compra de los equipos y el sistema necesario para la prestación de nuestros servicios, como también la adquisición del vehículo y el servicio administrativo. Adicional se determinó que el costo del mantenimiento de las inversiones será del 5% es decir el mantenimiento de los equipos y la unidad de transporte, para garantizar su óptima y correcta funcionabilidad.

4.3.1 Depreciación

Las depreciaciones se las realizaran de acuerdo a los siguientes criterios:

- La vida útil para edificios es de 20 años - 5% anual
- La vida útil para equipos de computación es de 3 años - 33% anual
- La vida útil para maquinaria es de 10 años - 10% anual
- La vida útil para vehículos es de 5 años - 20% anual
- La vida útil Muebles y enseres es de 10 años -10% anual

Tabla 19: Inversiones

	VALOR USD	INSTALACIÓN	VALOR TOTAL USD	VIDA ÚTIL AÑOS	VALOR DEPRECIACIÓN	VALOR MANTENIMIENTO
DESCRIPCIONES						0,06
MAQUINARIA Y EQUIPO						
Equipos de computación	5000,00	500,00	5500,00	3,00	1833,33	300,00
Equipos de poligrafía	7000,00	700,00	7700,00	10,00	770,00	420,00
Equipos de grafología	5000,00	700,00	5700,00	10,00	570,00	300,00
Sistema Pruebas psicotécnicas	3000,00	300,00	3300,00	10,00	330,00	180,00
EQUIPO DE TRANSPORTE						
Vehículos	15000,00		15000,00	5,00	3000,00	900,00
SERVICIOS ADMINISTRATIVO						
Gastos de constitución	2000,00		2000,00			
Muebles y enseres	2000,00		2000,00	10,00	200,00	120,00
TOTAL INVERSIÓN FIJA	**39000,00**	**2200,00**	**41200,00**		**6703,33**	**2220,00**

RESUMEN	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
INVERSIÓN	45000,00				2200,00	
DEPRECIACIÓN	6703,33	6703,33	6703,33	6703,33	6703,33	6703,33
MANTENIMIENTO	2220,00	2220,00	2220,00	2220,00	2220,00	2220,00
TOTAL ANUAL	**53923,33**	**8923,33**	**8923,33**	**8923,33**	**8923,33**	**8923,33**

4.4 PRESUPUESTO DE GASTO PERSONAL

La empresa comenzará a funcionar con un personal estimado de 13 personas, entre los cuales se encuentran; gerentes, técnicos, ejecutivos, empleados administrativos y de soporte. Los empleados de la empresa gozaran de todos los beneficios que dicta la ley Ecuatoriana.

Con respecto al sueldo de cada uno de los empleados será de acuerdo a la posición que se ocupen y la complejidad del cargo que desempeñen, adicional se ha tomado la decisión presupuestar un aumento anual de su sueldo de un 4%, este aumento responderá al crecimiento que la empresa experimente y las decisiones economías del país, como nota este incremento al responder a los factores antes mencionados en el caso de ser positivos y el mercado se encuentra en una posición positiva que permita a la empresa seguir creciendo se realizara este aumento, casi contrario en el caso de experimenta todo lo contrario este incremento no será posible, debido ajuste de gastos que se deba realizar para garantizar la rentabilidad y sostenibilidad de la empresa.

