

**UNIVERSIDAD DEL AZUAY**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION**  
**ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**Monografías previas a la obtención del título de**  
**INGENIERO COMERCIAL**

**AUTORES: VERONICA VILLA**  
**VERONICA VILLACRES**

**Curso de Graduación**  
**Abril – Septiembre de 2006**

Esta Monografía es de absoluta responsabilidad de las autoras, ya que con los conocimientos adquiridos en el Curso de Graduación de Administración de Empresas hemos elaborado este trabajo

### **RESPONSABLES**

---

Verónica Villa Grandes

---

Verónica Villacrés Ortiz

## **DEDICATORIA**

**Dedicamos esta monografía a nuestros padres, que han sabido darnos el ejemplo y la orientación necesaria para poder seguir por el sendero de la educación, ya que con su laborioso esfuerzo supieron darnos la mejor herencia que es la educación.**

**A nuestros esposos e hijos ya que sin su apoyo hubiera sido imposible cumplir con la meta propuesta.**

**A nuestros profesores que nos han dado todos sus conocimientos los mismos que nos han llegado a convertir en nuevas profesionales con un futuro por delante.**

### **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos a nuestros padres, esposos e hijos por su apoyo en todo momento de nuestra carrera ya que parte de nuestro triunfo se lo debemos a ellos.

## INDICE DE CONTENIDOS

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de Contenidos .....	iv
Resumen.....	v
Abstract.....	vi

### CAPITULO I. Recursos Humanos

TEMA: IDENTIFICACION DE COMPETENCIAS Y  
CONSTRUCCION DE MAPA FUNCIONAL

### CAPITULO II. Marketing

TEMA: PLAN DE MARKETING ESTRATEGICO

### CAPITULO III. Emprendimiento

TEMA: PLAN DE NEGOCIOS

### CAPITULO IV. Finanzas

TEMA: REINGENIERIA FINANCIERA

## RESUMEN

## ABSTRACT

# **CAPITULO I**

**UNIVERSIDAD DEL AZUAY**

**FACULTAD DE ADMINISTRACION**

**ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**DISEÑO DE UN SISTEMA PARA LA IDENTIFICACION DE  
COMPETENCIAS Y CONSTRUCCION DEL MAPA FUNCIONAL Y UNIDAD  
DE COMPETENCIAS LABORAL APLICADA A LA EMPRESA “XPC  
TECNOLOGIA”**

**AUTORAS: VERONICA VILLA**

**VERONICA VILLACRES**

**TUTOR: ING JAIME VELEZ**

**CUENCA -ECUADOR**

**2006**

## INTRODUCCION

Para lograr nuestros objetivos en esta nueva era, es importante utilizar todas las combinaciones posibles de los factores administrativos, financieros, y de talento humano,<sup>(1)</sup> lo cual debido a nuestra sociedad se vuelve cada día más difícil. Es por eso que surge la necesidad de implementar en las organizaciones como en nuestras vidas un cambio total, que nos permita ser competitivos con nosotros mismos y con el mundo actual.

Por ésto el modelo de Gestión por Competencias, alinea a todos los recursos humanos de la organización, para considerar el talento de cada uno de ellos y aprovecharlo para que se destaque en sus funciones y siempre desee alcanzar nuevas metas, considerando el trabajo en equipo, combinando experiencias, motivando su desempeño y desarrollo personal.

Consideremos que el recurso humano es la parte de las organizaciones más difíciles de trabajarla, ya que el implementar cambios generan resistencias en el ámbito de los conocimientos, habilidades y actitudes en las personas, por ésto debemos tener en cuenta que los modelos de Gestión por Competencias deben ser planificado y ajustado de acuerdo al personal de las empresas, lo que implica tiempo y dinero invertido, pero al final los resultados pueden ser muy satisfactorios.

---

● <sup>(1)</sup> TEXTO DE COMPETENCIAS LABORALES (Por el Ing. Juan Aranda)

## **1. JUSTIFICACION DEL TEMA**

En la actualidad constituye un factor importante la realización de proyectos y dentro de la empresa que estamos aplicando vemos necesario implementar un mapa funcional el cual no lo tiene definido.

Esto beneficiará a dicha empresa a mediano y largo plazo, puesto que se implementaría una estructura para el Recurso humano dentro de los conocimientos, habilidades y actitudes, ya que de esta forma se le considera al factor humano, no una herramienta, sino un elemento básico dentro de la organización y así el personal colabora, se imponga metas, le interese los resultados, participe y ponga énfasis por ser cada vez más competitivos.

## 1.2 OBJETIVOS

### 1.2.1 OBJETIVO GENERAL:

El modelo de Gestión por Competencias, tiene por finalidad ejecutar y alinear al recurso humano de la organización, <sup>(2)</sup> por medio de la implementación un mapa funcional y determinando la unidad de competencia laboral, lo que ayuda a definir un buen desarrollo de sus procesos al igual que obtener los perfiles para cada actividad en la empresa XPC.

### 1.2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Identificar los departamentos que conforman la empresa,
- Elaborar la descripción de las funciones de cada departamento,
- Identificar las brechas existentes,
- Examinar las funciones individuales y realizamos la propuesta de mejora,
- Construcción de los UCLA

## 1.3 MARCO TEORICO

XPC, empresa privada, dentro de la cual elaboraremos un mapa funcional y analizaremos la unidad de competencia laboral para lo cual se empleara conocimientos adquiridos en el seminario Gestión de Competencias dictado por el Ing. Juan Aranda Vergara, así como documentos e información recopilada en este curso.

---

• <sup>(2)</sup> TEXTO DE COMPETENCIAS LABORALES (Por el Ing. Juan Aranda)

#### **1.4 METODOLOGIA DE TRABAJO**

La metodología que se aplicará en el trabajo es el método descriptivo que consiste en la observación actual de hechos fenómenos y casos, se ubica en el presente y procura la interpretación racional y el análisis objetivo, ya que hemos obtenido una serie de información real de esta empresa, describiendo su misión, visión, objetivos y una serie de instrumentos necesarios para realizar este trabajo.

## 2. LA EMPRESA:

### 2.1 DESCRIPCION DE LA EMPRESA

XPC Es una empresa que ha logrado tener cobertura a nivel internacional, con varios distribuidores en el Ecuador situados en las principales ciudades como es Guayaquil y Quito, ésto hace que la imagen de la empresa sea muy conocida ya que al ser distribuidora de las mejores marcas de computadoras e insumos de las mismos hace que sus servicios sean eficientes y eficaces.<sup>(3)</sup>

Un verdadero **Mayorista**, con cobertura nacional !

**Matrix**  
Av. América N37-55 y Barón de Carondelet esq.  
PBX: 2450090  
Fax: 2459018

**Centro**  
Colón y Reina Victoria, esq.  
PBX: 2501950, 2233162  
Fax: 2507760

**Sur**  
Agencia Sur: Av. Miller 212 y Ugarite  
Parque Santa Ana  
PBX: 2653178

**Miami**  
International Business Center  
9910 NW 21 St. Miami, Florida 33172  
/ Ph: 305 406 2586  
Fax: 305 406 9659

**Guayaquil**  
Av. Juan Tanco Marengo y Agustín Freire Esq.  
PBX: 2231551

**www.xpc.com.ec**  
MAYORISTAS EN COMPUTACION

<sup>(3)</sup> [www.xpc.com.ec](http://www.xpc.com.ec)

XPC se encuentra funcionando desde el mes de enero en su sucursal centro, donde los ejecutivos de venta y comercialización atienden las necesidades de los “Reseller X”.

Nuestra agencia Matriz funciona en Quito cuenta con amplios parqueaderos, área de ventas, servicio técnico, showroom y auditorium para eventos de capacitación, además de la área administrativa y financiera.

Su tercer local funciona como bodega de despacho y de servicios (técnico, garantías, entregas a domicilio) en el Sur de la Capital.

XPC en afán de brindar su mejor servicio a los clientes de la costa y el austro del país, cuenta con una agencia en la ciudad de Guayaquil.

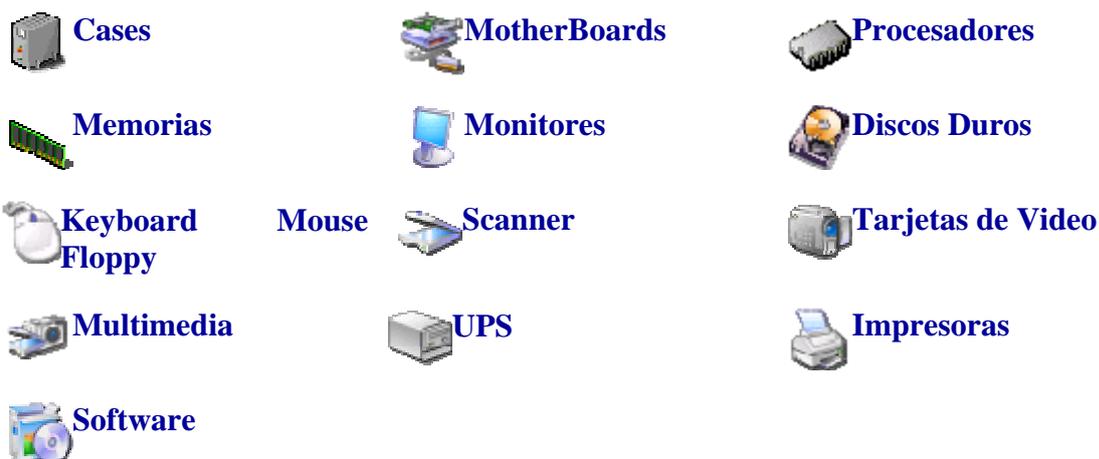
Para integradores e importadores de otras regiones y países XPC cuenta con una completa infraestructura en Miami desde el cual atiende preferentemente a clientes de centro y Sudamérica.<sup>(4)</sup>

XPC Mayorista Autorizado para el Ecuador de las siguientes marcas:



## 2.1.1 CATALOGO DE PRODUCTOS

Seleccione una de las siguientes categorías dentro de nuestra galería:



## 2.1.2 SERVICIOS EN LINEA

---

<sup>(4)</sup> [www.xpc.com.ec](http://www.xpc.com.ec)

En nuestro sitio web ahora contamos con varios servicios, los mismos se presentan de forma gratuita para todos nuestros visitantes, y el propósito de la versión BETA 2,0 es romper esquemas y darle a nuestros visitantes un "valor agregado " dentro de nuestro PORTAL DE SERVICIOS E INFORMACION.<sup>(5)</sup>



PORTAL WAP



AYUDA EN LÍNEA



SOLICITUD DE CONTRASEÑA



LISTA DE PRECIOS  
(para acceder a nuestra lista deberá ingresar su código y contraseña)



GALERIA DE PRODUCTOS

QUE OPINAN DE NOSOTROS

FRASE DEL DIA

EL CLIMA XPC EN ECUADOR

DESCARGUESE LIBROS EN LINEA

BROMAS FLASH

ANUNCIOS GRATUITOS XPC

NOTICIAS & ACTUALIDAD

BUSCAR EN GOOGLE

---

<sup>(5)</sup> [www.xpc.com.ec](http://www.xpc.com.ec)

## 2.2 RESEÑA HISTORICA

**XPC** es un mayorista ecuatoriano de partes, piezas y periféricos de equipos de computación. Representamos a las mejores marcas del sector informático.

Contamos con el aporte de profesionales con más de quince años de experiencia en la industria de la computación y ésto hace que **XPC** cumpla con su lema “ **Por nuestra experiencia lo hacemos mejor**”

Nuestra estructura está fundamentada en cinco oficinas, cuatro en Ecuador y una en los Estados Unidos. Contamos con una sólida base de clientes a nivel nacional e internacional.<sup>(6)</sup>

## 3. AMBITO DE NEGOCIOS

---

<sup>(6)</sup> [www.xpc.com.ec](http://www.xpc.com.ec)

### 3.1 MISION

#### MISION

Comercializar productos y servicios de última tecnología para satisfacer las necesidades cambiantes del mercado latinoamericano, con el respaldo de marcas de reconocido prestigio mundial, cobertura de garantías y un servicio profesional y personalizado con valor agregado para nuestros clientes. <sup>(7)</sup>



### 3.2 VISION

#### VISION

XPC será reconocida en todo el mercado latinoamericano como una empresa vanguardista en productos y servicios de tecnología, caracterizada por su seriedad, confiabilidad, y buena atención para todos los clientes sin distinción alguna. <sup>(8)</sup>

### 3.3 VALORES Y PRINCIPIOS

---

<sup>(7)</sup> [www.xpc.com.ec](http://www.xpc.com.ec)

<sup>(8)</sup> [www.xpc.com.ec](http://www.xpc.com.ec)

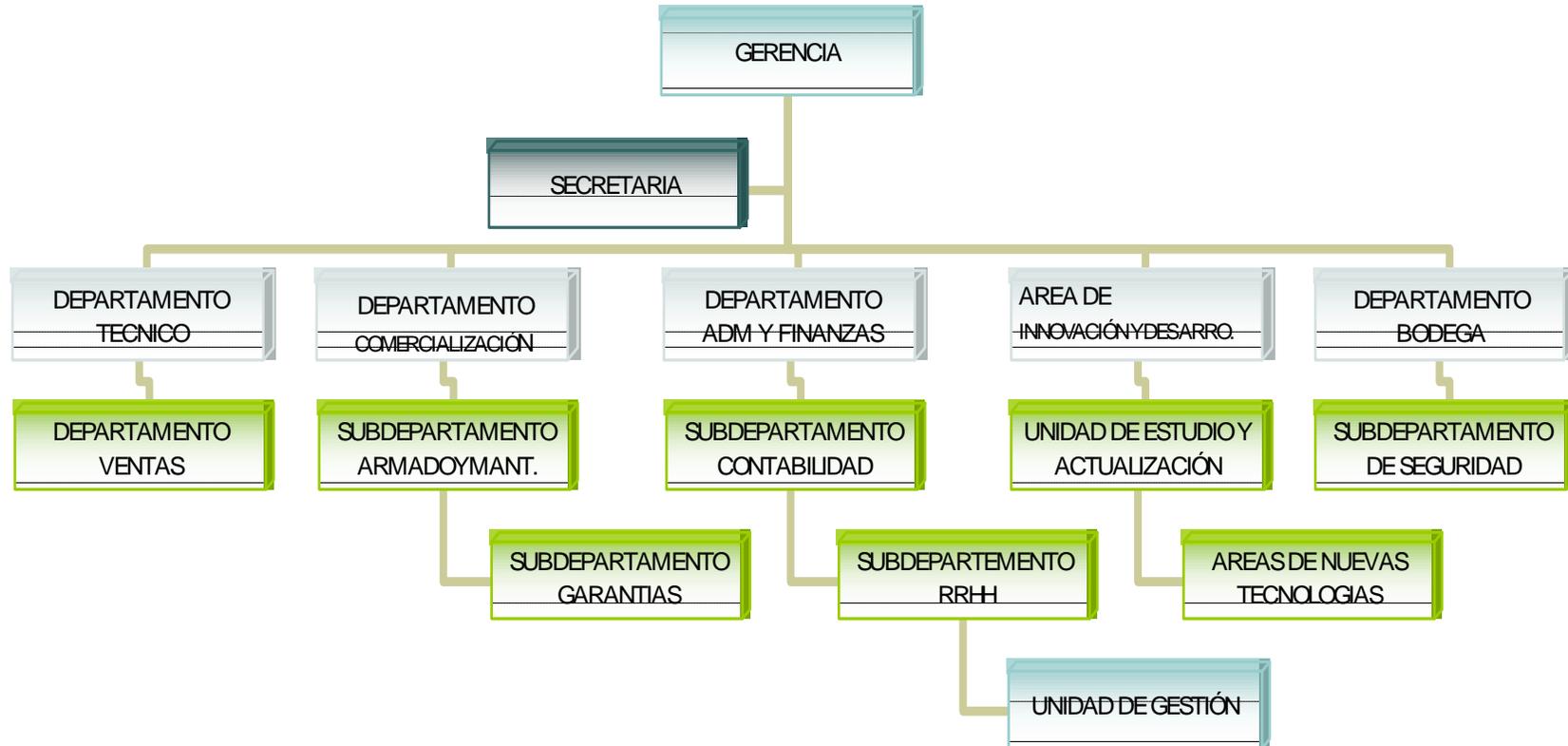
## **PRINCIPIOS**

- Respeto hemos nacido con la visión de apoyar a nuestro canal de distribución permanente de productos y por sobre todo EL RESPETO a este canal.
- Excelencia del producto
- Trabajar basándonos en la ética y moral estando cerca de usted y no de sus clientes.
- Atención personalizada para mejorar nuestro servicio.
- La mejor tecnología a su alcance, cumpliendo con garantías inmediatas
- Stock permanente de productos.

## **VALORES**

- Servicio al cliente
- Trabajo en equipo
- Innovación
- Honestidad
- Responsabilidad
- Liderazgo
- Respeto mutuo
- Entrega inmediata

## ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA “XPC”



# MAPA FUNCIONAL

## PROPOSITO PRINCIPAL

## FUNCIONES CLAVES

## FUNCIONES PRINCIPALES

## FUNCIONES INDIVIDUALES

Comercialización, armado y mantenimiento de computadoras

1. Departamento Tecnico

1.1 Armado de Computadoras

1.1.1 Verificar que los productos se encuentren en perfecto estado  
1.1.2 Ensamble del computador comprobando su funcionamiento

1.2 Mantenimiento de Computadoras

1.2.1 revisar que el equipo se encuentre sus respectivos C.D  
1.2.2 Revisar que los programas requeridos se encuentren en stock  
1.2.3 Revisar que el producto se encuentre dentro de la garantia si es el caso

2. Comercialización de computadoras

2.1 Estudio de las necesidades del cliente  
2.2 Venta de computadoras y accesorios

3. Administrar y gestionar la empresa

3.1 Dirigir y gestionar las actividades adm.  
3.2 planificar el financiamiento de la empresa

## **4 CONSTRUCCION DEL MAPA FUNCIONAL**

### **PROPOSITO PRINCIPAL**

COMERCIALIZACION, ARMADO Y MANTENIMIENTO DE COMPUTADORAS

### **FUNCIONES**

ARMADO, MANTENIMIENTO Y GARANTIAS

COMERCIALIZACION DE COMPUTADORAS

ADMINISTRAR Y GESTIONAR LA EMPRESA

### **SUBFUNCIONES**

ARMADO, MANTENIMIENTO Y GARANTIAS

- Armar partes y piezas de acuerdo a las necesidades especificas de cada usuario
- Mantenimiento de Equipos usados y equipos nuevos para la venta.
- Revisar si el producto esta apto para tramitar la garantia respectiva

COMERCIALIZACION DE COMPUTADORAS

- Vender productos de ultima tecnología
- Llevar a cabo la venta de acuerdo a las necesidades de los clientes
- Acordar fecha y lugar de entrega de la mercadería
- Mantenerse dentro del mercado con precios competitibles y promociones vigentes.

ADMINISTRAR Y GESTIONAR LA EMPRESA

- Estar al dia con los requisitos respectivos para su funcionamiento
- Planificar y llevar a cabo una correcta administración dentro de la empresa
- Controlar la parte financiera de la empresa por medio de diversos procesos de verificación y control como estados, balances, etc.

