

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL



CENTRO DE EDUCACION CONTINUA

DIPLOMADO EN ADMINISTRACIÓN EMPRESARIAL

VIII PROMOCIÓN

PLAN DE NEGOCIOS

TEMA

“Servicio De Asesoría Y Gestión Personal”

Autor

Econ. Pamela López Pincay

AÑO

2006

RESUMEN

El plan de negocios que se detallará más adelante, surgió de la observación y experiencia: Todos los miembros de mi familia, trabajamos bajo relación de dependencia y no contamos con el tiempo suficiente para realizar las actividades o diligencias personales necesarias e ineludibles; ocasionándonos preocupaciones y estrés el no poder atenderlos a tiempo.

Siempre me he preguntado por qué no existe una empresa capaz de prestar atención en gestión personal resolviendo los problemas más sencillos de una persona particular hasta las gestiones más complicadas. Esta inquietud ha sido compartida con personas de mi entorno que se ven afectadas por la misma situación y han dado una opinión favorable para la planeación y ejecución de un negocio de este estilo

Basándome en esa primicia, he visto una necesidad insatisfecha de la cual expongo este plan de negocios como una nueva alternativa: “Una empresa de prestación de servicios y gestión personalizada” que además de diligenciar las actividades encomendadas, asesorará y guiará al cliente en cada paso, actualizándose y actualizando al cliente, brindando opciones cuando el caso lo amerite, y sobre todo ofreciendo confianza, seguridad y eficiencia.

Detallo el enfoque de la empresa, y su entorno, cómo pretendo lograr la consecución de los objetivos; indico la misión y visión que la caracterizarán; planteo una forma de organización, dirección y control administrativa acorde con las necesidades y tamaño de la empresa.

INTRODUCCIÓN

A través del tiempo las personas nos hemos adaptado de manera progresiva a las nuevas tendencias que marcan las actividades de la vida diaria. En nuestro país hace aproximadamente 30 años se comenzaron a dar cambios estructurales en distintos ámbitos:

- ✓ Socio - Económico -> con la intromisión de la mujer en el mercado laboral, la cual obligada por la situación económica la obligó a salir del hogar y generar ingresos para su familia, este nuevo rol le restó tiempo en labores personales que anteriormente realizaba y que en la actualidad lo lleva a cabo apresuradamente, justamente por la falta de tiempo.
- ✓ Expansionista -> ampliándose las ciudades y por ende aumentando el tiempo requerido para la movilización en una misma ciudad.
- ✓ Por último en el orden tecnológico -> la incorporación de dicha tecnología como parte de la vida moderna que aunque ha agilitado los procesos en las actividades a su vez esa agilidad ha provocado en las personas una carga de responsabilidades adicionales que derivan en dos problemas que hoy en día se encuentran en boga: estrés y falta de tiempo.

Como hemos visto la falta de tiempo afecta a diario en el atraso o falta de cumplimiento de las actividades personales y en muchas ocasiones básicas en individuos que laboran en horarios de oficina.

Por ello el Plan de Negocios de Servicio de Gestión Personal y Asesoramiento, plantea cubrir las necesidades que afectan a la sociedad actual, derivadas de la falta de tiempo presentándose como una nueva alternativa.

El objetivo de este trabajo será analizar si los integrantes de las familias ecuatorianas pueden delegar sus trámites personales a terceros siempre y cuando estos últimos reflejen y realicen las tareas encomendadas como propias, determinar el grado de aceptación que tendría este plan de negocios y su impacto en la sociedad ecuatoriana,

por ello me propongo el planteamiento de una empresa especializada no sólo en la prestación de esta clase de servicios sino también en su asesoramiento.

1.- EL SERVICIO

1.1- Identificación del Servicio.-

La empresa se dedicará a prestar Servicios de Gestión Personal en trámites como servicios básicos, impuestos, bancarios, educativos, seguridad social, mortuorios, vehicular, mensajería; etc. ya que todos en algún momento dado hemos necesitado por ejemplo: de una mano amiga en un asunto mortuario; de una guía en asunto de seguridad social; de realizar un pago, etc.

Estará dirigida a la población económicamente activa cuyos ingresos van desde \$500 y cuya edad fluctúa entre 25-40 años que labora en horarios de oficina quienes debido a sus múltiples ocupaciones no puedan realizar personalmente sus diligencias ya sea en empresas del sector público como privado, para lo cual estos potenciales clientes podrán solicitar de los servicios que brindará la empresa comunicándose vía telefónica, en línea (internet), en oficinas, etc.