Tabla 20: Presupuesto gasto personal

PRESUPUESTO GASTO PERSONAL INCREMENTO ANUAL 4%						
	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
N° Empleados	13	13	13	13	13	13
N° Presidente Ejecutivo	1	1	1	1	1	1
Sueldo Gerentes	1300,00	1352,00	1406,08	1462,32	1520,82	1581,65
TOTAL	**1300,00**	**1352,00**	**1406,08**	**1462,32**	**1520,82**	**1581,65**
N° Supervisor	1	1	1	1	1	1
Sueldo Supervisor	900,00	936,00	973,44	1012,38	1052,87	1094,99
TOTAL	**900,00**	**936,00**	**973,44**	**1012,38**	**1052,87**	**1094,99**
N° Técnicos	4	4	4	4	4	4
Sueldo Técnicos	600,00	624,00	648,96	674,92	701,92	729,99
TOTAL	**2400,00**	**2496,00**	**2595,84**	**2699,67**	**2807,66**	**2919,97**
N° Empleados administrativos	4	4	4	4	4	4
Sueltos empleados administrativos	500,00	520,00	540,80	562,43	584,93	608,33
TOTAL	**2000,00**	**2080,00**	**2163,20**	**2249,73**	**2339,72**	**2433,31**
N° Empleados apoyo	3	3	3	3	3	3
Sueldo Empleados de apoyo	400,00	416,00	432,64	449,95	467,94	486,66
TOTAL	**1200,00**	**1248,00**	**1297,92**	**1349,84**	**1403,83**	**1459,98**
TOTAL SUELDOS	**7800,00**	**8112,00**	**8436,48**	**8773,94**	**9124,90**	**9489,89**
APORTE PATRONAL	947,70	985,61	1025,03	1066,03	1108,67	1153,02
DECIMO TERCER SUELDO	6500,00	6760,00	7030,40	7311,62	7604,08	7908,24
DECIMO CUARTO SUELDO	366,00	380,64	395,87	411,70	428,17	445,29
FONDOS DE RESERVA		6760,00	7030,40	7311,62	7604,08	7908,24
TOTAL GASTOS PERSONAL	**15614**	**22998**	**23918**	**24875**	**25870**	**26905**

4.5 PRESUPUESTO DE GASTOS OPERATIVOS

4.5.1 Presupuesto de Gastos Administrativos

Dentro de este presupuesto se encuentran los gastos que incurren para mantener la empresa en operación, es decir, que se relacionan estrechamente con el giro de negocio.

Los gastos que se han previsto realizar son los siguientes:

- Servicios Básicos
- Internet
- Seguridad
- Limpieza
- Mantenimiento
- Suministros
- Capacitaciones
- Otros.

4.5.2 Presupuesto Gasto de Ventas

Gastos de ventas están incluidos todos aquellos rubros que tienen que ver directamente con la promoción y venta de los servicios ofertados, en nuestro caso, se han tomado rubros como:

- Publicidad: la cual será muy importante para dar a conocer a nuestra empresa, sus servicios y beneficios.

- Impresión Publicitaria: se entregaran hojas volantes y Fluyeras por el cual se pueda dar a conocer nuestros servicios.

Tabla 21: Presupuesto de Gasto Administrativo

PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS INCREMENTO ANUAL 2%								
	MENSUAL	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	TOTAL
SERVICIOS								
BÁSICOS	70,00	840,00	856,80	873,94	891,41	909,24	927,43	**5298,82**
INTERNET	80,00	960,00	979,20	998,78	1018,76	1039,13	1059,92	**6055,80**
LIMPIEZA	300,00	3600,00	3672,00	3745,44	3820,35	3896,76	3974,69	**22709,24**
SUMINISTROS DE OFICINA	200,00	2400,00	2448,00	2496,96	2546,90	2597,84	2649,79	**15139,49**
ARRIENDO	500,00	6000,00	6120,00	6242,40	6367,25	6494,59	6624,48	**37848,73**
GASTOS HORARIOS DIRECTORIO	360,00	4320,00	4320,00	4320,00	4320,00	4320,00	4320,00	
OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS								
GASOLINA Y TRANSPORTE	150,00	1800,00	1836,00	1836,00	1836,00	1836,00	1836,00	**10980,00**
TOTAL		**19920,00**	**20232,00**	**20513,52**	**20800,67**	**21093,56**	**21392,32**	**98032,07**

Tabla 22: Presupuesto gasto de ventas

PRESUPUESTO GASTO DE VENTAS								
INCREMENTO ANUAL 2%								
	MENSUAL	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	TOTAL
PUBLICIDAD DIGITAL	700,00	8400,00	8568,00	8739,36	8914,15	9092,43	9274,28	**52988,22**
PUBLICIDAD IMPRESA	300,00	3600,00	3672,00	3745,44	3820,35	3896,76	3974,69	**22709,24**
COMISIONES	500,00	6000,00	6120,00	6242,40	6367,25	6494,59	6624,48	**37848,73**
TOTAL		**18000,00**	**18360,00**	**18727,20**	**19101,74**	**19483,78**	**19873,45**	**113546,18**

4.6 PRESUPUESTO DE CAJA

Mediante la realización del presupuesto de caja se podrá determinar la liquidez de la empresa, de esta manera se puede observar en el plazo que se ha tomado para el análisis financiero, como será la evolución tanto en los ingresos como en los egresos, y en qué tiempo se lograr recuperar la inversión inicial que se realizó para la puesta en marcha para la empresa.