## **SUBFUNCIONES INDIVIDUALES**

### **ARMADO, MANTENIMIENTO Y GARANTIAS**

- Verificar que los productos se encuentren en perfecto estado para proceder al armado y posteriormente a la venta.
- Revisar que el equipo se encuentre con sus respectivos cds de manejadores para llevar a cabo el mantenimiento general de la computadora sea nueva o usada por actualización
- Revisar que los programas requeridos se encuentren al alcance del técnico para proceder a su carga en la maquina.
- Revisar que el producto se encuentre dentro de la fecha de garantía y que esta sea válida (ósea por defectos de fabrica).

### **COMERCIALIZACION DE COMPUTADORAS**

- Estar en contacto con los proveedores en cuanto a ultima tecnología y descuentos respectivos.
- Preguntar al cliente para que va a utilizar el producto para ofrecerle un mejor servicio
- Cerrar la venta con los trámites respectivos de emisión de factura o comprobante de recepción de dinero y entrega del equipo o producto.
- Estar en constante revisión de precios de la competencia para poder estar al margen de la misma y poder competir.

### **ADMINISTRAR Y GESTIONAR LA EMPRESA**

- Llenar formularios correspondientes a pagos de impuestos u otros requisitos para el buen funcionamiento de la empresa.
- Estar en constante capacitación para el desarrollo de un buen ambiente de trabajo con un recurso humano eficiente que aporte lo mejor de si para que todas las funciones se lleven a cabo de la mejor manera.

## **ANALISIS DEL MAPA FUNCIONAL**

### **PROPOSITO PRINCIPAL**

#### **Comercialización, Armado y mantenimiento de Computadoras**

Xpc empresa Tecnológica se dedica a la venta de computadoras de toda marca y con las características que se requieran, así como al armado y mantenimiento de las mismas.

El armado de computadoras dependerá de las características requeridas por el cliente final y así mismo su mantenimiento con los programas que requiere cada persona de acuerdo a sus necesidades.

El paso más importante para esta empresa es la correcta venta del producto y la tecnología que requiere cada usuario ya que así se logrará un buen servicio y una venta final del producto sin devoluciones ni reclamos a excepción de que exista alguna garantía por cubrir si es que se da el caso.

### **FUNCIONES CLAVES**

Dentro de esta empresa tiene como funciones claves las que detallaremos a continuación:

**1.Departamento Técnico:** este departamento se encarga de dirigir y controlar todas las operaciones necesarias para que se de el proceso de armado y mantenimiento de computadoras, lograr que el mantenimiento de computadoras sea seguro para lo cual se realizará una serie de funciones individuales que posteriormente se explicarán, y cumplir con las garantías que se necesitarán de forma rápida y segura siempre y cuando se encuentren dentro del tiempo de garantía que depende del producto que así lo requiera como por ejemplo en cuanto a monitores depende la marca varia de 1 a 3 años, memorias en general 1 año y algunas inclusive de por vida, etc.

**Comercialización de Computadoras:** se encarga de llevar a cabo la venta de los productos por medio de un servicio eficiente y tratando de que los productos que se vendan sean lo que el cliente requiere y necesita y así su satisfacción será total, esto garantiza la permanencia del cliente hacia la empresa.

**Administrar y Gestionar la empresa:** dirigir, controlar y planificar todas las actividades administrativas y financieras que son necesarias para el buen funcionamiento de la empresa, refiriéndose a actividades administrativas en

cuanto a la organización dentro de los diferentes departamentos y financieras en cuanto a balances y estados de control financieros.

## **FUNCION PRINCIPAL**

La función que vamos a analizar es el armado y mantenimiento de computadoras éste es el área clave dentro de XPC.

### **1.1 Armado de computadoras**

Proceder al ensamblaje de computadoras, luego de verificar que las partes y piezas estén aptas para el buen funcionamiento del equipo comenzamos a ensamblar tomando en cuenta una serie de factores importantes características de cada máquina evaluada anteriormente al cliente.

### **1.2 Mantenimiento de Computadoras**

Cuando contamos con el equipo armado se procede al mantenimiento del mismo que consiste en cargar programas en el computador todo el software necesario para que funcione a la perfección y el cliente quede satisfecho.

Antes de terminar y concluir el proceso con la entrega se realiza una revisión de este equipo para que el servicio sea eficiente.

## **FUNCIONES INDIVIDUALES**

### **Armado de Computadoras**

**1.1.1** Verificar que los productos se encuentren en perfecto estado para proceder al armado y posteriormente a la venta.

**1.1.2** Se procede a ensamblar el computador comprobando su normal funcionamiento

### **Mantenimiento de Computadoras**

**1.2.1** Revisar que el equipo se encuentre con sus respectivos CDS de manejadores para llevar a cabo el mantenimiento general de la computadora sea nueva o usada por actualización

**1.2.2** Revisar que los programas requeridos se encuentren al alcance del técnico para proceder a su carga en la máquina.

**1.2.3** Revisar que el producto se encuentre dentro de la fecha de garantía y que ésta sea válida (ósea por defectos de fábrica).

## **5. UNIDADES DE COMPETENCIA LABORAL**

### **UNIDAD DE COMPETENCIA LABORAL**

Verificar que los productos se encuentren en perfecto estado para proceder al armado y mantenimiento de computadoras.

La Unidad de Competencia Laboral que vamos a analizar para ver si el proceso como se lleva a cabo esta función individual dentro de la empresa es eficiente y se lo está realizando de la mejor manera tratando de obtener los mejores resultados

A continuación detallaremos el proceso que se va a llevar a cabo para analizar este UCL.

#### **Descripción General:**

Unidad principal para cada una de las personas que forman parte del departamento técnico cuyas responsabilidades es verificar que los productos se encuentren en perfecto estado y que funcionen a satisfacción del cliente antes de salir el producto se comprobará su funcionamiento éste debe ser eficiente y eficaz.

**Vigencia:** Hasta Enero del 2007

<b>Elementos</b>	<b>Criterio de desempeño</b>
<p>Verificar que los productos se encuentren en perfecto estado para proceder al armado y mantenimiento de computadoras.</p>	<p>1.1 Controlar que los productos estén en perfectas condiciones</p> <p>1.2 Verificar que se cuente con los programas necesarios para hacer funcionar el equipo</p> <p>1.3 Aplicar un sistema de verificación del equipo o producto antes de salir de la empresa ya que así evitaremos molestias posteriores...</p> <p>1.4 En caso de garantías proceder a recibir su factura que es lo que le certifica dicha garantía.</p> <p>1.5 Tratar de realizar el trámite de garantía en forma eficaz y eficiente y así asegurar la permanencia del cliente.</p>

### **Contexto de Competencias**

**El candidato tiene que demostrar sus competencias en el siguiente contexto:**

**. Condiciones:**

- Facilidad en el ensamblaje de computadoras
- Capacidad de Organización y buenas relaciones humanas
- Facilidad de Acceso a mantenimiento de programas
- Capacidad de Ingenio en cuanto a actualizaciones
- Dinamismo e iniciativa

- Conocimiento de última tecnología
- Estar preparado para constantes cursos y capacitaciones imprevistos.

**. Herramientas:**

- Saber manejar una computadora y sobre todo ensamblaje
- Saber realizar redes y cableado estructurado
- Cálculos de redes inalámbricas (TELECOMUNICACIONES)
- 

**. Evidencia**

Para demostrar su competencia el candidato tiene que presentar evidencia sobre sus conocimientos, habilidades y actitudes por los siguientes medios:

**.Experiencia**

- Mínimo de 3 Años en ensamblaje y mantenimiento de computadoras

**Evidencia Directa**

**Observación:**

Realizar las observaciones necesarias dentro de los diferentes procesos que se lleven a cabo sea en ensamblaje, mantenimiento o trámite de garantías. Para esto debe tener un completo conocimiento de la última tecnología y tratar de mantenerse actualizado en cursos o capacitaciones.

**Entrevistas**

Se realizará una entrevista con el Jefe del Dpto. de recursos Humanos quien le expondrá lo que se necesitara para ocupar dicho cargo y posteriormente se hará una evaluación práctica esto lo realizara la persona respectiva en este caso alguien del Dpto. técnico (Jefe encargado)

**Evidencia Indirecta**

Informe de la entrevista de Trabajo

**Testimonios**

Cursos, capacitaciones.

Evaluación del desempeño.

Recomendaciones

### **Lista de Conocimientos.**

Los siguientes, conocimientos son necesarios para la demostración de esta competencia. No la garantizan, pero forman parte de ella.

Saber y tener conocimientos de:

- Trabajo en Equipo es importante para que el trabajo se realice de la mejor manera.

- Conocimiento para realizar tramites como:

Informes técnicos, trámite de garantías, etc.

Leer y entender manuales de computadoras o accesorios

Conocimiento del proceso necesario para proceder al ensamblaje del computador.

Conocimientos sobre normas y procedimientos que se deben llevar dentro de la empresa.

Conocimientos sobre las normas que deben llevarse a cabo dentro de la empresa.

### **Lista de Conductas y Actitudes**

1.1 Llenar la orden del departamento del servicio técnico en el que consta todos los datos del equipo o partes que deja con fecha de recepción de entrega y accesorios que deja dentro de la empresa. Esto se realiza por medio de:

1.1.1 Realizar una evaluación al cliente del daño correspondiente o desperfecto ocurrido en el equipo.

1.2 Verificado el daño se procede a indicar el precio respectivo o explicar el mantenimiento que se vaya a realizar.

1.3 Factura pro-forma emitida por administración ésto es al momento de la entrega del producto o computador arreglado.

1.4 Realizar trámites necesarios para la entrega del equipo o factura para que pueda

asegurarse con su garantía.

1.5 Proceder al cobro respectivo, para lo cual se podrá ofrecer planes de financiamiento.(en caso de equipos nuevos)

1.6 Explicación de dichos tramites si así se requiere o si su pago es en efectivo.

**Vigencia:** Hasta Enero del 2007

Elementos	Criterio de desempeño
<p>Verificar que los productos se encuentren en perfecto estado para proceder al armado y posteriormente a la venta.</p>	<p>1.6 Controlar que los productos estén en perfectas condiciones</p> <p>1.7 Verificar que se cuente con los programas necesarios para hacer funcionar el equipo</p> <p>1.8 Aplicar un sistema de verificación del equipo o producto antes de salir de la empresa ya que así evitaremos molestias posteriores..</p> <p>1.9 En caso de garantías proceder a recibir su factura que es lo que le certifica dicha garantía.</p> <p>1.10 Tratar de realizar el tramite de garantía en forma eficaz y eficiente y así asegurar la permanencia del cliente.</p>

### Contexto de Competencias

**El candidato tiene que demostrar sus competencias en el siguiente contexto:**

**. Condiciones:**

- Facilidad en el ensamblaje de computadoras
- Capacidad de Organización y buenas relaciones humanas
- Facilidad de Acceso a mantenimiento de programas
- Capacidad de Ingenio en cuanto a actualizaciones
- Dinamismo e iniciativa
- Conocimiento de ultima tecnología
- Estar preparado para constantes cursos y capacitaciones intempestivos.

**. Herramientas:**

- Saber manejar una computadora y sobre todo ensamblaje

- Saber realizar redes y mantenimientos en computadoras

-

### **. Evidencia**

Para demostrar su competencia el candidato tiene que presentar evidencia sobre sus conocimientos, habilidades y actitudes por los siguientes medios:

### **.Experiencia**

- Mínimo de 3 Años en ensamblaje y mantenimiento de computadoras

### **Evidencia Directa**

#### **Observación:**

Realizar las observaciones necesarias dentro de los diferentes procesos que se lleven a cabo sea en ensamblaje, mantenimiento o trámite de garantías. Para esto debe tener un completo conocimiento de la última tecnología y tratar de mantenerse actualizado en cursos o capacitaciones.

#### **Entrevistas**

Se realizará una entrevista con el Jefe del Dpto. de recursos Humanos quien le expondrá lo que se necesitara para ocupar dicho cargo y posteriormente se hará una evaluación practica esto lo realizará la persona respectiva en este caso alguien del Dpto. técnico (Jefe encargado)

#### **Evidencia Indirecta**

Informe de la entrevista de Trabajo

#### **Testimonios**

Cursos, capacitaciones.

Evaluación del desempeño.

Recomendaciones

### **Lista de Conocimientos.**

Los siguientes, conocimientos son necesarios para la demostración de esta competencia. No la garantizan, pero forman parte de ella.

Saber y tener conocimientos de:

- Liderazgo, Trabajo en Equipo

Conocimiento para realizar tramites como:

- Conocimiento de los criterios y herramientas para realizar el trabajo respectivo
- Conocimiento del proceso necesario para proceder al ensamblaje del computador.

- Analizar y tomar decisiones en cuanto a trámites o procesos de garantías  
Conocimientos sobre normas y procedimientos que se deben llevar dentro de la empresa.  
Manual de comportamiento para el personal de la empresa.

### **Lista de Conductas y Actitudes**

1.2 Llenar la orden del departamento del servicio técnico en el que consta todos los datos del equipo o partes que deja con fecha de recepción de entrega y accesorios que deja dentro de la empresa. Esto se realiza por medio de:

1.1.1 Realizar una evaluación al cliente del daño correspondiente o desperfecto ocurrido en el equipo.

1.2 Verificado el daño se procede a indicar el precio respectivo del daño o mantenimiento que se vaya a realizar.

1.7 Factura pro-forma emitida por administración esto es al momento de la entrega del producto o computador arreglado.

1.8 Realizar tramites necesarios para la entrega del equipo o factura para que pueda asegurarse con su garantía.

1.9 Proceder al cobro respectivo, para lo cual se podrá ofrecer planes de financiamiento.

1.10 Explicación de dichos tramites si así se requiere o si su pago es en efectivo.

## **5.1 Conclusiones**

Luego de terminar con el trabajo de identificación de competencias laborales que se culminó con la unidad de competencia laboral aplicado a Xpc se logró definir completamente el mapa funcional de dicha empresa así como aplicar los mejores procesos necesarios para lograr un mejor cumplimiento de las metas y logros que la empresa desea alcanzar.

Es por esto que este modelo lo que pretende es determinar cuáles son las funciones que se deben llevar a cabo para lograr atraer, desarrollar y mantener el talento y que éste de resultados requeridos dentro de la organización

Nuestra recomendación es implementar este sistema de unidades de competencias laborales ya que creemos que por medio de éste se logrará un eficiente y eficaz logro de objetivos.

## **RESUMEN**

Por medio de este modulo hemos podido combinar varios factores dentro de una empresa tales como administrativos, financieros y de talento humano; y hemos visto como los recursos humanos constituyen un factor muy difícil de controlar y debemos saber aprovecharlo al máximo y tratar de que den lo mejor de sí para la organización considerando el trabajo en equipo, combinando experiencias y motivando su desarrollo personal.

Hemos comprendido como aplicar el modelo de gestión por competencias al personal de las empresas que si se lo aplica bien dará excelentes resultados empresariales.

## **ABSTRACT**

By means of this I modulate we have been able to combine several factors inside a such company as administrative, financial and of human talent; and we have seen as the human resources they constitute a factor very difficult of controlling and we should know how to take advantage of it to the maximum and to try them to give the best thing of yes for the organization considering the work in team, combining experiences and motivating their personal development.

We have understood as applying the administration pattern for competitions to the personnel of the companies that if it applies it to him well he/she will give excellent managerial results.

## INDICE

<b>1. INTRODUCCION</b>	<b>2</b>
<b>1.1 Justificación del Tema</b>	<b>3</b>
<b>1.2 Objetivos</b>	<b>4</b>
<b>1.2.1 Objetivo General</b>	<b>4</b>
<b>1.2.2 Objetivo Especifico</b>	<b>4</b>
<b>1.3 Marco Teórico</b>	<b>4.</b>
<b>1.4 Metodología del trabajo</b>	<b>5</b>
<b>2. La Empresa</b>	<b>6</b>
<b>2.1 Descripción de la Empresa</b>	<b>6</b>
<b>2.1.1 Catalogo de Productos</b>	<b>7</b>
<b>2.1.2 Servicios en Línea</b>	<b>8</b>
<b>2.2 Reseña Histórica</b>	<b>9</b>
<b>3. Ámbito del Negocio</b>	<b>10</b>
<b>3.1 Misión</b>	<b>10</b>
<b>3.2 Visión</b>	<b>10.</b>
<b>3.3 Principios y Valores</b>	<b>10</b>
<b>Organigrama</b>	<b>12</b>
<b>Mapa Funcional</b>	<b>13</b>
<b>4. Construcción del Mapa Funcional</b>	<b>14</b>
<b>5. UCL</b>	<b>18</b>
<b>Conclusiones</b>	<b>26</b>
<b>Resumen</b>	<b>27</b>
<b>Abstract</b>	<b>28</b>

# **CAPITULO II**

**UNIVERSIDAD DEL AZUAY**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN**

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING ESTRATEGICO  
INTEGRAL APLICADA A LA EMPRESA SUBLIMAGEN "CIA. LTDA"**

**AUTORAS: VERONICA VILLA**

**VERONICA VILLACRES**

**TUTOR: ECON. LUIS TONON**

**CUENCA – ECUADOR**

**2006**

## INTRODUCCION

Las empresas de hoy en día deben prepararse para los cambios radicales, ya sea en la tecnología, comunicación, y competitividad, que cada vez se vuelve más severos, y para poder sobrevivir en nuestro medio es indispensable aplicar en las organizaciones cambios que nos lleven a ser mejores, para poder competir en nuestro mercado local, y en un futuro en un mercado internacional.

Esto implica que nosotros como empresarios debemos ajustar nuestras mentes y empresas a métodos modernos como es el marketing estratégico integral, considerando que el marketing ha llegado a ser una parte fundamental de las organizaciones del siglo XXI, siempre y cuando este sea planificado y ajustado a las necesidades de cada empresa, lo que implica tiempo y dinero invertido, pero al final los resultados pueden ser muy satisfactorios.

La empresa que vamos analizar es Sublimagen, esta se dedica a la transferencia de imágenes.

Este plan de marketing va ha tener como finalidad analizar nuestra participación en el mercado, las ventas, el crecimiento, cuales son nuestras ventajas frente a la competencia, el posicionamiento, desarrollo de nuevos productos y de esta manera crear valor en nuestra empresa.

Nuestro compromiso será brindar un buen servicio al menor costo posible, para que nuestros productos sean competitivos dentro del mercado Cuencano, es por eso que se tratara de implementar productos novedosos, como por ejemplo las tintas comestibles y jarros musicales, tratando de estar siempre actualizados y al margen de la tecnología existente.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL:**

El plan de marketing estratégico, tiene por finalidad introducir a la empresa en un mercado apropiado en la que pueda desenvolverse, obteniendo rentabilidad y beneficios, al mismo tiempo ser una empresa reconocida internacionalmente.