A continuación detallaré tres (3) características y las ventajas de los servicios que prestará la empresa.

1.2.- Características del Servicio.-

- ❑ Comunicación vía internet.
- ❑ Información actualizada.
- ❑ Personal especializado en los servicios prestados.

❑ 1.3.- Ventajas del Servicio.-

- ◆ Por medio de la comunicación vía Internet (on line) los clientes tendrán otra forma de contactarse y poder acceder a los servicios.
- ◆ La empresa contará con información continuamente actualizada de la cual podrá hacer uso en forma verbal, o por medio de instructivos detallados.
- ◆ El cliente podrá recibir asesoría por parte de personal especializado.



Los mensajeros gestionarán cada trámite solicitado de manera personal y serán monitoreados de manera constante, de tal forma que el cliente esté informado sobre algún particular relacionado a su encomienda.

Además se ofrecerá garantía en algunos de los servicios prestados.

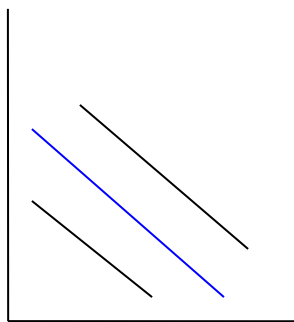
1.4.- Clasificación por el sector al que se dirige.-

De Uso Público: Para gestionar trámites personales en el sector público (Interagua, Pacifictel, SRI, Municipio, etc.)

De Uso Privado: Para gestionar trámites personales en el sector privado (Instituciones financieras, mortuorias, etc.).

2.- Análisis de la Demanda

La gestión de servicios a realizar son considerados como servicios suntuarios, debido a que está dirigido a un sector de la población con ingresos iguales o superiores a \$500,00



*Vale indicar que no se contará con el análisis de la demanda histórica, ya que no existe alguna empresa que preste este tipo de servicios de gestión personal en el mercado.

3.- Análisis del Sector

3.1.- Análisis de las Fuerzas de Porter

Amenaza de ingreso de Nuevos Competidores

Para analizar la amenaza del ingreso de nuevos competidores, he tomado como referencia los siguientes factores estratégicos:

Tipo de Servicio.- El tipo de servicio que se ofrecerá marca diferencia ya que en el mercado ecuatoriano actual no existe una empresa con este tipo de servicios. Por ello es muy probable que más adelante exista el ingreso de nuevos competidores dada la acogida que se espera recibir; sin embargo mi empresa tendrá la ventaja del posicionamiento en el mercado cumpliendo de la mejor manera con lo solicitado, siempre orientado al consumidor y a satisfacer sus necesidades. La credibilidad se va construyendo poco a poco y será nuestra aliada.

Requisitos de Capital.- La inversión que se necesita para la instalación de este tipo de negocios tiene una importancia regular, donde se debe considerar: oficinas, personal de campo y de oficina, equipos de comunicación, equipos de oficina, etc. Esta inversión puede provenir de bancos, aportes familiares y amigos o bien ahorros propios.

Acceso a Tecnología.- La empresa debe estar constantemente actualizada de los cambios en los trámites a realizar, mi tecnología se refiere a sistemas de comunicación tanto interna (entre empleados) como externa (empresas del sector público y privado), misma que básicamente dependerá de dichas empresas; por ello el acceso a la tecnología está considerado como fácil para la amenaza de nuevos competidores.

Curva de Experiencia.- Considerada en este análisis de mediana importancia para la amenaza de nuevos competidores, ya que en empresas nacientes y que brindan un servicio totalmente nuevo éste factor se ve afectado en gran parte por la pericia en el área administrativa que tengan los miembros del equipo.

Innovación de Servicios.- La innovación en la prestación de servicios será respuesta a las necesidades no cubiertas de los clientes, y a las mejoras continuas; por ende los nuevos competidores deberán hacer un estudio de nuevas formas o mecanismos que le permitan tener espacio en el mercado, factor considerado de mediana importancia. Mi empresa buscará innovar permanentemente para fijar su posicionamiento.

Amenaza de Servicios Sustitutos

Disponibilidad y Probabilidad de Servicios Sustitutos.- En la actualidad no existen empresas dedicadas a la prestación de servicios en actividades y gestión personalizada que se haga cargo de los trámites particulares de la personas con horarios de oficina; con excepción de los pagos en línea; sin embargo se presenta cierta probabilidad del ingreso de nuevos competidores en el sector, pero que no representaría riesgo para el futuro del negocio (3,75), ya que cuando esto suceda mi empresa a más de estar acreditada en el mercado, innovará constantemente buscando la mejor satisfacción del cliente.