Para la realización del presupuesto de caja se deben tomar en cuenta que los ingresos se encuentran en el presupuesto de las ventas que se espera realizar y su respectivo incremento anual, el rubro de ingresos se encuentran los servicios principales que la empresa ofertará como es; pruebas psicotécnicas, pruebas de grafología y poligrafía. En el rubro de egresos se encuentran todos los gastos que realizara la empresa tanto como la adquisición de los equipos y muebles, como los gastos que incluirán los pagos al personal y gastos adicionales como administrativos y de ventas. Se inicia con un saldo inicial de 45,000.00 dólares, este dinero proviene del capital inicial que se mantiene de manera personal para iniciar el proyecto, vía capital reunido sin financiamiento.

La siguiente tabla nos permitirá conocer a fondo la diferencia entre el ingreso y el egreso, más a detalle cuanto se está presupuestando gastar para que el negocio funcione y tener una primera mirada a la liquidez que dejara las actividades de la empresa.

Tabla 23: Presupuesto de caja

PRESUPUESTO DE CAJA							
		Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Saldo inicial		45000,00	16223,57	24093,45	36242,10	52609,09	74434,01
Ventas		66750,00	72273,08	80295,39	89208,17	99110,28	110111,52
CAJA DISPONIBLE		**111750,00**	**88496,65**	**104388,83**	**125450,28**	**151719,37**	**184545,54**
PAGOS							
Equipos de computación		5000,00					
Equipos de poligrafía		7000,00					
Equipos de grafología		5000,00					
Sistema Pruebas psicotécnicas		3000,00					
Vehículos		15000,00					
Gastos de constitución		2000,00					
Muebles y enseres		2000,00					
Mantenimiento		2220,00	2220,00	2220,00	2220,00	2220,00	2220,00
Sueldos		7800,00	8112,00	8436,48	8773,94	9124,90	9489,89
Aporte patronal		947,70	985,61	1025,03	1066,03	1108,67	1153,02
Décimo tercer sueldo		6500,00	6760,00	7030,40	7311,62	7604,08	7908,24
Décimo cuarto sueldo		366,00	380,64	395,87	411,70	428,17	445,29
Fondos de reserva		0,00	6760,00	7030,40	7311,62	7604,08	7908,24
Gastos administrativos		19920,00	20232,00	20513,52	20800,67	21093,56	21392,32
Gastos de ventas		18000,00	18360,00	18727,20	19101,74	19483,78	19873,45
Impuesto a la renta por pagar		428,78	329,03	1535,86	3242,74	4782,16	7078,15
Participación trabajadores		343,95	263,92	1231,97	2601,13	3835,96	5677,66
TOTAL PAGOS		**95526,43**	**64403,20**	**68146,73**	**72841,19**	**77285,36**	**83146,27**
FLUJO DE CAJA		**-28776,43**	**7869,88**	**12148,66**	**16366,99**	**21824,92**	**26965,25**
SALDO FINAL	**45000,00**	**16223,57**	**24093,45**	**36242,10**	**52609,09**	**74434,01**	**101399,26**

4.7 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

En el estado de resultados realizado, nos presenta un resumen financiero de los resultados operativos de la empresa durante el tiempo que se ha determinado para el análisis financiero de la empresa, esto nos permitirá conocer la evolución del ingreso; así también, como cada uno de los egresos que incurrirá la empresa.