### **OBJETIVOS ESPECIFICOS:**

- ❖ Identificar el producto,
- ❖ Identificar el mercado,
- ❖ Diferenciar el sector de la producción,
- ❖ Formular buenas estrategias de posicionamiento
- ❖ Rentabilidad

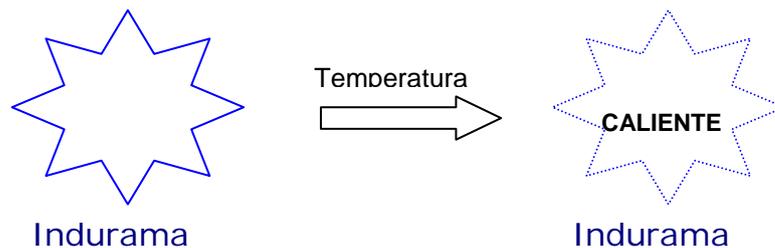
### **METODOLOGIA DE TRABAJO**

La metodología que se aplicará en el trabajo es el método descriptivo que consiste en la observación actual de hechos fenómenos y casos, se ubica en el presente y procura la interpretación racional y el análisis objetivo, ya que hemos obtenido una serie de información real de esta empresa, describiendo su misión, visión, objetivos y una serie de instrumentos necesarios para realizar este trabajo.

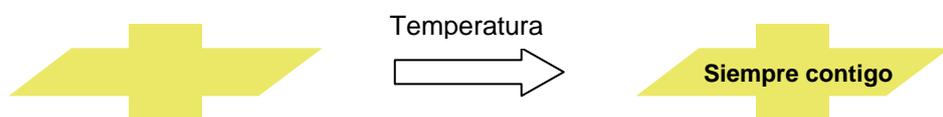
## RESEÑA HISTORICA

**SUBLIMAGEN:** es una empresa que se dedica a la fabricación y comercialización al por mayor de productos textiles y cerámicos, el producto que hemos destinado para nuestro proyecto es la transferencia de imágenes en todo tipo de materiales y objetos para recuerdos y/o publicidad dirigido para empresas cuencanas como:

- **Empresas Industriales:** como es Indurama, que se dedica a la fabricación de electrodomésticos, se le puede prestar el servicio de transferencia de su logotipo en los vidrios de los hornos.



- **Empresa de Comercial:** como es la Chevrolet que se dedica a la comercialización de autos a esta empresa se le puede prestar el servicio de transferencia de su eslogan en un jarro.



- **Empresa de Servicios.-** Empresas que organizan distintos eventos sociales como fiestas infantiles, se le brindaría nuestro servicio de transferencia de imágenes para recuerdos, servilletas, bombas, tortas etc.



Este proceso de transferencia de imágenes tiene la flexibilidad suficiente para poder ser aplicado a una gran variedad de productos, por lo tanto presenta un extenso campo de aplicación y competitividad.

Finalmente se llega a la conclusión de que se puede competir con empresas que realizan trabajos similares con la ventaja de que los objetos que fabricamos son resistentes al agua, rayos del sol y al desgaste producido por el rozamiento como es el caso de los pisos de cerámica y no estamos limitados a utilizar láminas de papel adhesivo transparente que se desgasta o se despega con facilidad.

## 1. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

**1.1 UBICACIÓN:** SUBLIMAGEN Cia. Ltda. Ha considerado como mercado estratégico para comercializar sus productos, la ciudad de Cuenca-Ecuador, ya que nuestro objetivo es de dirigirnos a empresas que en ella funciona, esto nos da mayor y mejor amplitud de mercado. Ubicándose específicamente en el centro de la ciudad (Luis Cordero 15-59) considerando que en este sector no hay problema del parqueo y esta cerca de todo.

**1.2 TAMAÑO:** El tamaño de nuestra planta y almacén es el adecuado para nuestro producto ya que contamos con el espacio suficiente y la debida adecuación para poder producir 9600 piezas mensuales.

**1.3 DIMENSINAMIENTO:** Hemos dimensionado al mercado por empresas y población, para ampliar la información.

Pero nuestro mercado potencial y al que nos hemos dirigido, son las empresas activas de la ciudad de Cuenca, y con estos datos hemos sacado la muestra de la población.

EMPRESAS	
Números de Empresas en el Cantón Cuenca	4700(aproximadamente)
Números de Empresas Activas	1.737(activas)

- Fuente: Superintendencia de Compañías, son datos aproximados, ya que se esta actualizando toda esta información en la ciudad de Quito.

POBLACION	
Azuay	599.546
Cuenca	417,632

- Fuente: INEC

La segmentación del mercado para nuestra empresa la podemos dividir en dos:

1º Las empresa de la ciudad de Cuenca

- El perfil del cliente tipo seria, una empresa que se interese por un producto de calidad para su publicidad.

2º Clases socioeconómico medio

- La persona natural que desee adquirir nuestro producto, este dispuesto pagar por la calidad y el servicio.

## 2. TARGET GROUP

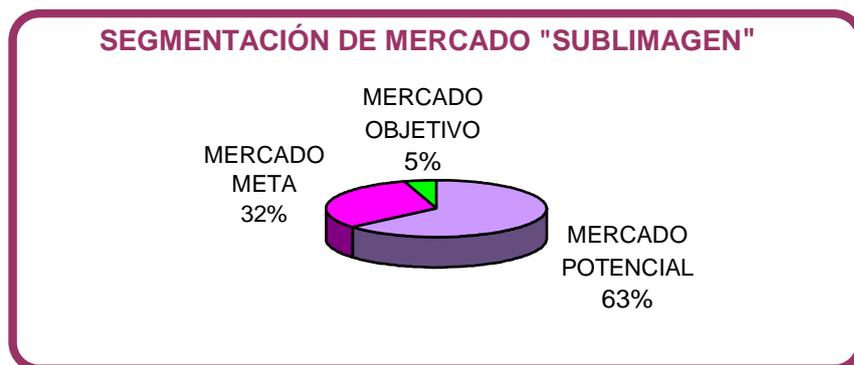
Para determinar cuánto del mercado segmentado podemos atender, nos guiamos por los siguientes pasos:

**2.1 MERCADO META O TOTAL.-** Estos datos los obtengo por medio de la segmentación que se realizó anteriormente.

**MT=** 1737 empresa x 50% (entidades que son de interés para la empresa, según la capacidad instalada).  
**MT=** 869 empresas

**2.2 MERCADO OBJETIVO.-** Para obtener mi mercado objetivo, primero considero el numero de empresas de mi mercado total, luego aplico un porcentaje general considerado entre el 5% y el 15% o también considerando la capacidad instalada de la empresa.

**MO=** 869 empresas x 15%(entidades que se desea atacar en primera instancia.)  
**MO=** 130 empresas



Elaborado por: Verónica Villa y Verónica Villacrés

### 3. POSICIONAMIENTO

Para analizar como nuestra empresa esta posicionada dentro del mercado debemos contestar muchas interrogantes como:

¿Qué quiere el consumidor?

¿Cuál es el servicio que le vamos ha dar?

¿Como atacar nuestro target?

¿Como mantenernos al margen de nuestra competencia?

Contestaremos éstas interrogantes determinado cuales son las oportunidades y fortalezas que debemos aprovechar y las debilidades y amenazas que debemos rechazar.

#### 3.1 FODA

##### **FACTORES INTERNOS.-**

###### **FORTALEZAS:**

- Contamos con una avanzada tecnología.
- El lugar donde va a funcionar la empresa es propio y esto nos beneficia ya que así no pagamos arriendo y ahorramos los costos.
- La maquinaria es propia ya está en buen estado, así podremos trabajar de una mejor manera y ofrecer un producto con acabados de primera a nuestros clientes.
- Conocimiento del producto, ya que para poder crear este negocio como propietarios que somos nos sentimos capacitados para este tipo de producto.
- Nuestro local se encuentra en un lugar estratégico, así le facilitamos al cliente en donde dejar su vehículo, y que tenga una mayor facilidad de llegar al punto de venta.
- El producto que introducimos al mercado es un producto novedoso así la gente lo apreciará de una mejor manera ya que le llamará la atención.
- Le brindamos garantía de por lo menos 1 año a nuestros clientes, así si el producto que elaboramos tiene algún problema nosotros le solucionamos, por ejemplo, si hacemos un diseño en un jarro y se

sale el color de la pintura nosotros le reconocemos y le hacemos un nuevo diseño.

#### **DEBILIDADES:**

- Una de las principales debilidades es la demora de la materia prima ya que es importada y tiene que pasar por las aduanas, esto nos daría problema ya que nos demoraríamos en hacer nuestro trabajo y por consecuencia demora en la entrega de pedidos a nuestros clientes.
- No existe posicionamiento dentro del mercado ya que es un producto nuevo y se demoraría hasta que este se posicione.
- Capacidad de crédito bancario, ya que los bancos no nos prestarán el dinero que necesitemos cada vez que queramos si no les damos una garantía.
- Otra debilidad que tenemos como empresa es la falta de capacidad del personal, como el producto es nuevo en el mercado los trabajadores tendrían que poner mayor empeño y esfuerzo para que puedan capacitarse con facilidad y en menos tiempo.

#### **FACTORES EXTERNOS.**

##### **OPORTUNIDADES:**

- Apertura de nuevos mercados.
- Ofrecemos mayor publicidad para las empresas, ya que nuestro método de transferencia de imágenes les permite mostrar de mejor manera el producto que se comercializa.
- Ofrecemos a nuestros clientes un producto de calidad, para que así exista una mayor demanda dentro del mercado.
- Precios competitivos

##### **AMENAZAS.**

- Inestabilidad en las aduanas.
- Encarecimiento de la materia prima.
- Daños en los equipos, ya que necesitaríamos técnicos extranjeros para poder arreglarlos.

### 3.2 ESTRATEGIAS FODA

<b>INTERNOS</b>	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<b>EXTERNOS</b>		
	<b>Estrategias FO</b>	<b>Estrategias DO</b>
<b>OPORTUNIDADES</b>	Aprovechando la tecnología de punta podemos aperturar nuevos mercados. Por medio de la innovación podemos ofrecer a nuestros clientes calidad y precios bajos.	Tratar de mantener un stock grande de Materia Prima para ofrecer mejor servicio de publicidad a las empresas Capacitar al personal para ofrecer mejores productos y ventajas en el servicio
<b>AMENAZAS</b>	<b>Estrategias FA</b> Por medio de la tecnología que poseemos podemos entregar los pedidos antes de lo fijado  Al ser la maquinaria nueva, para mantenerla se le dara mantenimiento, para evitar daños severos.	<b>Estrategias DA</b> Reducir al minimo el retraso de MP con mayor stock para evitar el encarecimiento del producto Capacitar mejor al personal para evitar que se da mal uso a la maquinaria y esta se dañe, lo que ocasiona gastos.

Somos una empresa nueva, pero estamos introduciéndonos en el mercado poco a poco con nuestros nuevos productos, algo novedoso que nuestra competencia no posee todavía y lo mejor es que nuestros precios son competitivos y nos ayudan a posicionarnos en el mercado.

## 4. PILARES FUNDAMENTALES DEL MKT ESTRATEGICO

### 1. EL PRODUCTO

#### FUNCIONALIDAD:

Nuestro producto tiene diferentes características que hace que el consumidor se interese ya que brindamos un producto personalizado que va de acuerdo con las necesidades, gustos y preferencias de cada uno de nuestros consumidores sean empresas o personas naturales:

#### 1.1 CATEGORIZACION DE LOS PRODUCTOS

#### MEZCLA DE PRODUCTOS:

La lista de los productos que tenemos a disposición son las siguientes:

ARTICULO	TAMAÑO	COLOR
JARROS PLATOS CERAMICA(AZULEJO) CAMISETAS MADERA PADMAUSE JOYAS	11oz a 15oz 8pulg a 10pulg 5x5, 10x10, 20x20, 30x30 8,10,S,M,XL todo tamaño 22x20	blanco, temocromicos, musicales blanco con filo de oro blanco blanco, plomo, café  PLATA, ORO

#### LINEA DE PRODUCTOS

Nuestra línea de producto esta destinado a:

- Productos Publicitarios; que va dirigidos a empresas ,
- Productos Personalizados; que está dirigido a la población en general

El producto que ha tenido más acogida en el mercado por su variedad en diseños y precios y el que lo analizamos en el proyecto son los jarros.

Aquí especificamos gráficamente el tipo de jarros que la empresa Sublimagen comercializa.

## JARROS CON MANGO DE ANIMALES



## JARROS TERMOCROMICOS Y MUSICALES



## JARROS CON FONDO Y MANGO EN COLORES VERDE, AMARILLO, NEGRO Y AZUL



## JARROS SOLO CON FONDO EN COLOR VERDE, AMARILLO, AZUL Y NEGRO



## JARROS DE CRISTAL



La aplicación de este proceso nos permite introducir objetos novedosos al mercado, como por ejemplo:

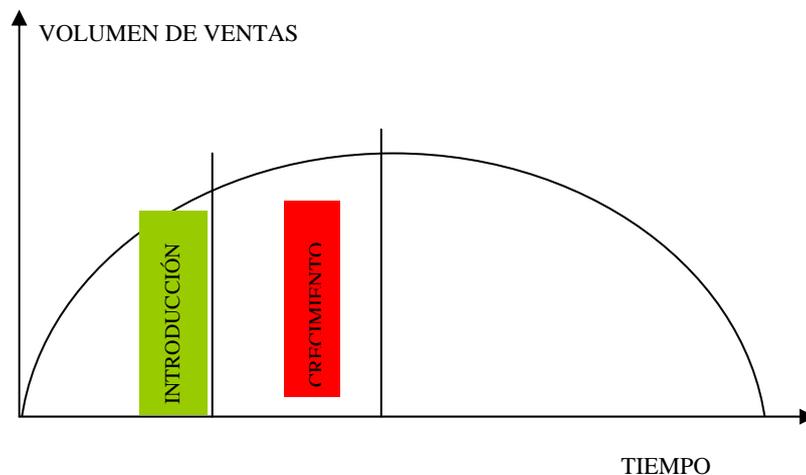
- Jarros,
- Platos,
- Camisetas,
- Bolsos,
- Vidrios,
- Murales de Cerámicas,
- Madera,
- Joyas

Empleamos la imagen o foto que se desee, incluso con efectos especiales; se puede transferir a través de fotos digitales y fotos convencionales en este caso las fotos tienen que digitalizar utilizando un scanner.

Además se incluye impresión de frases, eslogan, logotipos, imágenes prediseñadas, paisajes, y cualquier tipo de imagen que el cliente proporcione.

## 1.2 CICLO DE VIDA

Por medio del siguiente gráfico podemos determinar cual es el ciclo de vida de nuestro producto (JARROS), nos encontramos en una etapa de crecimiento, ya que estamos 2 años en el mercado, tiempo en el cual nos hemos enfocado en introducir todos nuestros artículos, pero en especial los jarros, ya que con este producto nos hemos dado a conocer y en la actualidad estamos creciendo.



### CARACTERISTICA BASICAS DE INTRODUCCION Y CRECIMIENTO

INTRODUCCION	CRECIMIENTO
Lanzar publicidad. Requiere de promociones. Bajas o nulas ganancias(dependiendo de la época) Crecimiento lento de las ventas Poca participación en el mercado Problemas técnicos Demora de la llegada de la Materia Prima	Aumento de las ventas Ampliar el espacio de producción y bodega Mejora de los productos Implementar nuevo producto Aumenta la competencia Aumenta el mercado

## ACCIONES BASICAS

### ESTRATEGIA.

- La fijación de precio es importante en la etapa de crecimiento, ya que deben ser competitivos. Y en la etapa de introducción siempre va a parecer que el precio es alto hasta convencer a nuestros posibles clientes.
- En la etapa de crecimiento se debe introducir productos nuevos al mercado para de esta forma captar mas mercado
- La distribución del producto es importante en la etapa de introducción, ya que de esta forma se da a conocer el producto mas rápido y en mas lugares.
- Los gastos publicitarios en la etapa de introducción se considera altos, ya que en esta etapa las ganancias son pocas o nulas.
- En la etapa de crecimiento se debería considerar la segmentación de un mayor mercado si se ha tenido una buena acogida.

### 1.3 DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS

Esta en proyecto la implementación de un nuevo producto como es las tintas comestibles, y las tintas fosforescentes



## 1.4 EMPAQUE

El Empaque es esencial en el producto ya que lo protege, y le da imagen a la empresa, porque si es atractivo para el público, nuestro producto va a ser reconocido en cualquier lugar.



## 2. PRECIO

Para la fijación de los precios se ha elaborado una investigación de los precios de la competencia, lo cual nos permitió establecer un margen de ganancia del 25% sobre los costos de las mercaderías que manejan las empresas más cercanas a nuestros productos.

De igual manera hemos considerado el número de intermediarios que actúan en la distribución de los productos, ya que al importar la materia prima existe una serie de impuestos y requisitos.

Luego calcular todos los costos y gastos para llegar al producto terminado, los precios de venta al público son:

# SUBLIMAGEN Cia. Ltda

Dirección: Luis Cordero 15-59 y Muñoz Vernaza

Teléfono: 2 83 92 92

## PROFORMA

PRECIOS DE VENTA AL PÚBLICO.

DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO
<p>Jarro blanco</p> 	3	<p>Jarro de vidrio</p> 	3,5
<p>Jarro blanco con interior verde, azul amarillo, negro</p> 	3,5	<p>Jarro musical (cumpleaños, navidad)</p> 	5
<p>Jarro blanco con mango y filo verde, amarillo, negro, azul.</p> 	3,5	<p>Pad mouse</p> 	4,5
<p>Jarro con mango de animal perro, gato, caballo, vaca.</p> 	4,5	<p>Plato</p> 	6,5
<p>Jarro termocrómico full</p> 	8	<p>Dijes (incluye cadena)</p> 	5
<p>Jarro termocrómico parte</p> 	6	<p>Azulejos (20x20cm)</p> 	6,5

# **SUBLIMAGEN Cia. Ltda**

**Dirección:** Luis Cordero 15-59 y Muñoz Vernaza

**Teléfono:** 2 83 92 92

## **PROFORMA**

PRECIOS AL POR MAYOR

<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>DESCRIPCION</b>
100	JARROS	3,00
50	PLATOS	6,00
100	JOYAS	4,50
100	AZULEJOS	6,00

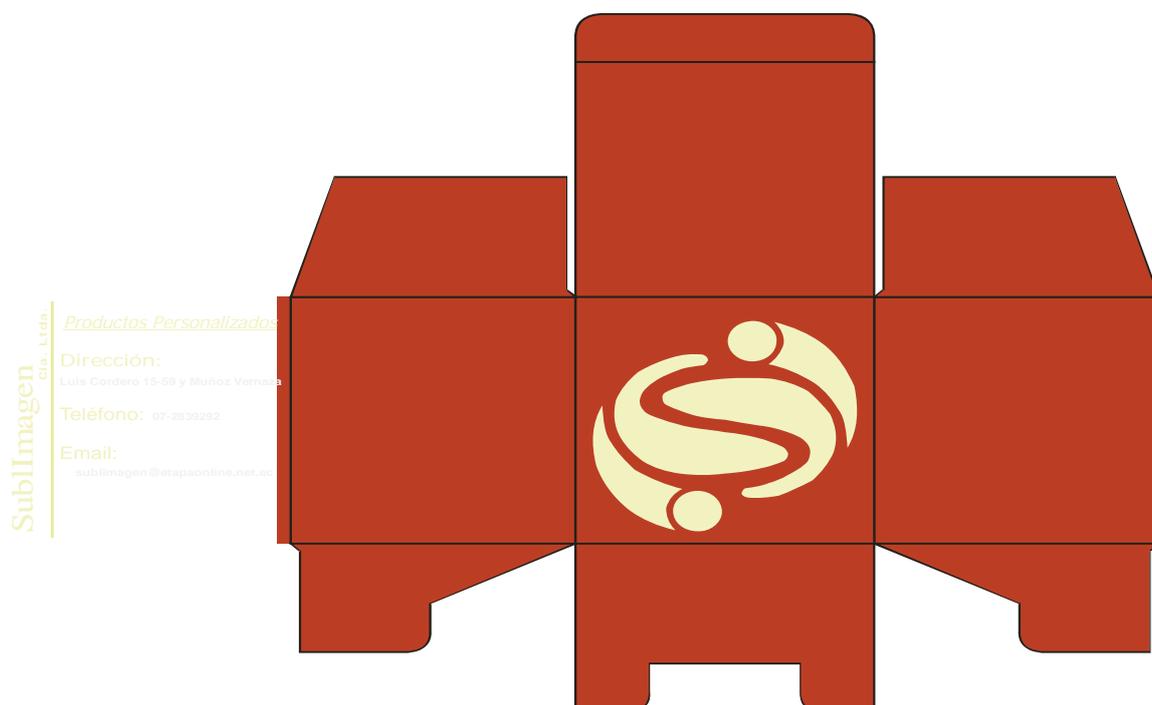
### 3. PLAZA

#### 3.1 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

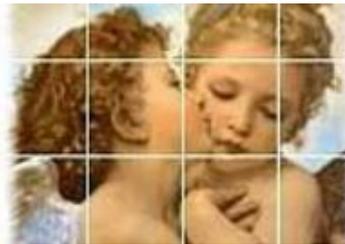
Al ser nosotros una empresa que comercializa directamente los productos que importamos, no contamos aún con canales de distribución.