Relación Precio/Desempeño del Sustituto.- Este factor de acuerdo al análisis realizado tiene un nivel de importancia medio, es probable que el servicio sustituto ingrese al mercado con un precio menor, pero debo considerar que mi empresa contará con asesoría continua de personas especializadas constituyéndose en un valor agregado que será apreciado por los clientes actuales y potenciales.

Factores que Motivan la Sustitución.- Debido a que mi negocio (entre otros) trabajará con los servicios que preste las empresas del sector público y éstas tienden a dilatar las respuestas solicitadas; esto puede constituirse como un factor que motive la sustitución, aunque el análisis demuestre una importancia media ya que no dependerá de mi empresa en sí, sino de factores externos; sin embargo debo indicar que a futuro mi empresa buscará aliarse con empresas del sector público para dar un mejor servicio.

Propensión del Comprador al Cambio.- Cuando el cliente se siente satisfecho con el servicio brindado este factor no tiene verdadera importancia para este análisis, tomando en consideración que de continuo estaremos analizando los requerimientos de los consumidores.

Poder de negociación de los Clientes

Volumen de Compra de los Clientes con Relación a Ventas del Proveedor.- El mercado objetivo continuamente tiene asuntos pendientes por realizar en instituciones públicas y privadas, y mis proveedores (las personas que gestionarán los trámites) estarán trabajando como empleados de la empresa a tiempo completo con un sueldo fijo, este sueldo no dependerá del volumen de compra de los clientes, por ello se lo determina con una valoración de (4).

Importancia de la Calidad del Servicio.- Para este análisis la calidad del servicio es de suma importancia (1), porque básicamente de ello depende mi negocio, de la eficiencia y eficacia de las gestiones que se realicen.

Rapidez en la Entrega.- El análisis denota una importancia media (3) ya que como indiqué anteriormente en algunos casos se trabajará con empresas del sector público y dependeremos netamente de su agilidad para que podamos satisfacer al cliente a cabalidad.

Disponibilidad de Sustitutos.- El mercado actual no cuenta con disponibilidad de sustitutos como la gama de servicios que ofrecerá mi empresa, de manera que los clientes potenciales verán a mi empresa como la única opción, por ello se lo cuantifica con 5 puntos.

Utilidades del Cliente.- Mi empresa le generará gran utilidad al cliente, ya que se encuentra implícita la necesidad de gestionar asuntos personales y debido a la falta de tiempo o desconocimiento de los pasos a realizar dilatan finiquitarlos.

Poder de los Proveedores

Número de Proveedores.- Este factor tiene una puntuación de 3. En mi empresa los proveedores lo constituyen las personas encargadas de realizar las gestiones o trámites personales, ellos serán personas conocedoras de los servicios solicitados y dependerán de ellos y de las empresas a las cuales se les requerirá el servicio; al iniciarse la empresa serán 3 los encargados.

Importancia de la Calidad del Servicio.- Es importantísimo que la calidad del servicio sea la mejor (1), ya que de mis proveedores depende que el cliente encuentre satisfacción; de ellos se demanda honradez, agilidad, responsabilidad, eficiencia, eficacia; pues los proveedores formarán parte de mi organización.

Rapidez en la Entrega.- Este factor tiene una importancia media, de ellos dependerá en parte que lo encomendado se realice con agilidad, ya que deberán estar al pendiente en tiempos y fechas de entrega, en requisitos faltantes, horarios, etc.

Conclusión: Luego del análisis anterior se concluye que la empresa presentaría un nivel medio de amenazas y concentración de poder; el negocio resulta ventajoso en algunos puntos principalmente que sería innovador y pionero en esta clase de servicios; sin embargo entre otras cosas corre el riesgo de enfrentarse a problemas inherentes a que los competidores indirectos que ahora resultan escuetos puedan tomar ventaja de su prestigio y explorar nuevos caminos. No obstante todo negocio es un riesgo y los indicadores del análisis anterior no me cierran las puertas, por ello seguiré adelante teniendo muy presente los riesgos que pueda afrontar.

4.- Análisis del Mercado

El Servicio

Estará dirigida a la población económicamente activa que labora en horarios de oficina quienes debido a sus múltiples ocupaciones no puedan realizar personalmente sus diligencias ya sea en empresas del sector público como privado, para lo cual estos potenciales clientes podrán solicitar de los servicios que brindará la empresa comunicándose vía telefónica, en línea (internet), en oficinas, etc.

Los mensajeros gestionarán cada trámite solicitado de manera personal y serán monitoreados de manera constante, de tal forma que el cliente esté informado sobre algún particular relacionado a su encomienda.