En esta proyección realizada se podrá conocer la utilidad de la empresa año a año, y permitirá dar los primeros juicios de valor si la empresa es rentable en el tiempo o no en base a la utilidad del ejercicio; así como, tomar decisiones tal como estrategias comerciales para el aumento de las ventas, y administrativas como el manejo óptimos de los recursos y la disminución de los gastos

Tabla 24: Estado de resultados proyectado

ESTADO DE RESULTADOS						
	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Ventas	66750,00	72273,08	80295,39	89208,17	99110,28	110111,52
UTILIDAD BRUTA	**66750,00**	**72273,08**	**80295,39**	**89208,17**	**99110,28**	**110111,52**
Gastos de venta	18000,00	18360,00	18727,20	19101,74	19483,78	19873,45
Gastos administrativos	19920,00	20232,00	20513,52	20800,67	21093,56	21392,32
Gastos de personal	15613,70	22998,25	23918,18	24874,91	25869,90	26904,70
Gasto de mantenimiento	2220,00	2220,00	2220,00	2220,00	2220,00	2220,00
Gastos de constitución	2000,00					
Depre. Equipos de computación	1833,33	1833,33	1833,33			
Depre. Equipos de grafología	570,00	570,00	570,00	570,00	570,00	570,00
Depre. Equipos de poligrafía	770,00	770,00	770,00	770,00	770,00	770,00
Depre. Sistema de pruebas psicotécnicas	330,00	330,00	330,00	330,00	330,00	330,00
Depre. Muebles y enseres	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Depre. Vehículos	3000,00	3000,00	3000,00	3000,00	3000,00	
TOTAL	**64457,03**	**70513,58**	**72082,23**	**71867,32**	**73537,24**	**72260,47**
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	**2292,97**	**1759,49**	**8213,16**	**17340,85**	**25573,04**	**37851,06**
15% Participación trabajadores	343,95	263,92	1231,97	2601,13	3835,96	5677,66
BASE IMPONIBLE	**1949,02**	**1495,57**	**6981,18**	**14739,73**	**21737,08**	**32173,40**
22% Impuesto a la renta	428,78	329,03	1535,86	3242,74	4782,16	7078,15
BASE PARA LA RESERVA LEGAL	**1520,24**	**1166,54**	**5445,32**	**11496,99**	**16954,92**	**25095,25**
10% Reserva legal	152,02	116,65	544,53	1149,70	1695,49	2509,53
UTILIDAD DEL EJERCICIO	**1368,21**	**1049,89**	**4900,79**	**10347,29**	**15259,43**	**22585,73**

4.8 BALANCE GENERAL

El balance general fue proyectado a cinco años desde el inicio de la empresa, así como las bases para su cálculo se encuentran en la siguiente tabla, permitiendo apreciar los activos, pasivos y patrimonio de la empresa, siendo el resumen de las tablas realizados anteriormente para la proyección tanto de ingresos como egresos de la empresa y su distribución detallada de cada una, permitiendo tener el primer vistazo del manejo financiero de la empresa. A las observaciones que se deben realizar a la tabla es al rubro de cuentas por pagar, el cual se estima que el monto proyectado de 2,200.00 dólares permita agregar una liquidez extra a la empresa por pagos pequeños que se deban realizar, a través de créditos realizados con instituciones financieras.

Como se mencionó anteriormente la función de la realización de la tabla ayuda también en la toma de decisiones o ajustes que se deben hacer pensando siempre en mantener a la empresa solvente y bien administrada.