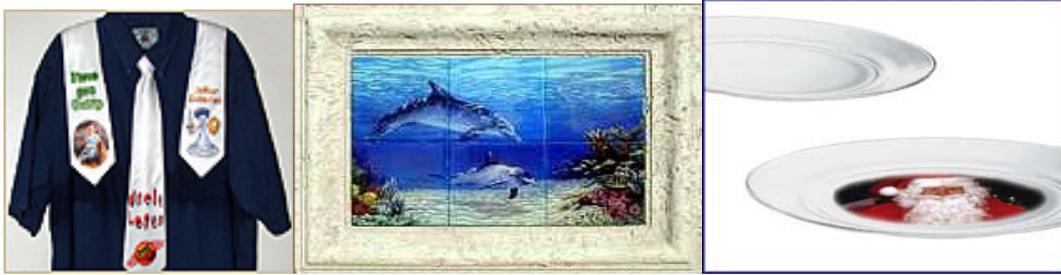
Pero nuestra visión a futuro es crecer y contar con varios canales de distribución dentro y fuera de la ciudad.

#### 3.2 TIPOS DE ENVOLVIMIENTO DEL PRODUCTO/ SERVICIO



### 3.3 PORTAFOLIO DE PRODUCTOS





#### 4. PROMOCION

Durante estos dos años de funcionamiento **SUBLIMAGEN** ha utilizado como medio de publicidad folleteria, catálogos con la descripción de los diferentes productos que tenemos y sus respectivos precios estos han sido entregados a empresas de nuestro medio y a personas particulares.

El medios utilizado hasta el momento fueron folletos, para lo cual mandamos a elaborar 5000 ejemplares con un costo de \$500, los mismos que nos ayudaron a darnos a conocer al mercado cuencano, esto se realizo por medio de visitas a las diferentes empresas de la ciudad para explicar que es lo que nuestra empresa desea ofrecer y explicar cual es la calidad del producto que ofrecemos.

Por el momento no hemos participado en ferias, eventos, exposiciones; esperamos en lo posterior poder hacerlo, aunque cuando abrimos nuestro servicio al público contamos con un lanzamiento en el que se dio a conocer nuestros productos y cual era su calidad y costo.

Esperamos en un futuro implementar una página Web para así extender nuestro mercado y crear más valor en nuestra empresa.

Las tarjetas de presentación son básicas en la promoción de las empresas.



El membrete también nos ayuda a darnos ha conocer, enviando oficios o cartas a las diferentes empresas o instituciones de la ciudad de Cuenca.



De la forma que más hemos hecho publicidad, es entregando folletos en diferentes lugares.

A dark red banner for SublImagen Cia. Ltda. It includes the company logo and name on the left, and 'Cia. Ltda.' on the right. Below the name, the text reads: 'Imprimimos Imágenes, logotipos, fotografías en todo tipo de objetos: camisetas, textiles, gorras, cerámicas, maderas, metales, vidrios, cuero, plásticos, jarros, azulejos, mármol, CD, Pad Mouse, relojes, placas, y muchos más objetos, personalizados para su hogar o negocio. Estamos en: Luis Cordero 15-59 y Muñoz Vernaza Teléfono: 2839292 / 099969637'.



## CONCLUSION

Luego de haber analizado como se ha desarrollado el Marketing Estratégico de nuestra empresa así como los 4 Pilares fundamentales del Marketing hemos llegado a la conclusión de que todo esto nos permite desarrollarnos en un entorno empresarial cada vez más competitivo.

Por medio de estas estrategias hemos alcanzado la etapa en la que nos encontramos que es la de crecimiento, nos ha ayudado a conocer y dominar oportunidades de mercado para así asegurar ventajas competitivas creando así valor para los clientes.

La estrategia de Marketing utilizada hasta el momento ha dado resultado pero nuestra visión es implementar canales de distribución, para así crecer como empresa y tratar de satisfacer a nuestros clientes ya que ellos son los que nos ayudaran a seguir en el mercado.

Tener como objetivo fundamental la calidad de nuestros productos y sobre todo competir con precios alcanzables para nuestros clientes.

## **BIBLIOGRAFIA**

- Folleto de Marketing Estratégico Integral; Ing. Xavier Ortega V.
- Superintendencia de Compañías
- INEC

## **RESUMEN**

Al aplicar un estudio de mercado con los cuatro pilares fundamentales del marketing, se realiza un análisis profundo de la empresa, lo cual nos ayuda a detectar los puntos débiles y fortalecer las áreas que tienen un buen funcionamiento.

En este modulo nosotras como estudiantes hemos reforzado los conocimientos adquiridos, lo cual es muy importante para nuestra vida profesional, ya que el marketing es una pieza fundamental para el éxito de las empresas.

## **ABSTRACT**

When applying a market study with the four fundamental pillars of the marketing, he/she is carried out a deep analysis of the company, that which helps us to detect the weak points and to strengthen the areas that have a good operation.

In this I modulate we as students have reinforced the acquired knowledge, that which is very important for our professional life, since the marketing is a fundamental piece for the success of the companies.

## INDICE

Introducción	2
Objetivos	3
Objetivos Específicos	3
Objetivos Generales	3
Reseña Histórica	4
<b>SEGMENTACIONDE MERCADO</b>	
1.1 Ubicación	6
1.2 Tamaño	6
1.3 Dimensionamiento	6
<b>TARGET GROUP</b>	
2.1 Mercado Meta	7
2.2 Mercado Objetivo	7
<b>POSICIONAMIENTO</b>	
3.1 FODA	9
3.2 Estrategias FODA	11
<b>PILARES FUNDAMENTALES DEL MKT ESTRATEGICO</b>	
1. Producto	12
1.1 Categorización de los productos	12
1.2 Ciclo de Vida	15
1.3 Desarrollo de nuevos Productos	16
1.4 Empaque	17
2. Precio	18
Preformas	19
Preformas	20
3. Plaza	21
3.1 Canales de Distribución	21
3.2 Tipo de Envoltura del Producto	21
3.3 Portafolio de Productos	22
4. Promoción	23
Conclusión	25
Bibliografía	26
Resumen	27
Abstract	28

# **CAPITULO III**

**UNIVERSIDAD DEL AZUAY**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION**

**ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

*Plan de Negocios*

*De la Agencia de Personal para cuidado de Adultos Mayores*

*“Nueva Esperanza”*

**Trabajo Final del Modulo de “Entrepreneurship”**

**Dictado por: Ing. Gustavo D. Cettolo**

**Tutor Asesor:**

**Ing. José Robalino**

**Realizado por:**

**Daniel Carrión**

**Daniel Pinos**

**Libia Sacoto**

**Verónica Villa**

**Verónica Villacrés**

**Cuenca – Ecuador**

**2006**

## SUMARIO EJECUTIVO

“Nueva Esperanza” es una Agencia de Personal, que brinda cuidado en sus domicilios, a personas de 65 años en adelante, a los que llamamos Adultos Mayores, ofreciendo un amplio portafolio de servicios como ser : fisioterapia, psicología, psiquiatría, control en la alimentación, acompañamiento en la realización de pequeñas gestiones, higiene y cuidados personales. Ofrecemos este servicio durante el día, la noche o por horas, con la garantía de contar con personal calificado.

El beneficio que obtiene el consumidor es la seguridad y comodidad, en el calor de su propio hogar, evitando molestias de traslado y maltratos. Por lo general quienes custodian de estas personas son: cónyuges, hijos o parientes, que, por el ritmo de vida actual, no disponen del tiempo necesario para cuidar de sus seres queridos (adultos mayores).

Actualmente no existe una organización similar , por lo que consideramos una gran oportunidad para emprender nuestro negocio.

Después de constituir nuestra empresa como Sociedad Anónima, empezaremos a funcionar, dentro de tres meses, en la oficina ubicada en las calles Lorenzo Piedra 3-23 y Remigio Crespo, teléfono 2450-208/2818-228

Nuestro mercado meta son las personas que tienen familiares cuyas edades sean de 65 años en adelante.

Como estrategia para ingresar al mercado es nuestro servicio a domicilio, a un precio alcanzable, acompañado de una serie de beneficios.

Nuestra competencia indirecta son los Centros Geriátricos y los Asilos. Existen personas que de manera particular brindan atención, pero no se encuentran integradas a una organización ni cuentan con servicio especializado. Una debilidad que tiene la

competencia es que no cuenta con personal y equipo para brindar servicio a domicilio.

“Nueva Esperanza” es un negocio integrado por cinco accionistas, como Sociedad Anónima y contará con personal especializado sobre todo en las áreas de salud y fisioterapia.

## **NUEVA ESPERANZA**

### **¿QUIENES SOMOS?**

El **Centro Nueva Esperanza** es una agencia concebida para brindar servicios de cuidados a las personas adultas-mayores consideradas de 65 años en adelante, tratando de brindarles rehabilitación integral y satisfacción de sus necesidades sin tener que alejarse de sus seres queridos o del calor de su hogar.



Nuestro equipo profesional combina una amplia experiencia en la materia con la más moderna tecnología al servicio de la recuperación y rehabilitación de nuestros adultos-mayores.

La calidez de nuestro personal y la excelente atención hacen de nuestra agencia una empresa competitiva dentro del mercado cuencano.

Es una empresa que se dedica al servicio y atención de adultos mayores, los mismos que necesitan cuidados especiales de personas que sean capacitadas y calificadas para este tipo de labores.

La idea de negocio surgió por la necesidad, de que no existe en Cuenca, un centro especializado que realice servicio a domicilio para tratar a las personas de la tercera edad, ya que hoy en día vivimos a un ritmo muy acelerado, y esto ocasiona que las personas busque lugares en donde puedan atender a sus seres queridos.

## **PRINCIPIOS**

- ❖ Coordinación de las actividades.
- ❖ Trabajar basándonos en la ética y moral.
- ❖ Puntualidad en los horarios.
- ❖ Tenemos un compromiso tanto con nuestros clientes como nuestros consumidores.



## **VALORES**

- ❖ Servicio al cliente
- ❖ Trabajo en equipo
- ❖ Honestidad
- ❖ Responsabilidad
- ❖ Liderazgo
- ❖ Respeto mutuo

## **MISIÓN**

Nueva Esperanza desea dar un servicio geriátrico con profesionalismo y calidad a nuestros adultos mayores, ya que ellos son el pilar fundamental de nuestro negocio.

## **VISION**

- Llegar a ofrecer un servicio de calidad en el mercado local.
- Mantenernos con precios competitivos.
- Capacitación constante y tecnología de punta, al servicio del personal
- Llegar a ser una empresa prestigiosa y competitiva en el País.
- Conseguir una mayor participación y aceptación en el mercado regional y con miras a extendernos al mercado nacional.

### **LUGAR FECHA Y UBICACIÓN:**

Nuestro local estará ubicado en la ciudad de Cuenca, en las calles Lorenzo Piedra 3-23 entre Remigio Romero y Remigio Crespo, sus actividades se iniciarán en el mes de agosto.



Hemos decidido constituir la empresa como Sociedad Anónima, con la posibilidad de que participen nuevos socios.

Al no existir en nuestra ciudad una agencia similar, creemos que es una gran oportunidad para emprender este negocio.

### **OBJETIVOS DEL NEGOCIO**

- Nuestro objetivo principal es llegar a nuestro cliente con el mejor servicio.
- Tener equipos de última tecnología y transportables.
- Tener una imagen reconocida y respetable en el medio
- Tener una rentabilidad justa y sostenible

Para cumplir con estos objetivos vamos a realizar las siguientes estrategias:

- Vamos a capacitar a nuestro personal periódicamente.
- Vamos a adquirir equipos usados, modernos y transportables.
- Realizar publicidad en los diferentes medios de comunicación.

Vamos a fijar precios cómodos, aceptables y que permitan cubrir los costos operativos y tener una rentabilidad. En nuestro país se ha producido muchos cambios sociales y económicos que afectan y seguirán afectando a las empresas. Uno de los problemas más frecuentes es el poder adquisitivo de las personas; un cambio brusco en la economía generaría que disminuya la demanda de nuestro servicio.

## FODA

### **FORTALEZAS:**

Las principales fortalezas de NUEVA ESPERANZA S.A. de las cuales hemos desarrollado nuestro estudio son:

- El ser primer Centro de servicio para la tercera edad en la ciudad de Cuenca.
- Contar con un target amplio
- Tener precios accesibles y competitivos
- Personal capacitado
- Lugar donde va a funcionar la empresa es propio

### **OPORTUNIDADES:**

- Apertura de nuevos mercados
- Ofrecer comodidad y seguridad a nuestros clientes
- Existe poca competencia indirecta
- La alianza con el Hospital del Río.

### **DEBILIDADES:**

- Nuestra mayor debilidad es que al ser una empresa nueva en nuestro medio no tenemos posicionamiento dentro del mercado.
- Conseguir recursos humanos adecuado que desee trabajar de acuerdo a las políticas y condiciones de nuestro negocio,
- El transportar nuestro personal y equipo ya que no existe un carro a tiempo completo

### **AMENAZAS**

- Daños en los equipos
- La posibilidad de ingreso de una competencia directa
- Indecisiones de los nuevos socios, ya que al ser sociedad anónima estamos expuestos a este tipo de riesgos
- Encarecimiento de la Mano de Obra

## ANALISIS DEL MERCADO

**DEFINICIÓN.-** Lo que “NUEVA ESPERANZA” busca es un mercado que no está muy explotado en la Ciudad de Cuenca, como son nuestros adultos mayores, ya que al existir pocos centros geriátricos o asilos, Hace que este sector sea interesante.



**SEGMENTOS.-** Nos limitaremos a estudiar el mercado del sector urbano de la ciudad de Cuenca, específicamente las personas comprendidas en edades entre los 65 y 85 años, que son a los que consideramos nuestros posibles consumidores. Como también se puede segmentar por ingresos, para esto tomamos en cuenta, el ingreso per. cápita. Le definimos de esta forma ya que se puede considerar que son las familias que estarían dispuestos a pagar un servicio como el que se va ha prestar, o sea nuestros posibles clientes.

Con los siguientes datos hemos segmentado el mercado:

POBLACIÓN EN EL AZUAY	599.546	15%
POBLACION EN LA CIUDAD DE CUENCA	417.632	2,10%
TOTAL POBLACION DE ADULTOS MAYORES EN EL AZUAY	45651	
TOTAL POBLACION DE ADULTOS MAYORES ENCENCA	959	

## TARGET GROUP

**MERCADO META O TOTAL.-** Estos datos los hemos obtenido por medio de la segmentación que se realizó anteriormente.

### MERCADO META

MT = 959 X 0,5 (según estimado dentro de seis meses). MT=479 Adultos Mayores.
--

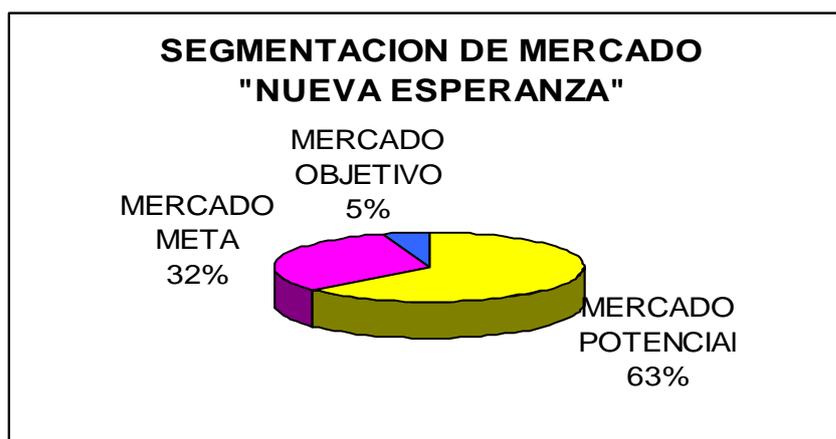
**MERCADO OBJETIVO.-** Para obtener nuestro mercado objetivo, primero consideramos el número de personas del mercado total, luego aplicamos un porcentaje general considerado entre el 5% y el 15% o según nuestra capacidad instalada.

### OPORTUNIDADES DEL MERCADO OBJETIVO

El potencial de nuestras ventas es el tipo de servicio que se daría a los familiares que nos deseen contratar, tomando en cuenta que hay mucha gente interesada en este servicio, porque es más cómodo tener el servicio en la casa, que llevarlo algún centro geriátrico. Nos basamos en estos criterios por las encuestas aplicadas.

### MERCADO OBJETIVO

MO= 479 X 15% (Lo que se desea atacar en primera instancia) MO= 72 Adultos Mayores
---



### TENDENCIAS DEL MERCADO

Para este tipo de negocio las tendencias del mercado están a nuestro favor, ya que hemos determinado un mercado que no se encuentra explotado y por ende no existe competencia directa, la competencia indirecta es pequeña. Lo que impactaría al mercado es nuestro servicio, aún no existente en la ciudad de Cuenca.