Tabla 25: Balance General

BALANCE GENERAL	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Equipos de computación	5500,00	5500,00	5500,00			
Depre. Acum. Equipos de computación	1833,33	3666,67	5500,00			
	3666,67	**1833,33**	**0,00**			
Equipos de grafología	5700,00	5700,00	5700,00	5700,00	5700,00	5700,00
Depre. Acum. Equipos de grafología	570,00	1140,00	1710,00	2280,00	2850,00	3420,00
	5130,00	**4560,00**	**3990,00**	**3420,00**	**2850,00**	**2280,00**
Equipos de poligrafía	7700,00	7700,00	7700,00	7700,00	7700,00	7700,00
Depre. Acum. Equipos de poligrafía	770,00	1540,00	2310,00	3080,00	3850,00	4620,00
	6930,00	**6160,00**	**5390,00**	**4620,00**	**3850,00**	**3080,00**
Sistema de pruebas psicotécnicas	3300,00	3300,00	3300,00	3300,00	3300,00	3300,00
Depre. Acum. Sistema de pruebas psicotécnicas	330,00	660,00	990,00	1320,00	1650,00	1980,00
	2970,00	**2640,00**	**2310,00**	**1980,00**	**1650,00**	**1320,00**
Muebles y enseres	2000,00	2000,00	2000,00	2000,00	2000,00	2000,00
Depre. Acum. Muebles y enseres	200,00	400,00	600,00	800,00	1000,00	1200,00
	1800,00	**1600,00**	**1400,00**	**1200,00**	**1000,00**	**800,00**
Vehículos	15000,00	15000,00	15000,00	15000,00	15000,00	
Depre. Acum. Vehículos	3000,00	6000,00	9000,00	12000,00	15000,00	
	12000,00	**9000,00**	**6000,00**	**3000,00**	**0,00**	**0,00**
Caja - Bancos	16223,57	24093,45	36242,10	52609,09	74434,01	101399,26
TOTAL ACTIVOS	**48720,24**	**49886,78**	**55332,10**	**66829,09**	**83784,01**	**108879,26**
PASIVOS						
Cuentas por pagar	2200,00	2200,00	2200,00	2200,00	2200,00	2200,00
PATRIMONIO						
Reserva legal	152,02	116,65	544,53	1149,70	1695,49	2509,53
Reserva legal año anterior		152,02	268,68	813,21	1962,91	3658,40
Utilidad del ejercicio	1368,21	1049,89	4900,79	10347,29	15259,43	22585,73
utilidad del ejercicio año anterior		1368,21	2418,10	7318,89	17666,18	32925,61
Capital Social	45000,00	45000,00	45000,00	45000,00	45000,00	45000,00
TOTAL PATRIMONIO	46520,24	47686,78	53132,10	64629,09	81584,01	106679,26
TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	**48720,24**	**49886,78**	**55332,10**	**66829,09**	**83784,01**	**108879,26**

4.9 INDICADORES ECONÓMICOS Y FINANCIEROS

Para el análisis de la inversión realizada, se ha realizado el cálculo de varios indicadores financieros que nos permitan evaluar el rendimiento financiero de la empresa, siendo también útil esto en la toma de decisiones en la administración y posibles correcciones que se puedan presentar en el futuro; tales como, el aumento en el gasto que se pueda presentar en el tiempo y la afectación en los ingresos

4.9.1 Indicadores de liquidez

4.9.1.1 Capital de trabajo

El índice de capital de trabajo nos indicara el valor que le quedaría a nuestra empresa, representando en efectivo u otros pasivos corrientes, después de pagar todos sus pasivos de corto plazo, en el caso en que tuvieran que ser cancelados de inmediato, en el caso de nuestra empresa el capital de trabajo se ve aumentado con el paso de tiempo influido por cierta manera una estrategia comercial que es colocar como objetivo anual el crecimiento de ventas, mejor manejo de recursos y en lo posible evitar el alto endeudamiento.

Tabla 26: Capital de trabajo

AÑO	CAPITAL DE TRABAJO
2016	14024
2017	21893
2018	34042
2019	50409
2020	72234
2021	99199

4.9.1.2 Razón corriente

Este indicador nos permite conocer la capacidad que tendrá la empresa para cumplir con las obligaciones financieras, deudas o pasivos a corto plazo. Al igual nos ayudara a conocer cuántos activos corrientes tendremos para cubrir o respaldar esos pasivos exigibles a corto plazo.

Tabla 27: Razón Corriente

AÑO	RAZÓN CORRIENTE
2016	7
2017	11
2018	16
2019	24
2020	34
2021	46

4.9.2 Indicadores de eficiencia

La eficiencia es uno de los indicadores más importantes, ya que es el elemento que genera rentabilidad para el proyecto o rendimiento para el patrimonio. Una empresa se dice que es eficiente cuando rotan sus activos, es decir que se está realizando un uso óptimo y racional de los recursos. (Guerra, 2014)

4.9.2.1 Rentabilidad sobre ventas

Es la relación que existe de las utilidades después de ingresos y egresos no operacionales e impuestos, que pueden contribuir o restar capacidad para producir rentabilidad sobre las ventas. Como se puede observar la rentabilidad sobre las ventas mantienen tendencia a aumentar en el tiempo, este indicador nos permitirá conocer si los ingresos no se ven afectados por los gastos existentes y tomar decisiones sobre la disminución de los mismos.

Tabla 28: Rentabilidad sobre ventas

AÑO	RENTABILIDAD SOBRE VENTAS
2016	0
2017	0
2018	6
2019	12
2020	15
2021	21

4.9.2.2 Rentabilidad sobre activos

Este índice nos ayudara a medir la rentabilidad de los activos de nuestra empresa, estableciendo para ello una relación entre los beneficios netos y los activos totales.

Tabla 29: Rentabilidad sobre activos

AÑO	RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS
2016	5%
2017	4%
2018	15%
2019	26%
2020	31%
2021	35%

4.9.2.3 Rentabilidad sobre patrimonio

Este índice hace referencia al porcentaje de rentabilidad que obtendrá nuestra empresa sobre su patrimonio.

Tabla 30: Rentabilidad sobre patrimonio

AÑO	RENTABILIDAD SOBRE PATRIMONIO
2016	105%
2017	105%
2018	104%
2019	103%
2020	103%
2021	102%

4.9.3 Indicadores de productividad

4.9.3.1 Índice de Crecimiento en ventas

Este es el porcentaje mediante el cual se medirá el crecimiento en las ventas de cada uno de los diferentes los servicios que presta nuestra empresa en los cinco años que se eligió para el estudio del análisis financiero.

Tabla 31: Índice de crecimiento de ventas

AÑO	IND. CRECIMIENTO DE VENTAS
2016	3%
2017	2%
2018	9%
2019	15%
2020	18%
2021	21%

4.9.3.2 Valor actual neto

Para el proyecto constituye el valor de todos los flujos futuros de un proyecto traídos al presente, usando una tasa de descuento que corresponde al rendimiento mínimo requerido, si el VAN es positivo, significa que el proyecto es rentable y si el VAN es negativo indica que se perderá dinero por lo tanto no es rentable.

Para el cálculo del VAN en nuestro proyecto se consideró una tasa de descuento de 15%, lo cual nos generó un valor de, en este caso al ser un valor positivo esto nos indica que nuestro proyecto es viable.

Tabla 32: VAN

TASA DE DESCUENTO	15%
SUMATORIA	167079
INVERSIÓN INICIAL	-45000
VAN	122079

4.9.3.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno (TIR) mide la rentabilidad del proyecto en términos porcentuales. Para su cálculo se estima cuál es la tasa de descuento que hace el VAN igual a cero.

TIR= 65%

4.10 PUNTO DE EQUILIBRIO

En base a los resultados obtenidos, se obtuvo la siguiente información en el cálculo del punto de equilibrio.

Tabla 33: Punto de equilibrio en unidades

AÑO	PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES
2016	37
2017	37
2018	38
2019	39
2020	39
2021	40

Tabla 34: Punto de equilibrio en dólares

AÑO	PUNTO DE EQUILIBRIO EN DOLARES
2016	17016
2017	20940
2018	18096
2019	16174
2020	14805
2021	13793

5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

- Las tendencias de contratación de personal han variado, ahora muchas empresas buscan personal que no solo posean conocimiento del puesto que van ocupar, sino también ahora se presta mucha atención a la inteligencia emocional de las personas, algo que es importante en el puesto que desempeñara cada empleado.

- La demanda por los servicios de pruebas de polígrafo y grafología han aumentado en los últimos años, mas son las empresas que confían este método para contratar personas confiables y responsables.

- El uso de grafólogo es muy común en instituciones de manejo de efectivo, como método para identificar si el encuestado dice la verdad en caso de robo o faltante de efectivo.

- El mercado en el cual nuestra empresa se desarrollará, es un mercado en expansión en el cual la demanda es alta debido a rotación de personal o contrataciones masivas de personal.

- La administración de la empresa se basa en cumplimiento de objetivos, primordialmente en ventas que es lo más importante en el comienzo de una

empresa; con el tiempo se definirán otras pagos variables como es el cumplimiento en atención al cliente y productividad.

5.2 RECOMENDACIONES

- Conocer la evolución del mercado en el Ecuador, y los indicadores económicos en especial el índice de desempleo en el país, prestar atención a este indicador ayudara a la empresa en la toma de decisiones y alineación de estrategias.