### TAMAÑO DEL MERCADO

Para determinar el tamaño del mercado, hemos considerado aplicar encuestas, según nuestro mercado meta, y lo definimos a través de la fórmula del tamaño de la muestra

### TAMAÑO DE LA MUESTRA

$$\text{FORMULA } \frac{Z^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{(E)^2 \cdot (N-1) + (Z^2) \cdot P \cdot Q} = 55,53689315$$

n	479
z	195%
N	72
P	50%
Q	50%

## ENCUESTA

Estudiantes de la Universidad del Azuay, realizan un proyecto que tiene como fin aplicarse en la realidad; la siguiente encuesta se basa en una Agencia de Servicio a Domicilio para Adultos Mayores.

1. ¿Conoce usted alguna Agencia que brinde servicio a personas mayores a domicilio?

SI  NO

2. ¿Le gustaría adquirir este servicio?

SI  NO

3. ¿Qué tipo de servicio requiere?

Cuidado \_\_\_\_\_  
Fisioterapia \_\_\_\_\_  
Tratamiento Psicológico \_\_\_\_\_

4. Con qué periodicidad necesitaría el servicio?

Eventual \_\_\_\_\_  
Diario \_\_\_\_\_  
Horas \_\_\_\_\_  
Feriados \_\_\_\_\_  
Diurno \_\_\_\_\_  
Nocturno \_\_\_\_\_

## ANALISIS DE LA COMPETENCIA

En la Ciudad de Cuenca, en el sector urbano, no existe competencia directa para la empresa, ya que no existen agencias que cumplan con este tipo de servicio para este grupo de personas que son los adultos mayores.



Lo que si es un factor de amenaza para la empresa es la competencia indirecta, como son los Asilos, Fundaciones Geriátricas, Centros de Rehabilitación y las enfermeras que ofrecen sus servicios individualmente.

Pero nuestra ventaja es, que al crear una agencia podríamos eliminar parte de lo que es el servicio de enfermeras individuales, ya que les ofreceríamos un trabajo seguro con beneficios y respaldada por una entidad legal lo que sería nuestra agencia, además nuestro servicio es brindar comodidad al cliente y satisfacer las necesidades de nuestros consumidores con personal capacitado, brindándole atención médica inmediata; de esta forma llegaríamos a tener un buen nivel competitivo en el mercado y crecimiento en el mismo.

## ANALISIS DEL CONSUMIDOR

**INDICE DE CONSUMO.**- Los hemos clasificado de acuerdo a la frecuencia con la que contrate el servicio.



- **LIGERO:** Persona que requiere el servicio, al menos una vez al mes.
- **MEDIO:** Persona que requiere el servicio 2 veces por mes.
- **GRAN CONSUMIDOR:** Persona que frecuenta nuestra agencia

## PERFIL:

- Capacidad Adquisitiva,
- Familias con personas de la tercera edad a cargo,
- Aceptación de las políticas de la empresa.

## PLAN DE MARKETING

Nuestro plan de marketing lo basamos en las “4P” ya que cada uno de ellos es un factor importante para nuestra empresa.

### P1. PRODUCTO

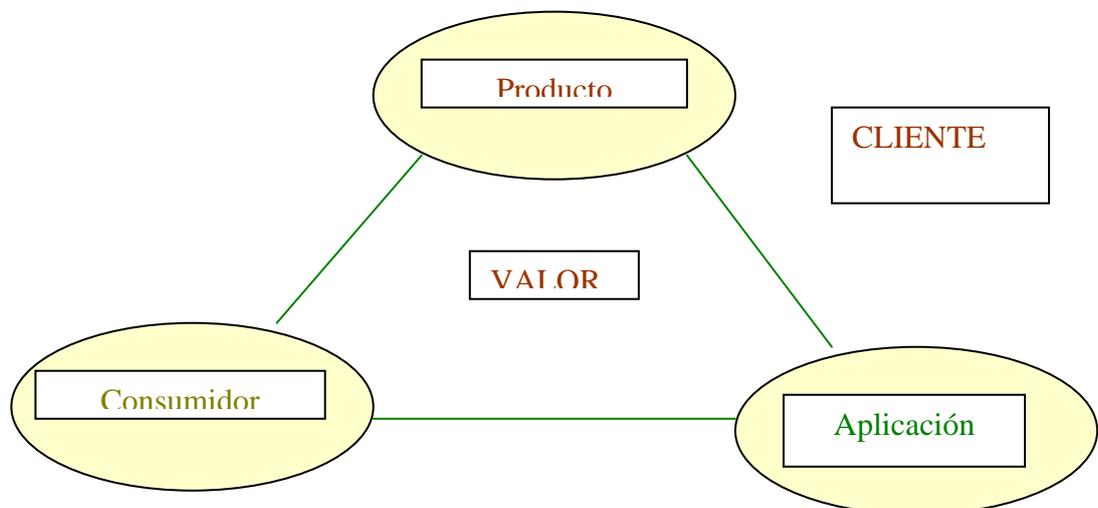
Existen Centros Geriátricos que ofrecen programas y servicios a las personas mayores, en áreas como son: salud, nutrición, recreación, salud mental, aspecto social, etc.

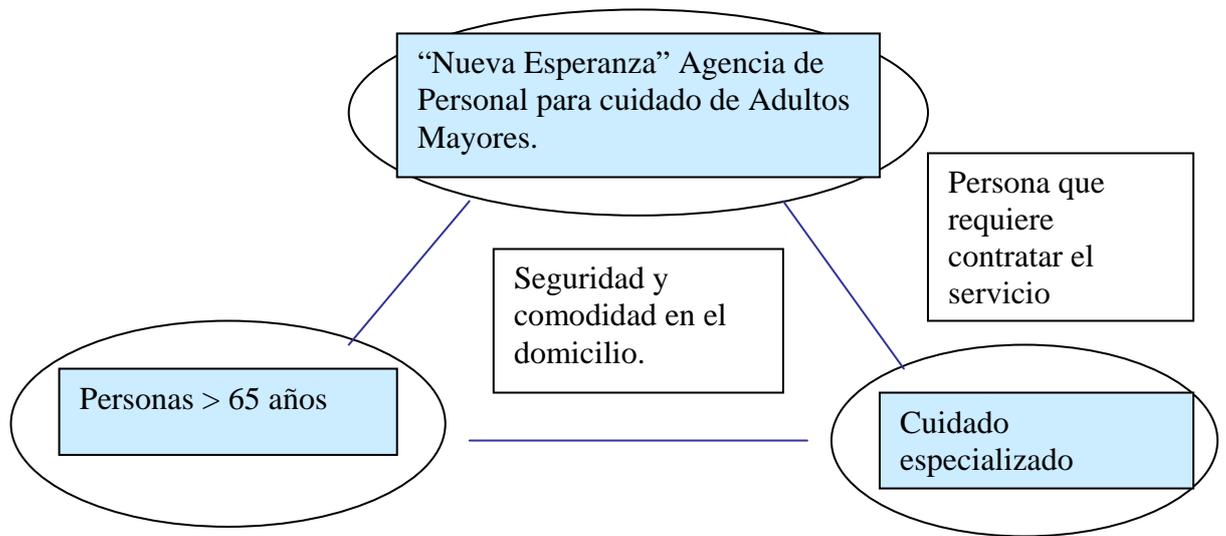


Todos envejecemos de distinta forma, algunos tienen condiciones crónicas que se manifiestan a principio de los 65 años, otros viven sin tener que recurrir a servicios sociales o de cuidado a largo plazo.

“Nueva Esperanza” tiene el propósito de servir a las personas mayores, contribuir con su bienestar y ayudarlos a mantenerse autosuficientes. Lograr que tengan la oportunidad de compartir los conocimientos y las experiencias que poseen. Es un esfuerzo para servir a los adultos mayores, “Nueva Esperanza trabaja con los familiares de ellos, a fin de determinar el grado de fragilidad y el nivel de cuidado que les corresponde, sin tener que salir de casa.

### El Triángulo de Valor





En el caso de nuestra Agencia "Nueva Esperanza" el Triángulo de Valor estaría integrado por: nuestros clientes son las personas que contratan nuestro servicio, el consumidor es el familiar que requiere del cuidado y la aplicación es el servicio en si que brindamos.

Como propuesta de valor ofertamos que, nuestros seres queridos están en buenas manos en su propio hogar, evitando el ser internados en un Centro Geriátrico, tengamos presente que un alto porcentaje de personas mayores prefieren permanecer en sus casas.

Nuestro producto / servicio, satisface una necesidad, cumpliendo con nuestro objetivo a través del personal calificado del cual disponemos, ya que estableceremos convenio con el Hospital del Río, para dar atención profesional y de emergencia cuando el caso lo requiera.

## MATRIZ DE VALOR

Si el servicio está ya definido, se establecen dos variables: Consumidores y Aplicaciones.

Nuestros consumidores son los mayores adultos personas con más de 65 años de edad, que requieren de nuestros servicios, para ellos tenemos una serie de aplicaciones que se detallan a continuación:

<b>Consumidores</b> <b>Aplicaciones</b>	<b>Mayores-Adultos</b> <b>&gt;65 años</b>
Diagnostico previo a la atención	Conocer el estado actual del paciente
Cuidados medicos en casa	Seguridad
Higiene y cuidado personal	Conseguir elevar el autoestima
Fisioterapia	Lograr el bienestar fisico del adulto mayor
Terapia ocupacional y recreativa	Les ayuda a sentirse autosuficientes en su vida diaria
Atención sicologica y siquiatrica	mantener estabilidad emocional y mejorar su calidad de vida
Acompañamiento en la realización de pequeñas gestiones	Sentirse integrado a la comunidad

## FUNCIONALIDAD

Nuestro producto tiene diferentes características que hace que el consumidor se interese, ya que brindamos un producto personalizado que va de acuerdo con las necesidades, gustos y preferencias de cada uno de nuestros clientes como de los consumidores.

## CATEGORIZACION DE LOS PRODUCTOS

- Servicio por horas
- Servicio solo en feriados
- Servicio diario
- Servicio eventual
- Servicio Diurno
- Servicio Nocturno



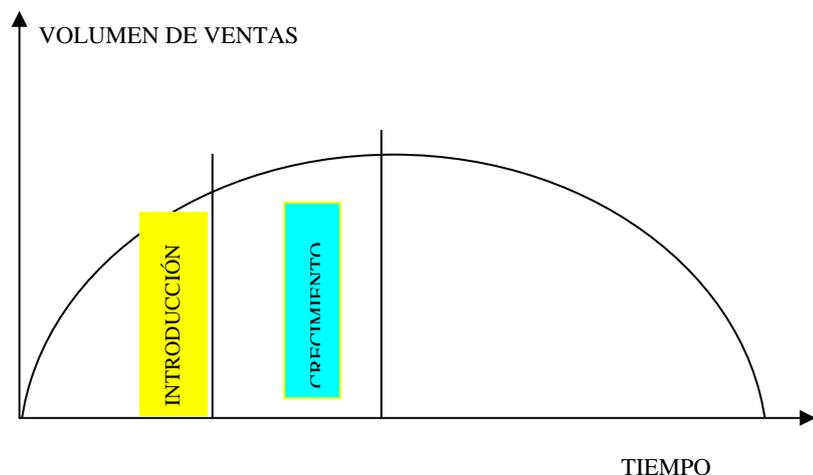
Al ingresar a nuestra base de datos, por cualquiera de los servicios que se pone a disposición del cliente, automáticamente se hacen acreedores de servicios extras, como sería:

- Servicio de ambulancia
- Rehabilitaciones
- Asistencia Hospitalaria
- Atención psicológica.

Estos servicios durará lo que el contrato estipule.

## CICLO DE VIDA

Por medio del siguiente gráfico podemos determinar cual es el ciclo de vida de nuestro producto (Servicio), nos encontramos en una etapa de Introducción, ya que estamos iniciando en el mercado, tiempo en el cual estamos enfocados en introducir todos nuestros servicios. Lo que esperamos es que en pocos meses este servicio se de ha conocer y estemos en la etapa de crecimiento.



## **2P. PRECIO**

Para la fijación de los precios se ha elaborado una investigación de los precios de la competencia, lo cual nos permitió establecer un margen, para constituir los precios, tomando en cuenta los costos de los servicios que manejan las empresa más cercanas a la nuestra.

Consideramos también el número de intermediarios que actúan, en lo que al servicio se refieren.

Luego calcular todos los costos y gastos, los precios de venta al público son:

### **PROFORMA**

Servicio de cuidado por hora .....	\$ 3,00
Servicio de Fisioterapia por hora .....	\$ 8,00
Tratamiento psicológico por hora .....	\$ 4.50

## **3P. PLAZA**

### **CANALES DE DISTRIBUCIÓN**

Al ser nosotros una empresa que esta comenzando, no contamos aún con canales de distribución.

Pero nuestra visión a futuro es crecer y contar con canales de distribución dentro y fuera de la ciudad, ya que nuestra meta es alcanzar un mercado nacional

#### 4. PROMOCION

Para darnos a conocer, se utilizará como medio de publicidad folletería, catálogos, trípticos con la descripción de los diferentes servicios que tenemos y sus respectivos precios, éstos serán entregados en clínicas, hospitales, centros de rehabilitación de nuestro medio, a la salida de las iglesias a personas particulares.



También se analizará la posibilidad de pasar cuñas publicitarias en radio, una vez que nuestra agencia este funcionando.

Esperamos en un futuro implementar una página Web para así extender nuestro mercado y crear más valor en nuestra empresa.

#### PLAN DE OPERACIONES

La principal idea de “NUEVA ESPERANZA” es proporcionar asistencia a domicilio a personas mayores de los 65 años. El proceso empieza cuando los clientes, personas que por sus diversas ocupaciones o imprevistos; trabajo, viaje, eventos varios, fiestas, etc. nos contactan vía teléfono o directamente se presentan en nuestra oficina y piden nuestros servicios. En ese momento se firma un contrato y previo estudio de los antecedentes del paciente, contactamos a uno de nuestros especialistas, personal que estudia y estudió carreras como medicina, fisioterapia, enfermería y afines, que constan en nuestra base de datos y le asignamos el trabajo.



En que consiste el trabajo? , en atender con sus conocimientos al consumidor final que en este caso serán los ancianos, el especialista llega al domicilio y ofrece los cuidados que de acuerdo al paciente necesita, en concordancia con las horas que el cliente requiere. En muchos casos la contratación puede ser fija, es decir el asistente puede ser contratado para atender a la persona sin tiempo definido. Esto lleva a la persona que ofrece sus servicios a un cumplir un papel de “Asistente Personal” para

cada anciano, estando presente todos los días en el domicilio de éste y dándole los cuidados que nuestros ancianos requieren.

Así nuestros clientes evitan la tediosa incomodidad de trasladar a sus seres queridos a un hospital geriátrico o en un asilo, perdiendo además el miedo de que sus familiares sean maltratados y su salud deteriorada. Además ellos gozarán de un cuidado especializado y personalizado en la seguridad y comodidad de su hogar.

Para la atención de nuestros clientes, contaremos con una persona que receptorá las llamadas y elaborará los contratos, 33 especialistas entre estudiantes de las carreras antes mencionadas que estén cursando el último ciclo, enfermeras que se encuentren fuera de funciones y gente que tenga experiencia en el cuidado de personas mayores.

Cabe recalcar que nuestro servicio abarca, cuidados personales y de higiene, alimentación, fisioterapia en caso de que el paciente lo requiera, paseos diarios, atención psicológica, todo lo referente a medicamentos, administración de inyecciones, además de un examen médico previo a cada paciente, este último punto se logrará gracias a un convenio que tenemos previsto firmar con el Hospital del Río.

Los pacientes que necesiten tratamientos más especiales como quimioterapia, diálisis, etc. serán trasladados, los días correspondientes a sus tratamientos, en transporte de nuestra empresa y siempre acompañado de su asistente personal para así generar la confianza y hacerle saber al paciente que siempre estará respaldado.

En el caso del servicio de fisioterapia, nos encargaremos del transporte que llevará las máquinas necesarias al domicilio del paciente, de acuerdo a un cronograma establecido.

En nuestro negocio el principal recurso utilizado es el humano, de ahí que nuestros principales proveedores serán las universidades, los gremios de personas tituladas en la ramas de medicina y enfermería, los centros geriátricos, asilos, fundaciones y hospitales.

Previo a la contratación de nuestro personal éstos rendirán pruebas de aptitud, actitud, psicológicas, profesionales y desempeño, todo esto con miras a entregar el

mejor servicio a la gente que confía en nosotros y pone en nuestras manos un ser querido.

Nuestra base de operaciones será un local adecuado como oficina, ubicado en la Lorenzo Piedra 3-23 y Remigio Crespo, una zona de importante concurrencia de la ciudad, la misma que contará con parqueo y cómodas instalaciones para la atención de nuestros clientes.

La adquisición de máquinas para fisioterapia, masajeadoras, bandas caminadoras, mancuernas, etc. se hará por medio de la compra a hospitales, los cuales renuevan sus máquinas en un periodo de 5 años, de que éstas han sido utilizadas, tiempo en el cual no pierden sus beneficios, no son obsoletas, las podríamos utilizar sin ningún problema y esto nos evitaría una primera inversión muy fuerte ya que el costo para adquirir estas máquinas sería menor.

A pesar que nuestro servicio se muestra interesante para los clientes todo el año, durante el mismo habrá meses en los cuales nuestra demanda crezca mas, como la época de vacaciones. En esta época incrementan los ausentismos de las personas en la ciudad ya sea por que la gente viaja a la playa, o a fincas fuera de la urbe.

Los costos de la utilización de las máquinas en el domicilio de nuestros pacientes, así como el transporte, etc. estarán dentro del valor mensual que nuestros clientes nos paguen, que es nuestra principal fuente de ingresos al iniciar el negocio. Al igual que nuestro costo por papelería, insumos, gerencia, administración, seguros, impuestos, etc.

Para asegurarnos que la calidad de nuestros servicios sea la mejor, contamos mucho con la calidad de gente que trabaja con nosotros, personas estudiadas y/o con experiencia que se encargarán de dar lo mejor de sí para la entera satisfacción de nuestros clientes, es por esto que como requisito principal tienen que demostrar sus conocimientos y vocación a través de las pruebas o tests antes mencionados.

A su vez la forma de compensación, la retribución para ellos será pagarles un buen sueldo y sobre todo a tiempo, capacitaciones, cursos de actualización sobre medicina alternativa u otras tendencias en el cuidado o atención de personas, bonos por

captación de clientes, inclusive la posibilidad; en un largo plazo, de que pueden comprar pequeñas participaciones(acciones) de la empresa, esto con la idea de fomentar un buen ambiente laboral y asegurarnos de que el rendimiento de nuestros “asistentes personales” no declives. Todo nuestro personal estará capacitado tanto en lo que concierne a cuidados del paciente como la utilización de máquinas de fisioterapia.

Creemos en nuestro negocio y en nuestra capacidad de llevarlo adelante, creemos también que puede ser muy rentable por el hecho de que no contamos con un negocio similar en el mercado de Cuenca que nos genere una competencia directa.

Además el saber que nuestra asistencia es a domicilio y con personal especializado, nos genera gran valor.

Nuestra competencia mas cercana y lo que mas amenazaría a nuestro negocio serian los hospitales, centros geriátricos y asilos, antes mencionados lugares donde si bien les dan atención a los ancianos; ésta no es personalizada justamente por la cantidad de pacientes con la que cuentan estos lugares, situación que lleva a que los ancianos no sean bien atendidos, generando mal estar a éstos.

Además seremos generadores de plazas de trabajo y con nuestro emprendimiento buscaremos ser fuente de inspiración para otros, para que se lancen a la creación de nuevas empresas e incrementar así la participación de la ciudad en el sector de las industrias y empresas.

## **MANAGEMENT**

Dentro de nuestra empresa el personal con el que vamos a contar son esencialmente 6 personas distribuidas sus responsabilidades de la siguiente manera:



Ing. Veronica Villacrés	GERENTE	PART TIME
Dr.Flavio Barros	ABOGADO	PART TIME
Ing. Daniel Carriòn	FINANCIERO	FULL TIME
Ing. Daniel Pinos	OPERACIONES	FULL TIME
Ing. Veronica Villa	MARKETING	PART TIME
Ing. Libia Sacoto	MARKETING	PART TIME

A continuación se detallará el curriculum vitae de cada oficial:

## **CURRICULUM VITAE**

### **DATOS PERSONALES:**

**Nombres y Apellidos:** Verónica Johanna Villacrés Ortiz

**Edad:** 24 años

**Dirección :** Luis Cordero 15-59

**Teléfono:** 2839292

**Estado Civil:** Casada

**Cédula No:** 0102967403

### **ESTUDIOS REALIZADOS:**

**Primaria:** Escuela Francisca Dávila

**Secundaria:** Colegio Nacional Herlinda Toral

**Título Obtenido:** Contador Bachiller en Ciencias de Comercio y Administración”

**Universidad:** Universidad del Azuay

**Título Obtenido:** Ingeniera Comercial

### **EXPERIENCIA LABORALES**

**Práctica:**

**Institución:** La Casa del Disfraz

**Labor Desempeñada:** ventas y contadora

**Duración:** 3 años

### **REFERENCIAS PERSONALES**

Ing. Verónica Villa

2818228

Arq. Pablo Coronel

2847772

## **CURRICULUM VITAE**

### **DATOS PERSONALES:**

**Nombres y Apellidos:** DR. Flavio Enrique Barros Reinoso.

**Edad:** 43 años

**Dirección :** Juan Bautista Cobos

**Teléfono:** 2223007

**Estado Civil:** Casado

**Cédula No:** 0103659874

### **ESTUDIOS REALIZADOS:**

**Primaria:** Escuela Hernán Cordero

**Secundaria:** Colegio Benigno Malo

**Título Obtenido:** Bachiller en Ciencias especialidad Sociales

**Universidad:** Universidad Estatal de la ciudad de Cuenca

**Título Obtenido:** Doctor en Leyes y Jurisprudencia

### **EXPERIENCIA LABORALES**

**Institución:** Municipio de Cuenca

**Labor Desempeñada:** Presidente de AMA

**Duración:** 4 años

### **EXPERIENCIA PROFESIONAL**

**Institución:** Municipio de Chordeleg

**Cargo:** Alcalde del Cantón Chordeleg

**Duración:** 8 años

### **REFERENCIAS PERSONALES**

Ing. Marcelo Cabrera

2884561

## **CURRICULUM VITAE**

### **DATOS PERSONALES:**

**Nombres y Apellidos:** Daniel Carriòn

**Edad:** 25 años

**Dirección :** Ricaurte 7-55

**Teléfono:** 2890527

**Estado Civil:** Soltero

**Cédula No:** 010372669-1

### **ESTUDIOS REALIZADOS:**

**Primaria:** Escuela Julio Matovelle

**Secundaria:** Colegio Manuel J. Calle

**Título Obtenido:** Bachiller en Comercio especialidad Informática

**Universidad:** Universidad del Azuay

**Título Obtenido:** Ingeniero Comercial

### **EXPERIENCIA LABORALES**

**Institución:** Publicarme

**Labor Desempeñada:** diseñador

**Duración:** 6 años

### **REFERENCIAS PERSONALES**

Ing. Fabián Medina 2832134

Ing. Wilson Avila 2846062

## **CURRICULUM VITAE**

### **DATOS PERSONALES:**

**Nombres y Apellidos:** Daniel Enrique Pinos Andrade

**Edad:** 25 años

**Dirección :** Bolívar 8-56

**Teléfono:** 831634

**Estado Civil:** Soltero

**Cédula No:**0104256326

### **ESTUDIOS REALIZADOS:**

**Primaria:** Escuela Asunción

**Secundaria:** Colegio Santa Ana

**Título Obtenido:** Bachiller en Físico Matemático

**Universidad:** Universidad del Azuay

**Título Obtenido:** Ingeniero Comercial

### **EXPERIENCIA PROFESIONAL**

**Institución:** Fibroacero

**Cargo:** Tesorero

**Duración:** 5 años

### **REFERENCIAS PERSONALES**

Econ. Marcelo Cordero

2806828

Econ. Gerardo Maldonado

2805135

## **CURRICULUM VITAE**

### **DATOS PERSONALES:**

**Nombres y Apellidos:** Verónica Alexandra Villa Grandes

**Edad:** 25 años

**Dirección:** Alfonso Borrero S/N y Lorenzo Piedra

**Teléfono:** 23455307

**Estado Civil:** Casada

**Cédula No:** 0103952057

### **ESTUDIOS REALIZADOS:**

**Primaria:** Escuela “Sagrados Corazones”

**Secundaria:** Colegio “Santo Domingo de Guzmán”

**Título Obtenido:** Bachiller en Contabilidad en Ciencias Administrativas

**Universidad:** Universidad del Azuay

**Título Obtenido:** Ingeniera Comercial

### **EXPERIENCIA PROFESIONAL**

**Institución:** SETECOMPU

**Cargo:** Administradora

**Duración:** 4 años

### **REFERENCIAS PERSONALES**

Ing. Hernán Parra 2885828

Ing..Fernando Cordero 2832659

## CURRICULUM VITAE

### DATOS PERSONALES:

**Nombres y Apellidos:** Libia Marina Sacoto Crespo

**Edad:** 38 años

**Dirección :** Rabida y Puerto de Palos

**Teléfono:** 385060

**Estado Civil:** casada

**Cédula No:**0102468659

### ESTUDIOS REALIZADOS:

**Primaria:** Escuela Francisca Dávila

**Secundaria:** Colegio Ciudad de Cuenca

**Título Obtenido:** Bachiller en Comercio y Administración Especialidad en Secretariado Bilingüe.

**Universidad:** Universidad del Azuay

**Título Obtenido:** Ingeniera Comercial

### EXPERIENCIA PROFESIONAL

**Institución:** Colegio Ciudad de Cuenca

**Cargo:** Asistente Administrativo B

**Duración:** 20 años

### REFERENCIAS PERSONALES

Lcda.. Catalina Astudillo N.	Profesora de la Estatal	2883828
Ing. Teresa Caivinagua		2822866

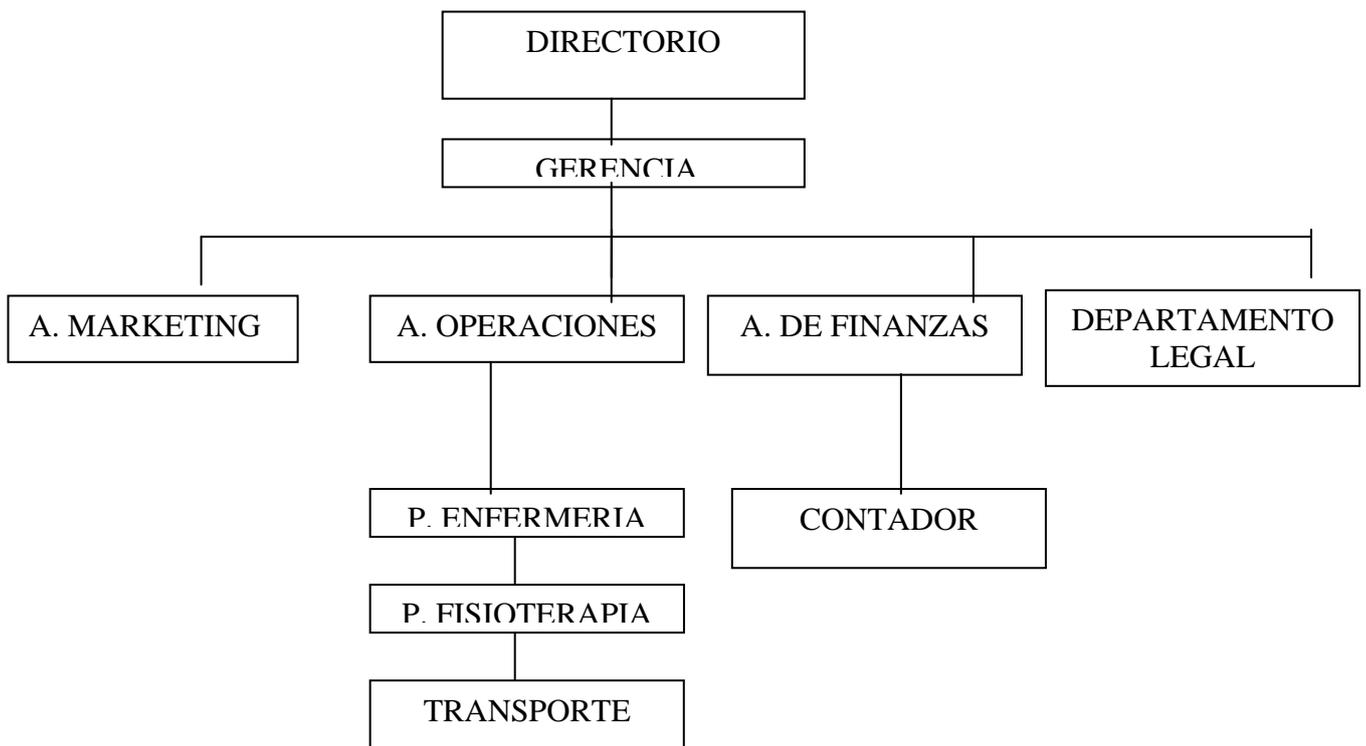
## RECURSOS HUMANOS

“Nueva Esperanza” está integrada por cinco accionista, y contaremos con un grupo de profesionales sobre todo en las áreas de salud y fisioterapia, quienes mediante un convenio de aceptación integrarán nuestro equipo de trabajo . Con el propósito de reducir costos, reclutaremos también



personal que se encuentre en el último año de estudios tanto de la Facultad de Enfermería como de Fisioterapia.

## ORGANIGRAMA





## PROYECCIONES FINANCIERAS

### PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA

Según las necesidades de la empresa hemos estimado los siguientes costos

Trabajador	Cargo	N° días Trabajado	Salario Unificado	V a H o r a	N° de Horas Suplementarias	N° de Horas Extraordinarias	Horas Suplementarias	Horas Extraordinarias	Salario	T D e c c i e m r o o	Décimo Cuarto	Total de Ingreso	Vacaciones	Aporte al IESS			Fondo de Reserva	Prestamo	Impuesto a la Renta	Total Liquido Recibido	costo Total
														Aporte 9,35%	Aporte 11,15%	IECE SECAP					
Veronica Villacres	Gerente	30	550,00	2,29	1	1	2,86	4,58	557,45	46,45	13,33	617,24	23,23	52,12	62,16	55,74	-	-	565,11	758,36	
Libia Sacoto	Marketing	30	500,00	2,08	0	0	-	-	500,00	41,67	13,33	555,00	20,83	46,75	55,75	50,00	-	-	508,25	681,58	
Veronica Villa	Marketing	30	500,00	2,08	0	0	-	-	500,00	41,67	13,33	555,00	20,83	46,75	55,75	50,00	-	-	508,25	681,58	
Daniel Carrión	J.Finaciero	30	500,00	2,08	1	0	2,60	-	502,60	41,88	13,33	557,82	20,94	46,99	56,04	50,26	-	-	510,83	685,06	
Daniel Pinos	J.Operaciones	30	500,00	2,08	2	1	5,21	4,17	509,38	42,45	13,33	565,16	21,22	47,63	56,80	50,94	-	-	517,53	694,11	

S/. 3.500,7

**PRESUPUESTO DE M.O (POR HORAS)**

Cargo	Cantidad	sueldo	sueldo x Hora	N° de	Sueldo a	Aport e IESS	Aporte SECA P	Costo Pa	Costo Total	Costo Año
Enfermeras	30	400	S/. 1.67	160	266.67	54.67	26.67	348.00	10,440.00	
Fisioterapista	4	400	S/. 1.67	160	266.67	54.67	26.67	348.00	1,392.00	
Contador	1	300	S/. 1.25	80	100.00	20.50	10.00	130.50	130.50	
Psicologo	1	400	S/. 1.67	80	133.33	27.33	13.33	174.00	174.00	
Abogado	1	360	S/. 1.50	80	120.00	24.60	12.00	156.60	156.60	
									12,293.10	147517.2

## COSTOS DEL PLAN DE NEGOCIOS NUEVA ESPERANZA

### COSTOS FIJOS

#### Servicios Básicos

DESCRIPCION	Cantidad	Periodo		Costo Unit	Costo Total (Anual)
Energía Eléctrica	12	Mensuales		16.00	192.00
Agua Potable	12	Mensuales		9.00	108.00
Teléfono	12	Mensuales		14.00	168.00
					-
<b>TOTAL SERVICIOS BASICOS</b>					<b>468.00</b>

#### MATERIALES DE OFICINA

DESCRIPCION	Cantidad	Unid. Medida (anual)		Costo Unit	Costo Total (Anual)
Papel	3	Paquete(500)		3.50	10.50
Esferos	2	Caja(24)		5.00	10.00
<b>TOTAL MATERIALES DE OFICINA</b>					<b>20.50</b>

#### Presupuesto Star Up

Gastos de Constitución		500
Adecuación del Local		300
Diseño del Logo		120
		<b>920</b>

**Muebles y Enseres**

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Escritorio	2	300.00	600.00
Sofá	1	250	250.00
Silla	6	60	360.00
Mesa	1	80	80.00
Archivero	2	410	820.00
			2110.00

**Equipos de Oficina**

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Computadora	1	720.00	720.00
Impresora	1	64.00	64.00
Telefono/Fax	1	120.00	120.00
			904.00

**Gastos Publicitarios**

Publicidad	30
Tripticos	10
Hojas Volantes	40

### Inversión en Equipos

Descripción	Valor unitario	Valor Total
Magnetotrapia	667.00	2,668.00
Laser Rhytel	1850.00	7,400.00
Diadin	620.00	2,480.00
Compresas	60.00	240.00
Fontoferesis	475.00	1,900.00
	3672.00	14,688.00

### Costos Variables

Descripción	Valor unitario	Cantidad	Valor total
Toallas	3.50	80	280.00
Guantes	5.20	100	520.00
Aceites	3.20	100	320.00
Esponjas	1.20	100.00	120.00
Parches	3.20	100.00	320.00
SUMAN	16.30		1,560.00
		CVU	21.6667

### Valor a Proveedores Anual

18720
-------

PROYECCION DE VENTAS

Demanda Inicial 30  
 Precio del Servicio hora 3  
 horas promedio mes 160  
 tasa de Crecimiento 35%  
 Cuidado

	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Demanda	30	30	30	41	55
Precio de Venta	480	480	480	480	480
Precio de V. Total	14400	14400	14400	19440	26244

Demanda Inicial 12  
 Precio del Servicio hora 6  
 horas promedio mes 12  
 Tasa de Crecimiento 35%

Tratamiento Psicologico

	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Demanda	12	12	12	16	22
Precio de Venta	72,00	72,00	72,00	72,00	72,00
Precio de V. UNITARIO	864,00	864,00	864,00	1.166,40	1.574,64
Precio de V.Total	864,00	864,00	864,00	1.166,40	1.574,64

Demanda Inicial 30  
 Precio del Servicio hora 8  
 horas promedio mes 20  
 Tasa de Crecimiento 35%

Tratamiento de Fisioterapia

	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Demanda	30	30	30	41	55
Precio de Venta	160	160	160	160	160
Precio de V. UNITARIO	4800	4800	4800	6480	8748
Precio de V.Total	4800	4800	4800	6480	8748

Ingreso x Ventas Mensu	20064	20064	20064	27086	36567	123845
------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	--------

Precio de Venta Total	712,00
-----------------------	--------

**NUEVA ESPERANZA S.A.**

**CASH FLOW**

	1	2	3	4	5
Ventas					
Servicio de Fisioterapia	14400.00	14400.00	14400.00	19440.00	26244.00
Servicio Psicologico	648.00	648.00	648.00	874.80	1180.98
Servicio de Compañia y Cuidado	4800.00	4800.00	4800.00	6480.00	8748.00
total de cobros	19848	19848	19848	26794.8	36172.98
Sueldos Administrativos	3112.85	3112.85	3112.85	4202.35	5673.17
Sueldos Operativos	12293.10	12293.10	12293.10	16595.69	22404.2
Proveedores	1,560.00	1,560.00	1,560.00	2106.00	2843.1
Servicios Básicos	468.00	468.00	468.00	468.00	468.00
Publicidad	40.00	40	40	40	40
Total de Pagos	17473.95	17473.95	17473.95	23412.03	31428.44
Saldo Final	2374.05	2374.05	2374.05	3382.77	4744.54

**NUEVA ESPERANZA S.A**  
**ESTADO DE RESULTADOS**  
**AL 31 DE DICIEMBRE DE 2006**

INGRESOS		108519
Servicios Prestados		
Cuidado	78732	
Fisioterapia	26244	
Tratamiento Sicológico	3.542,94	
GASTOS		88.611,00
Salarios	36.879,30	
Depreciación de Equipos	4.406,40	
Depreciación E Computación	2.712,00	
Depreciación de Mueb. Enseres	6.330,00	
Gastos Administrativos	36.879,30	
Servicios Básicos	1.404,00	
=Utilidad antes de Participaciones		19908
- 15% de Utilidas de Empleados		2986,2
=Utilidad antes impuesto		16922
-35% de Impuestos		5922,7
=Utilidad despues de impuestos		10999
- 5% de Reserva Legal		549,95
= Utilidad Neta		10449

## PROYECCIONES EN TRES ESCENARIOS

### OPTIMISTA

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Fijos	21.706,03	52.094,47	52.094,47	52.094,47	52.094,47	52.094,47
Costos Variables	80.272,87	108.368,37	146.297,31	197.501,36	266.626,84	359.946,23
Demanda	131	177	239	323	436	588
Ventas	123.845,04	167.190,80	225.707,59	304.705,24	411.352,07	555.325,30
	21.866,14	6.727,96	27.315,81	55.109,41	92.630,76	143.284,60

### NORMAL

Costos Fijos	21706,0298	52094,4716	52094,4716	52094,4716	52094,4716	52094,4716
Costos Variables	80.272,87	84286,5132	88500,8389	92925,8808	97572,1749	102450,784
Demanda	131	138	145	152	159	167
Ventas	123.845,04	130.037,29	136.539,16	143.366,11	150.534,42	158.061,14
	21.866,14	-6.343,69	-4.056,15	-1.654,24	867,77	3.515,89

### PESIMISTA

Costos Fijos	21.706,03	52.094,47	52.094,47	52.094,47	52.094,47	52.094,47
Costos Variables	80.272,87	81.878,33	83.515,89	85.186,21	86.889,94	88.627,73
Demanda	131	131	131	131	131	131
Ventas	123.845,04	123.845,04	123.845,04	123.845,04	123.845,04	123.845,04
	21.866,14	-10.127,76	-11.765,33	-13.435,64	-15.139,37	-16.877,17

## **CONCLUSION**

Luego del análisis respectivo llegamos a la conclusión de que la Agencia de Cuidados para adultos mayores “Nueva Esperanza”, es un proyecto factible de realizar, ya que las proyecciones financieras y estudio de mercado nos muestran un ambiente favorable, en donde podemos cumplir con las expectativas propuestas y de esta forma satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

## **RESUMEN**

En este trabajo hemos aplicado todo las herramientas necesarias para emprender un negocio, desde su inicio, trayectoria y proyecciones futuras, empleando la creatividad, y desarrollando el campo de la investigación, ya que al ser un trabajo práctico podemos considerara factores que teóricamente no los tomamos en cuenta, es por esto que nos servirá actualmente estas estrategias para aplicar en nuestras empresas.