- La empresa está comprometida con la expansión y búsqueda de nuevos clientes; pero, se recomienda trabajar más con empresas privadas antes que con el estado por el tiempo de la demora en pagos, puede ocasionar variaciones en el flujo de caja.

- Como estrategia administrativa se recomienda, mantener al personal siempre comprometido con la empresa y los objetivos que desea cumplir, manteniendo un buen ambiente laboral y la compensación por cumplimientos.

- Se deben utilizar las herramientas que ofrece el internet para promocionar al negocio, y mantener una página web interactiva que permita solucionar al cliente todas sus dudas e inquietudes.

- Se debe revisar anualmente los gastos en los que incurre la empresa, el crecimiento de los primeros años debe estar ligado al crecimiento de ventas de la empresa y a la economía del país, mantener reservas, diversificar los servicios

y realizar inversiones son medidas que se deben tomar si la situación que se atraviesa es optimista.

REFERENCIAS

1. Academia. (s.f.). Obtenido de www.academia.edu

2. Acuña, J. (2013). *Las 4P (Precio, Producto, Plaza y Promoción)*. Obtenido de http://acualonit.overblog.com/las-4-p-preci-producto-plaza-y-promocion

3. Alache, P. (2014). *Conozca los alcances del uso del polígrafo en los centros de trabajo*. Obtenido de http://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2014/11/05/conozca-alcances-uso-poligrafo-centros-trabajo/

4. Alto Nivel. (s.f.). Obtenido de www.altonivel.com.mx

5. Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. Mexico: Mc Graw-Hill.

6. Banco Central del Ecuador. (s.f.). Obtenido de www.bce.fin.ec

7. Berk, J., & otros. (2010). *Fundamentos de finanzas corporativas.* España: Pearson Educación.

8. Brealey, R. (2010). *Principios de Finanzas Corporativas.* México: Mc Graw-Hill.

9. Brealey, R., & Myers, S. (2002). *Principios de Finanzas Corporativas* (7ma. ed.). España: McGraw Hill.

10. Datos Quito. (Diciembre de 2015). Obtenido de www.datos.quito.gob.ec

11. De Dios, J. (2012). *Macro y Micro localización*. Obtenido de http://macroymicrolocalizacin.blogspot.com

12. Gabinete Profesional. (2014). *Peritaje Grafologico*. Obtenido de http://www.peritos-judiciales.com/index.php/tipos-de-peritaje/peritaje-grafologico

13. Guerra, R. (2014). *Definición eficiencia*. Obtenido de http://www.mef.gob.pe/ index.php?option=com_content&view=article&id=1581&Itemid=101148

14. Idrobo, P., & Rueda, I. (2010). *Administración de Operaciones*. Ecuador: Systemgraphic.

15. Infotechnology. (s.f.). *Home*. Obtenido de www.infotechnology.com

16. Levy, A. (2012). *Mayonesa: estrategia, cognición y poder competitivo* (3ra. ed.). Argentina: Gránica.

17. Meza Orozco, J. (2010). *Evaluación financiera de proyectos.* Colombia: Eco Ediciones.

18. Multiservicios. (s.f.). Obtenido de www.multiservicios.com

19. Ponce, G. (2012). *Concepto de misión y visión*. Obtenido de http://es.slideshare.net/ponceguillermo71/concepto-de-mision-y-vision

20. Thompson, I. (2007). *Concepto de misión*. Obtenido de http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mision-concepto.htm

21. Vargas, E. (2011). *Macro localización._ Localización general del proyecto.* . Obtenido de http://es.slideshare.net/AlbertoVargas8/macrolocalizacin-localizacin-general-del-proyecto