## **ABSTRACT**

In this work we have applied the whole necessary tools to undertake a business, from their beginning, trajectory and future projections, using the creativity, and developing the field of the investigation, since to the being a practical work can it considered factors that theoretically don't take them in bill, it is for this reason that it will be good us at the moment these strategies to apply in our companies.

## INDICE

Sumario Ejecutivo	2
Reseña Historica	3
Principios	4
Valores	4
Misión	4
Vision	4
Objetivos	5
FODA	6
Análisis de Mercado	7
Análisis de la Competencia	11
Análisis del Consumidor	11
Plan de MKT	12
Producto	12
Matriz de Valor	14
Precio	16
Plaza	16
Promoción	17
Plan de Operaciones	17
Management	20
Recursos Humanos	27
Organigrama	27
Presupuestos	30
Costo de Plan de Negocios	31
Cash Flow	35
Estados Financieros	36
Proyecciones	37
Conclusiones	38
Resumen	39
Abstract	40

# CAPITULO IV

***UNIVERSIDAD DEL AZUAY***  
***FACULTAD DE ADMINISTRACION***  
***ESCUELA DE ADMINISTRACION DE***  
***EMPRESAS***

**DISEÑO DE UN SISTEMA PARA UNA "REINGENIERIA  
FINANCIERA" APLICADA A LA EMPRESA  
SETECOMPU**

**AUTORAS: VERONICA VILLA**

**VERONICA VILLACRES**

**TUTOR: ING. XIMENA MOSCOSO**

**CUENCA -ECUADOR**

**2006**

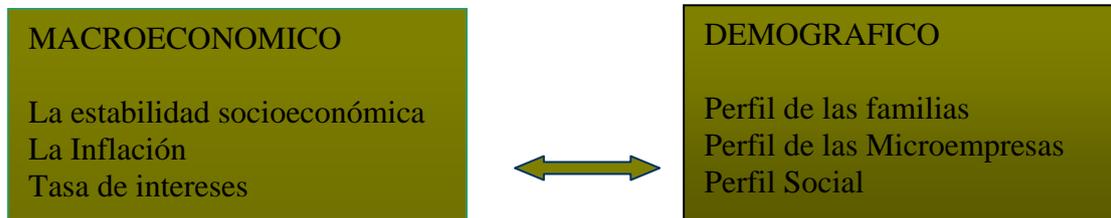
## **DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA**

**SETECOMPU** Es una empresa que ha logrado tener cobertura a nivel regional, con varios distribuidores en el Ecuador situados en la ciudad de Cuenca, abarcando cantones de nuestra ciudad como Gualaceo, Paute, Chordeleg, Girón, etc. Esto hace que la imagen de la empresa sea muy conocida ya que al ser distribuidora de las mejores marcas de computadoras e insumos de los mismos hace que sus servicios sean eficientes y eficaces.

SETECOMPU se encuentra funcionando desde el año 2004 en su local principal ubicado en las calles Lorenzo Piedra 3-23 y Remigio Crespo, en donde se ofrece servicio de mantenimiento, venta y comercialización de computadoras o accesorios (partes y piezas).



## ESTUDIO DE ANALISIS DEL ENTORNO



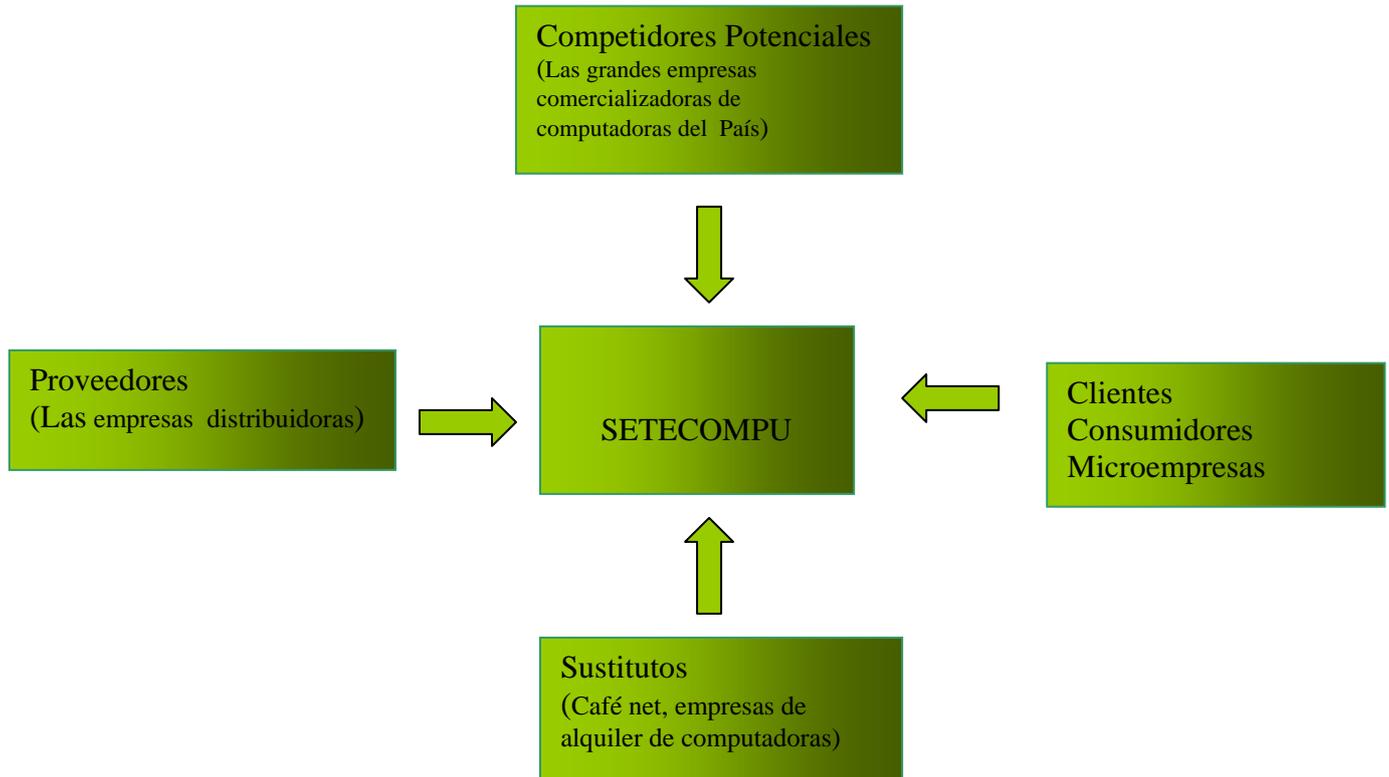
Setecompu ha seleccionado estas variables para analizar el entorno.

En el aspecto macroeconómico, la estabilidad del país es importante para la superación de todo negocio, y la decisión que tomen los gobiernos en ámbitos como, tratados internacionales como el TLC o cuando se enfrentan huelgas de transporte y demás, nosotros como empresa nos vemos afectados. La inflación es un aspecto que se debe tomar en cuenta para futuras negociaciones pues un incremento inesperado de los precios puede ocasionar pérdidas.

Las tasas de interés vigentes, son importantes para nosotros ya que al ser una empresa pequeña, el capital de trabajo se lo obtiene por medio de préstamos bancarios.

En el aspecto demográfico consideramos como nuestros clientes potenciales a las familias que necesitan de nuestros productos para desarrollarse dentro de diferentes ámbitos y a las microempresas, que son quienes necesitan nuestros productos y mantenimientos para desarrollar diferentes actividades empresariales.

## FUERZAS COMPETITIVAS DEL SECTOR



**Competidores potenciales:** Nuestra empresa se ve afectada por los grandes comercializadores del país, que aparte del enorme capital que poseen importan directamente la mercadería, y de esta manera sus precios son más económicos y su stock de computadoras y accesorios es mayor.

**El poder de negociación de los clientes** Esta es una de las fuerzas más importantes, ya que los clientes son el eje para seguir adelante en nuestra empresa y crecer; su capacidad de negociación radica en que tienen muchas alternativas de compra, es por esto que debemos crear en nuestros clientes confianza en el servicio que estamos prestando y ofrecer mayores ventajas en el pago de estos productos con créditos directos asegurando nuestro capital con garantías reales o documentos legales; para esto contamos con una gran variedad de opciones de crédito, como tarjetas en distintos bancos, letras de cambio, cheques, etc.

**El poder de negociación con proveedores,** para negociar con nuestros proveedores lo que hacemos primero es obtener una línea de crédito con las empresas proveedoras presentando los documentos y garantías requeridas, luego podemos analizar las cotizaciones de las partes, piezas o accesorios que

necesitamos, definiendo con cual de estas empresas trabajaremos mayoritariamente. Es importante tener presente que nuestra mejor carta de presentación y un factor importante será el cumplimiento en dichos pagos.

**Barrera de entrada,** consideramos que la principal barrera de entrada a este negocio es la necesidad de conocimientos técnicos para el desarrollo de la empresa.

**Amenaza de productos sustitutos,** Los productos sustitutos representan una gran amenaza, y en nuestro caso son los café net y empresas que alquilan computadoras, ya que estas opciones ofrecen mayor comodidad para algunas personas que utilizan eventualmente una computadora para realizar sus trabajos.

Luego de analizar las cinco fuerzas de Porter, podemos concluir que nuestro Negocio se desarrolla dentro de una industria con un alto grado de competitividad.



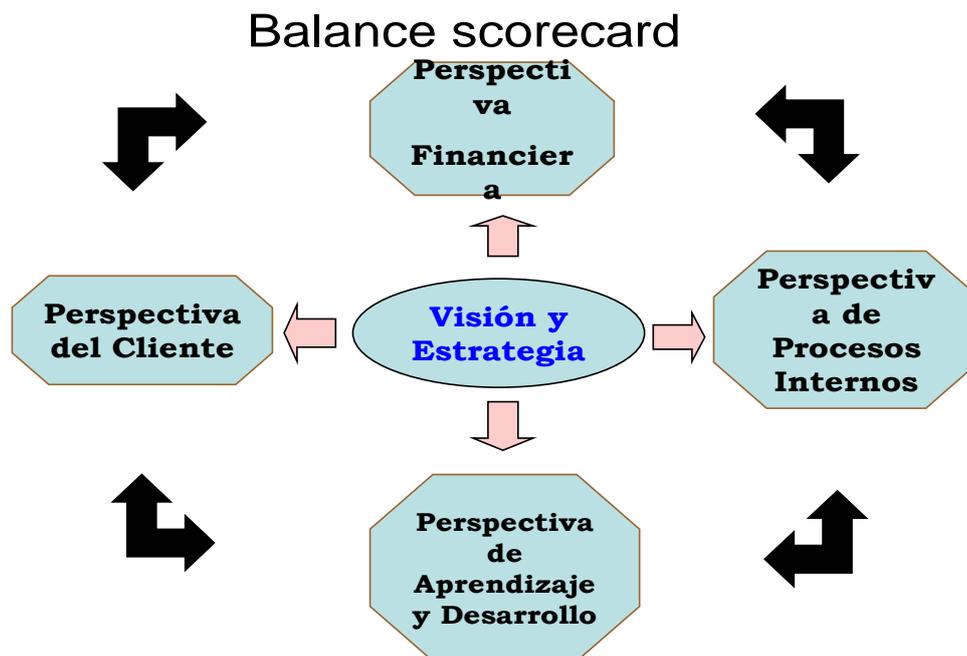
## EQUIPOS DE COMPUTACION

Case Combo (case con teclado, mouse, parlantes)	49,68
Case con Agarradera y fuente de 550W	55,04
Main Board Biostar / Asrok 775	65,11
Main Board Inte 101	100,00
Procesador Celeron 2.8 de 775	97,9
Procesador PIV de 3.0 de 775 com 2MB de Cache	208,00
memoria PC 400 Princeton de 256MB (garantia depor vida)	27,9
memoria PC 400 generica de 256MB (garantia de un año)	25,00
memoria PC 400 Princeton de 512MB (garantia depor vida)	51,9
memoria PC 400 generica de 512MB (garantia de un año)	49,00
Disco Duro SATA de 80GB a 7200rpm	71,9
Disco Duro SATA de 160GB a 7200rpm	97,00
Unidad de CD RW Liteon/Samsung/LG	35,00
Unidad de CD ROM	20,9
Unidad de DVD RW Pionner/LG	61,00
Unidad de DVD ROM	31,00
Unidad de Floppy	10,00
Tarjeta de Fax modem	12,28
Teclado Genius KB-21	18,00
Teclado Multimedia Generico	13,49
Mouse Genius Optico	9,00
Mouse Generico Optico	6,5
Parlantes Genius	7,50
Parlantes Genericos	4,5
Impresora Canon IP 1200	75
Impresora Canon Multifuncion MP 150	110
Impresora Epson Multifuncion CX 3700 (cartuchos economicos)	115
Impresora Laser Monocromatica	177
Impresora Laser Color A4	427
Sacnner	55
Scanner HP	95
Jet Flash de 256 MB Kinstong	26
Jet Flash de 512 MB Kinstong	38
Jet Flash de 1 GB Kinstong	55
Ipod de 2GB	311
Ipod de 4GB	380
Ipod de 30GB	470
Ipod de 60GB	620
MP4 de 1GB (datos,musica,videos,juegos,radio fm)	110
Camara de fotos Genius	150
Camara de fotos HP	307
Camara de Video Conferencia web cam	15
Regulador de Voltaje de 1200VA	18
Ups de 525 va Alteck	48
Monitores de 17" CRT LG, AOC (tres años de garantia)	147
Monitores de 17" LCD LG,AOC (tres años de garatia)	415
Monitores de 15" LCD AOC,	265
Monitores de 15" LCD Samsung	340

## BALANCE D SCORECARD

Este Balance es considerado como una herramienta indispensable para que la empresa pueda implementar o modificar estrategias e indicadores que en un futuro van a permitir la existencia de factores que serán determinantes durante su ciclo de vida.

Dentro de este balance tendremos las siguientes consideraciones que explicaremos posteriormente:



21

**Perspectiva Financiera:** dentro de esta perspectiva se considerarán estrategias financieras importantes como posicionarnos dentro del mercado cuencano para poder competir dentro de este mercado tan grande que existe y con esto lograremos mantenernos e incrementar las utilidades de nuestro negocio.

**Perspectiva del cliente:** esta será la base para que nuestros clientes se sientan satisfechos, deberemos agregar valor a la empresa por medio de no limitarnos a vender simplemente sino satisfacer la necesidad que existe, que el cliente se sienta a gusto y r

egrese a buscar nuestros productos o asesoramiento esto se tratara de lograr por medio de una atención personalizada, garantía eficiente y eficaz, precios competitivos, etc.

**Perspectiva de Procesos Internos:** para mejorar esta perspectiva se analizará los procesos y pasos que seguimos para realizar actividades dentro de la empresa en este caso como es la venta y mantenimiento de computadoras; tratando de mejorar ciertas áreas críticas que existan dentro de nuestra empresa y así mejorar los procesos internos de la misma.

**Perspectiva de aprendizaje y desarrollo:** de esto dependerá nuestro logro actual y futuro de la empresa, en nuestro caso la innovación es un aspecto importantísimo ya que dentro de nuestra empresa además de contar con personal capacitado para el desarrollo de las actividades, deberá seguir en constante capacitación dentro de esta rama, es decir que avance al paso de la tecnología para así no decaer y poder seguir manteniéndose o mejor aún sobresalir dentro del mercado competitivo existente.



## FODA

### FACTORES INTERNOS

#### **Fortalezas:**

- La ubicación del local es estratégica y cuenta con fácil acceso a las instalaciones.
- Contamos con productos de última tecnología.
- Conocimiento de los productos ya que contamos con personal capacitado en todas las áreas.
- Ofrecemos garantía directa, ya que los trámites se los realiza en el lugar de compra con su respectiva factura.
- Ofrecemos a nuestros clientes un producto de calidad y precios bajos.
- Ofrecemos asesoramiento para la adquisición y mantenimiento de computadoras y programas.
- Ofrecemos crédito por medio de las tarjetas bancarias, contando con diversidad en este servicio, para que el cliente pueda efectuar sus compras.

#### **Debilidades:**

- El riesgo que se asume al ofrecer crédito directo.
- Falta de seguridad al momento de transportar la mercadería.
- Existe demora en los trámites de garantía de algunos productos.
- Falta de personal para el área de mantenimiento.
- Mala administración de cartera de clientes

### FACTORES EXTERNOS

#### **Oportunidades:**

- Apertura de nuevos mercados.
- Realización de ferias relacionadas con el área de la informática en la ciudad
- Realización de cursos de capacitación por parte de los distribuidores nacionales e internacionales.

**Amenazas:**

- La variación de precios es una amenaza que no nos permite mantener un stock elevado de inventarios.
- Existe demasiada competencia en este tipo de negocio.
- Inestabilidad socio-política del país.
- El constante cambio de la tecnología.

**MISION**

Comercializar productos, dar mantenimiento y ofrecer servicios de última tecnología para satisfacer las necesidades cambiantes del mercado Cuencano, con el respaldo de marcas de reconocido prestigio mundial, cobertura de garantías y un servicio profesional y personalizado con valor agregado para nuestros clientes.

**VISION**

SETECOMPU será reconocida en todo el mercado CUENCANO, como una empresa vanguardista en mantenimiento y ventas de productos y servicios de tecnología, caracterizada por su seriedad, confiabilidad, y buena atención para todos los clientes sin distinción alguna.

**OBJETIVOS**

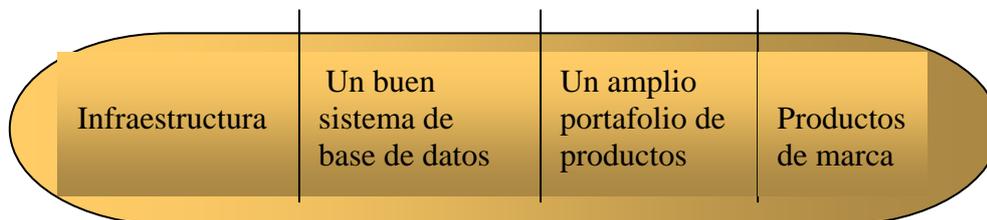
Establecer una reingeniería financiera que nos permita incrementar las ventas, mejorar nuestra utilidad y cumplir las estrategias que harán viable, sostenible y competitiva a la empresa.