22. Warren, B. (1993). *Teoría de las organizaciones y la administración.* México: Editorial Limusa.

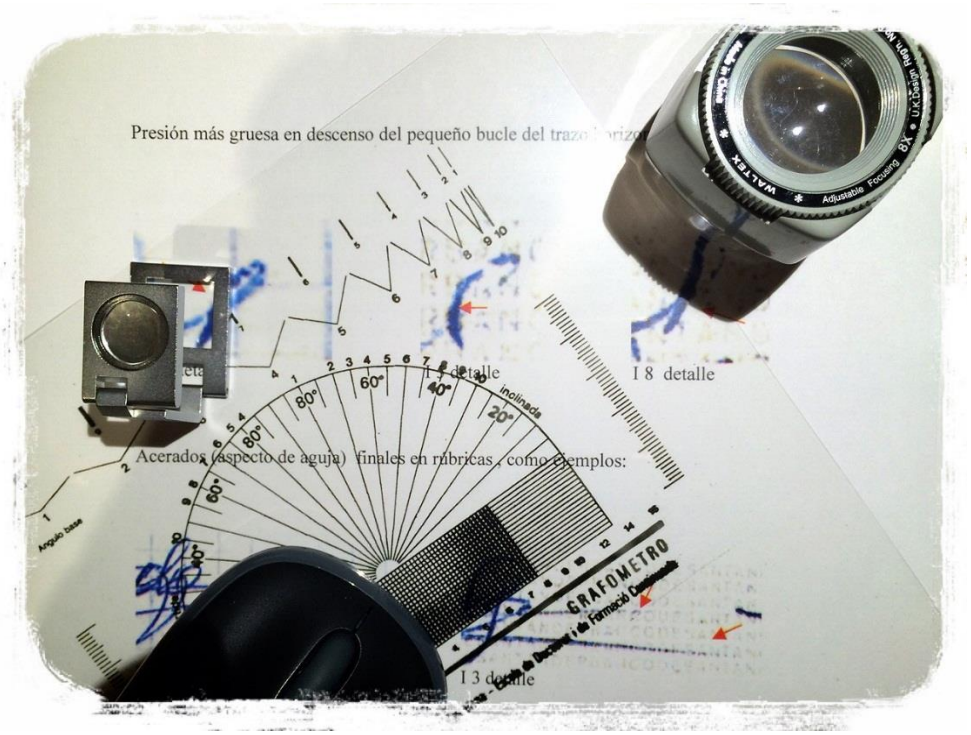
ANEXOS

Anexo 1: Servicios Ofrecidos

POLIGRAFÍA



GRAFOLOGÍA



PRUEBAS PSICOTÉCNICAS



Anexo 2: Equipos

EQUIPOS POLIGRAFÍA



EQUIPOS GRAFOLOGÍA



EQUIPOS PRUEBAS PSICOTÉCNICAS



Anexo 3: Encuestas

ENCUESTA DE PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE EMPRESA DEDICADA A LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE PRUEBAS PSICOTÉCNICAS, POLIGRÁFICAS Y GRAFOLOGÍA ENFOCADA EN LA SELECCIÓN DE PERSONAL.

NOMBRE: ……..
GENERO: MASCULINO __ FEMENINO __
EDAD: …..

1) ¿USTED CONOCE ACERCA DE PRUEBAS PSICOTECNICAS, POLIGRAFICAS Y DE GRAFOLOGIA?

   SI __ NO__

2) ¿CUAL DE LOS SIGUIENTES METODOS EN LA SELECCIÓN DE PERSONAL USTED CONOCE?

   PRUEBAS PSICOTECNICAS __ GRAFOLOGIA __ POLIGRAFIA __

3) EN LOS PROCESOS DE SELECCIÓN QUE USTED AH PARTICIPADO, ¿SE UTILIZO LOS MÉTODOS ANTES MENCIONADOS?

   SI __ NO__

4) ¿CONSIDERA USTED EFECTIVO ESTOS MÉTODOS EN EL PROCESO DE SELECCIÓN?

   SI__ NO__

5) MEDIANTE ESTOS MÉTODOS, SELECCIONE QUE ES LO QUE MÁS SE APORTA EN EL PROCESO DE SELECCIÓN DE PERSONAL.

   INTELIGENCIA EMOCIONAL __
   HONESTIDAD E INTEGRIDAD __
   INTELIGENCIA RACIONAL __

6) ¿USTED CONTRATARÍA ESTOS SERVICIOS TANTO PARA LA SELECCIÓN DE PERSONAL, ASÍ COMO PARA EL CONTROL DE SU PERSONAL ACTUAL?

   SI __ NO__