## CADENA DE VALOR

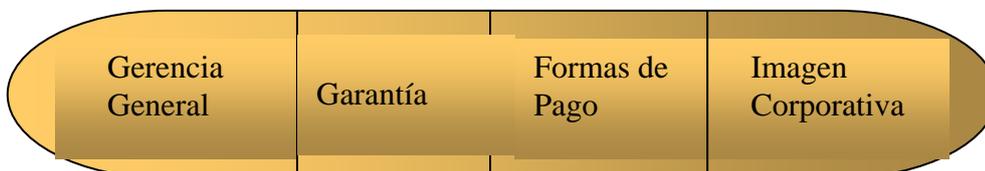
### ACTIVIDADES PRIMARIAS



### ACTIVIDADES DE APOYO



### ACTIVIDAD ESTRATEGICA



En el caso de nuestra Empresa “SeteCompu” la Cadena de Valor estaría integrado por:

### **ACTIVIDADES PRIMARIAS**

- **Venta de computadoras:** Es el producto principal de nuestro negocio, a esta parte la hemos dedicado toda la atención, para ofrecer productos de calidad, a precios competitivos dentro del mercado; para lo cual se ha realizado un análisis de precios dentro de la competencia y así obtener clientes o microempresas como clientes fijos.
- **Mantenimiento:** Este es el servicio complementario y posterior a la venta por el cual tratamos de distinguirnos, ya que será un lazo muy fuerte que nos

que el mantenimiento del computador se lo hace inmediatamente desde el momento que se receipta la máquina, por lo general se le pide un plazo al cliente de 48 horas para devolverle la máquina, dependiendo de lo que se necesite hacer; ya que en ocasiones si se lo puede hacer en menos tiempo o de forma inmediata se lo realiza creando en nuestro cliente una imagen de seguridad y apoyo cuando lo necesite.

- En este departamento, es en el que nos falta un poco de organización ya que en ocasiones se dan inconvenientes en la entrega debido a retrasos en el despacho de mercadería por parte de nuestros proveedores o retraso del transporte lo que ocasiona molestias en nuestros clientes pero en lo posterior se tratará de mejorar este problema con mayor comunicación con nuestro clientes esto puede hacerse telefónicamente para calmar su impaciencia.
- **Servicio Personalizado:** El servicio personalizado es una herramienta fuerte en nuestro negocio, se basa en el servicio al cliente desde el momento de la compra en la que se le asesora con respecto a sus necesidades, el objetivo no es vender por vender sino que nuestro cliente se sienta satisfecho con lo que va a comprar, luego se le ofrece un financiamiento con el que pueda adquirir el bien o el servicio que requiere utilizando los créditos antes mencionados; y por ultimo le ofrecemos la garantía de lo que ha adquirido con su factura respectiva.

## ACTIVIDADES DE APOYO

- **Infraestructura:** La oficina de SeteCompu ofrece a sus clientes un ambiente cómodo, confortable y adecuado. Está ubicado en las calles Lorenzo Piedra y Remigio Crespo, es un lugar estratégico, ya que existe facilidad de parqueo y muchos negocios para la comodidad del cliente.
- **Base de Datos:** La base de datos con la que contamos es básica para el desempeño favorable de nuestra empresa, ya que de esta forma podemos controlar las ventas, clientes, proveedores, bancos, proformas, etc. Esto simplifica el trabajo porque se tiene al día la información con la ayuda de nuestro sistema (GADA).
- **Portafolio de Productos:** Nosotros tenemos una amplia gama de productos, para que el cliente pueda escoger según sus necesidades, ya

anguardia de la tecnología, pero también tratamos de dar soluciones a problemas tecnológicos por medio de investigación de soluciones a problemas informáticos en diferentes áreas.

- **Productos de Marca:** Las marcas de los productos son importantes ya que esto representa tecnología, garantía y durabilidad en sus máquinas.

#### **ACTIVIDAD ESTRATEGICA**

- **Gerencia General:** Al ser una empresa familiar , la gerencia general es manejada por sus dueños, y esto les ha permitido llegar a ser un empresa con prestigio, ya que aparte del conocimiento y experiencia en este campo han tenido visión futurista tratando de incrementar servicios y actualizaciones dentro de su campo (tecnología).
- **Garantía:** Es una de las estrategias empresariales, ya que Setecompu ofrece una garantía directa a sus clientes, esto quiere decir que el tramite se lo realiza directamente con los proveedores lo que hace más rápido y eficiente su garantía.
- **Forma de Pago:** Es esencial para nuestros clientes, la variedad de formas de pago que se les puede brindar, de esta forma el cliente no se limita al pago en efectivo, ya que puede ocupar cualquier tarjeta de crédito del banco de su preferencia, al igual que cheques, y letras legalizadas; y así adquirir lo que necesita con facilidad.
- **Imagen Corporativa:** La imagen corporativa habla mucho de la empresa, con los pocos años que se encuentra en el mercado SeteCompu ha sabido promocionar su imagen, participando en ferias, asistiendo a cursos de capacitación, realizando publicidad en radio, etc. Consideramos un factor importante la atención y el servicio que prestamos ya que es lo que hará que nuestro cliente nos prefiera y regrese a adquirir o solicitar nuestros servicios.

## **DETONANTE DE LA REINGENIERIA**

Luego de haber identificado características importantes de la empresa como su misión, visión, estrategias, lo que quiere alcanzar, un análisis macro social, etc. hemos visto conveniente tomar como detonante de nuestra reingeniería un servicio que todavía no existe dentro de nuestro medio, como es, el ser un centro de Servicios Autorizado para máquinas portátiles en marcas como HP, Toshiba, Apple y Sony.

Para poder llegar a ser Centro Autorizado necesitamos capacitar personal para aprobar un examen que demuestre el conocimiento de cada marca pues este es el único requisito para obtener el registro de marca.

### **¿Cómo funcionaría este centro autorizado?**

Si un cliente compra una portátil de las marcas registradas, en cualquier lugar del mundo y necesita de nuestro servicio en Ecuador específicamente Cuenca, se acerca a nuestras instalaciones con la factura respectiva y tiene derecho a los siguientes servicios:

#### **Garantía sin costo**

Se refiere a que la máquina tiene total garantía, ya que cumple con los requisitos necesarios como son la factura dentro del período de garantía y que el daño sea por defectos de fabricación, de no ser así, se le ofrece la siguiente alternativa.

#### **Garantía con costo**

Cuando no existe factura o no se encuentra la máquina dentro de estos requisitos, podemos ofrecer mantenimiento a estas máquinas debido al amplio conocimiento técnico y a que contamos con todos los contactos necesarios para reemplazar piezas o partes, pero tendría un costo de acuerdo a la necesidad.

Nuestra inversión para este centro, son los cursos de capacitación, los mismos que pueden ser tomados en la ciudad de Quito y tendrían un costo de 5.000 dólares. Para aprobar los exámenes no es necesario hacerlo en la ciudad de Quito, pues pueden ser rendidos a través del Internet. En herramientas no hay inversión alguna, debido a la existencia de ellas; Para iniciar con el Centro Autorizado se necesita hacer una inversión en stock de mercadería en partes y piezas de \$5000, al continuar con este centro nuestro inventario ira disminuyendo en un 2% anual, debido a que tenemos los contactos

directos que nos proporcionarían las piezas y partes de acuerdo a las necesidades de cada cliente de forma inmediata.

Implementando este detonante dentro de la empresa esperamos que nuestras ventas se incrementen para el primer año y posteriormente siga incrementándose en un porcentaje anual, que aga que nuestra empresa obtenga un cash flow positivo.

Aparte del prestigio obtenido, con este nuevo servicio se agregaría un nuevo valor a la empresa.

A continuación con los estados financieros existentes, analizaremos proyecciones aplicando este detonante de reingeniería “Centro Autorizado en Portátiles” para observar cual será nuestro beneficio a la inversión que se realizara.

## *SETECOMPÚ*

### BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE

BALANCE	Dic-04	Dic-05
Bancos	8392	1013
Caja	0	0
Ctas. y Dcts. a cobrar	5652	8332
Inventarios	9908	15000
Impuestos anticipados	0	266
IVA por cobrar	2457	3511
Activo Fijo	8000	7200
<b>Activo Total</b>	<b>34410</b>	<b>35322</b>
Cuentas por Pagar	9590	15209
Deudas bancarias	0	0
1% Retención en la fuente	97	138
Pasivo Total	9687	15347
P. Neto	24723	19975
Utilidad del ejercicio	1936	3082
<b>Total pasivo y patrimonio</b>	<b>34410</b>	<b>35322</b>
<b>Control</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Como podemos analizar en estos balances históricos Setecompu estaba utilizando mal las políticas de administración por ejemplo en ventas se daba créditos de hasta 6 meses sin respaldo de documentos legales para realizar los cobros respectivos, cuando la política de pago era de 30 días máximo, es por esto que en los ratios podemos observar un gran número de días de cobro y los días de pago son mucho menores.

Setecompu durante estos años debido a la mala administración tuvo pérdidas en cuanto a cartera irrecuperable y robos.

# SETECOMPU

## ESTADO DE RESULTADOS AL 31 DE DICIEMBRE

<b>ECONOMICO</b>	<b>Dic.2004</b>	<b>Dic-05</b>
Ventas	14.155	20.221
CMV	8.155	12.221
Utilidad bruta	6.000	8.000
Gastos comerciales		
Gastos administración	2.963	3.166
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>3.037</b>	<b>4.834</b>
Gastos Financieros	0	0
Utilidad antes de participac.	3.037	4.834
Participaciones (15%)	456	725
Utilidad antes de impuestos	2.582	4.109
Impuestos (25%)	645	1.027
<b>Utilidad neta</b>	<b>1.936</b>	<b>3.082</b>

# SETECOMPU

## CASH FLOW AL 31 DE DICIEMBRE

<b>CASH FLOW INDIRECTO</b>		<b>Dic-05</b>
<b>EBIT</b>		4834
Depreciación		800
<b>EBITDA</b>		5634
Cuentas a cobrar		535
Inventarios		5092
Impuestos por ant.		266
IVA por cobrar		1053
Cuentas por pagar		5619
Retención fuente		42
Particip. e impuestos		1768
<b>Cash flow operacion</b>		<b>-7379</b>
<b>Cash flow inversion</b>		<b>0</b>
<b>FREE CASH FLOW</b>		<b>-7379</b>
Deudas bancarias		0
Intereses		0
Dividendos		0
Pago capital crédito		0
<b>Cash flow financiam</b>		<b>0</b>
<b>CASH FLOW ACCIONISTAS</b>		<b>-7379</b>
Control		0

Nuestro cash flow para el año 2005 fue negativo debido a todos los problemas que se atravesaron en los años anteriores. Es por esto que se propone una reingeniería de un Servicio nuevo en el mercado Cuencano.

# SETECOMPU

## BALANCE GENERAL PROYECTADO

AL 31 DE DICIEMBRE

BALANCE	Histórico		Proyección	
	Dic-04	Dic-05	Dic-06	Dic-07
Bancos	8392	1013	5096	10256
Caja	0	0	0	0
Ctas. y Dcts. a cobrar	5652	8332	7728	11978
Inventarios	9908	15000	10000	10000
Impuestos anticipados	0	266	0	0
IVA por cobrar	2457	3511	3246	3408
Activo Fijo	8000	7200	6400	5600
<b>Activo Total</b>	<b>34410</b>	<b>35322</b>	<b>32470</b>	<b>41242</b>
Cuentas por Pagar	9590	15209	1557	2413
Deudas bancarias	0	0	10000	10000
1% Retención en la fuente	97	138	16	24
Pasivo Total	9687	15347	11573	12437
P. Neto	24723	19975	19975	19975
Utilidad del ejercicio	1936	3082	923	8830
<b>Total pasivo y patrimonio</b>	<b>34410</b>	<b>35322</b>	<b>32470</b>	<b>41242</b>
<b>Control</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

En el año 2005 sale un socio de Setecompu por el mes de Septiembre es por esto que existe una salida de dinero y se da una disminución del capital, como podemos ver Cuentas por Pagar en el año 2005 aumenta debido a que nos quedamos sin financiamiento para seguir pagando a los proveedores es por esto que para el año 2006 aplicamos esta reingeniería con un préstamo de \$10.000 para mejorar nuestras ventas y recuperarnos de la anterior administración.

Con las nuevas políticas de crédito (90 días) y de pago (30 días) como podemos observar nuestras cuentas por cobrar disminuirán para el año 2006 teniendo en Bancos dinero disponible para seguir invirtiendo y trabajando, nuestro inventario disminuye para el año 2006 ya en años posteriores debido a los problemas existentes se manejaba la mala política de tener mercadería en stock cuando en este tipo de negocio no es conveniente ya que la tecnología cambia constantemente y nuestros clientes desean obtener lo que se encuentra actual en el mercado, es por esto que desde la separación de la sociedad nuestro inventario para el año 2006 disminuyo notablemente ya que todo lo que se compra se vende de inmediato invirtiendo solo en lo necesario y novedoso del mercado para atraer a nuestros clientes.

# SETECOMPU

## ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO AL 31 DE DICIEMBRE

ECONOMICO	Histórico		Proyección	
	Dic.2004	Dic-05	Dic-06	Dic-07
Ventas	14.155	20.221	31.343	48.581
CMV	8.155	12.221	18.943	29.361
Utilidad bruta	6.000	8.000	12.400	19.220
Gastos comerciales			1.473	889
Gastos administración	2.963	3.166	8.166	3.166
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>3.037</b>	<b>4.834</b>	<b>2.761</b>	<b>15.165</b>
Gastos Financieros	0	0	1.314	1.314
Utilidad antes de participac.	3.037	4.834	1.447	13.851
Participaciones (15%)	456	725	217	2.078
Utilidad antes de impuestos	2.582	4.109	1.230	11.773
Impuestos (25%)	645	1.027	308	2.943
<b>Utilidad neta</b>	<b>1.936</b>	<b>3.082</b>	<b>923</b>	<b>8.830</b>

# SETECOMPU

## CASH FLOW PROYECTADO AL 31 DE DICIEMBRE

CASH FLOW INDIRECTO	Dic-05	Dic-06
<b>Utilidad Operativa</b>	4834	<b>2.761</b>
Depreciación	800	800
<b>U. O más depreciación</b>	5634	3561
Cuentas a cobrar	535	604
Inventarios	5092	5000
Impuestos por ant.	266	266
IVA por cobrar	1053	265
Cuentas por pagar	5619	-13652
Retención fuente	42	-123
Particip. e impuestos	1768	-525
<b>Cash flow operaciones</b>	<b>-7379</b>	<b>-3803</b>
<b>Cash flow inversiones</b>	<b>0</b>	<b>-800</b>
<b>FREE CASH FLOW</b>	<b>-7379</b>	<b>-4603</b>
Deudas bancarias	0	10000
Intereses	0	-1.314
Dividendos	0	0
Pago capital crédito	0	0
<b>Cash flow financiamiento</b>	<b>0</b>	<b>8686</b>
<b>CASH FLOW ACCIONISTAS</b>	<b>-7379</b>	<b>4083</b>
Control	0	0

Una vez aplicada la reingeniería que hemos propuesto, podemos observar que en el año 2006 nuestro cash flow es positivo con respecto al año anterior, ya que con la nueva administración, hubo una mejoría total en la empresa.

### VALOR PRESENTE

<b>VP=</b>	<b>FE</b>
	<b>(1+K)n</b>
<b>VP=</b>	<b>4083</b>
	<b>( 1 + 15% )1</b>
<b>VP=</b>	<b>3550</b>

Por medio de esta formula, traemos el cash flow proyectado a valor presente, para compararlo con el histórico; observando que el nuevo flujo es positivo, lo que significa que la reingeniería aplicada va ha dar un buen resultado dentro de las operaciones de la empresa.

# ANEXOS

- El crédito para la reingeniería es de 10.000 por los gastos y costos que implica el realizar un Centro de Servicios Autorizado, se lo pagara dentro de cuatro años, específicamente en el 2009, con una disminución de capital, ya que es una cuenta fuerte, la cuál va ha soportar el pago del crédito, hasta recuperarnos en nuestra inversión.

### VALOR PRESENTE

Costo de Capital(2006)=	Patrimonio Neto + Utilidad Neta 19975 + 923 = 20898
Pasivo Total / Activo Total(2006)	11573 / 32470 = 35% que representa mi deuda      13,14% (interes)
<b>TASA PARA EL VALOR PRESENTE</b>	$(65\% * 18,5) + (35\% * 8,37) = 12 + 2,93 = 15\%$

<p>65% Es Total de Activo  18,5% Es la tasa que el inversionista desea obtener  35% Es mi Pasivo  <math>8.37\% = ( 13,14) * (1 - 0,3625 )</math></p>
--

### NUEVAS POLITICAS PARA LA REINGENIERIA

SUPUESTOS	Dic-06
Variac. Ventas	55%
CMV % ventas	60%
Gastos administrativos	5000
Gastos comerciales	1473
Intereses	13,14%
Días cobranza	90
Días pago	30

## **RESUMEN**

Por medio de este modulo hemos podido aplicar en la empresa Setecompu conocimientos financieros que nos permitieron ver el estado real en el que se encuentra y cual seria un buen detonante para aplicar y sacarla y así incrementar nuestras utilidades.

Hemos visto que las finanzas es una parte fundamental dentro del desenvolvimiento de la empresa y de esto depende su permanencia en el mercado actual y desarrollo a futuro.

Setecompu es una empresa que en años anteriores paso por gran crisis en el area administrativa lo que afecto notablemente la parte financiera provocando perdidas que se han logrado superar para esto es necesario aplicar una reingeniería de un nuevo servicio que esperamos nos de un incremento de utilidades y un mejor horizonte en el transcurso del ciclo de vida de esta empresa.

## **ABSTRACT**

By means of this I modulate we have been able to apply in the company Setecompu financial knowledge that allowed us to see the real state in which is and which serious a good explosive to apply and to take out it and this way to increase our utilities.

We have seen that the finances are a fundamental part inside the development of the company and of this their permanency depends in the current market and I develop to future.

Setecompu is a company that in years previous step for great crisis in the administrative area what I affect the financial part notably causing lost that have been possible to overcome for this it is necessary to apply a reingeniería of a new service that we expect ourselves from an increment of utilities and a better horizon in the course of the cycle of life of this company.

## INDICE

Descripción de la Empresa	.....2
Análisis del Entorno	.....3
Furnas Competitive Del Sector	.....4
Pro forma	.....6
Balance Scorecard	.....7
FODA	.....9
Misión	.....10
Vision	.....10
Objetivo	.....10
Cadena de Valor	.....11
Detonante de la Reingenieria	.....14
Estados Financieros	.....15
Anexos	.....21
Resumen	.....23
Abstract	.....24