Además se ofrecerá ofreceremos garantía en algunos de los servicios prestados.

Para conocer el entorno que rodeará a la empresa, presento el siguiente análisis:

4.2.- ANÁLISIS F.O.D.A.

FORTALEZAS:

- Contar con un equipo humano competente y de excelencia.
- La empresa contará con un centro de información personal, ya sea en oficinas de la empresa, ya sea en el lugar que disponga el cliente.
- Asesoría continua.
- Capacidad de adaptación a las necesidades del cliente.

- La empresa dispondrá también de una página en Internet; donde se prestarán de asesorías en líneas y tiempo real; de esta forma el Internet pasará a ser un aliado convirtiéndose en otro centro de información y ayuda.
- Garantías por los trámites realizados.

OPORTUNIDADES

- ◆ Será una empresa de servicio **pionera** en el mercado, ya que existen muy pocos competidores de algunos de los servicios que se ofrecerán y en otros servicios no hay competidores.
- ◆ Las personas que trabajan en horarios de oficina no tienen tiempo para realizar sus trámites personales, y tienen la necesidad de una mano confiable que los efectúe por ellos.
- ◆ Las personas naturales están dispuestas a pagar por los servicios de una empresa que se encargue de dar atención personalizada de sus actividades particulares.
- ◆ Desinformación de la población en cuanto a los requisitos de llevar a cabo sus gestiones; de lo cual se aprecia una oportunidad que se convertirá en una fortaleza.
- ◆ Hacer convenios con empresas públicas y privadas para la gestión de actividades personales.

DEBILIDADES

- Conseguir el financiamiento de la inversión para la instalación y puesta en marcha del negocio.
- Falta de experiencia en el negocio.
- Tiempo excesivo de trámites en empresas públicas.
- Limitación geográfica.

AMENAZAS

- Ver al internet como la única solución para gestionar sus actividades particulares (en cuanto a pagos se refiere).

- Un “competidor” oculto que se da en la actualidad es el mensajero de una empresa, quien de manera eventual presta servicios a otros empleados de la institución.
- La posibilidad de nuevos competidores quienes tratarán de ganar mercado.
- Costumbres, temores de las personas para delegar trámites a terceros o a empresas que brinden éste tipo de servicios.

Luego del Análisis FODA los siguientes aspectos a considerar dentro del análisis de mercado:

4.3.- LOS CLIENTES

El negocio tiene como finalidad resolver las necesidades de los clientes potenciales, en diferentes aspectos: educativos, de seguridad social, municipal, de impuestos y tributación, mortuorias; compras, de servicios básicos, etc. es por esta razón que la empresa se diferenciará adicionando el trato profesional-usuario haciéndolo sentir en confianza que es lo más importante, por esta razón la filosofía de trabajo responderá a un compromiso permanente para generar una comunicación abierta y respetuosa así alinear satisfactoriamente las aspiraciones de los clientes con los objetivos y metas de la compañía.

Sobre esta base los servicios serán dirigidos a la población que trabaja en horarios de oficina hombre y mujeres de nivel económico medio a medio alto de la ciudad de Guayaquil quienes basarán su decisión de adquisición del servicio en la falta de tiempo en realizar sus gestiones particulares en empresas o instituciones del sector público o privado, y en el desconocimiento de los pasos a realizar.

4.4.- TAMAÑO DE MERCADO GLOBAL

De acuerdo al área geográfica del análisis, ubicado en la ciudad de Guayaquil, tenemos que el tamaño del mercado global es de 361.396 personas, resultado que se obtuvo tomando como referencia el programa Infoplan -> PEA de la ciudad de Guayaquil que se encuentra aportando en la actualidad al IESS; de los cuales se tomó una muestra de 384 personas con un margen de error del 5%. La encuesta que se realizó a la población muestral fue la siguiente:

4.4.1.- ENCUESTA

1.-En sus actividades diarias usted puede realizar sus gestiones particulares como trámites bancarios, en el SRI, impuestos, servicios básicos, etc.?

sí

Fin de la encuesta

2.- Si su respuesta fue no, ¿por qué?

Falta de tiempo	<input type="checkbox"/>
.....	<input type="checkbox"/>
Desconocimiento de los pasos en trámites a realizar....	<input type="checkbox"/>
Las 2 anteriores.....	<input type="checkbox"/>
Otros.....	<input type="checkbox"/>

**3.- ¿Con qué frecuencia aproximadamente usted realiza sus trámites personales?
(subrayar)**

0-1 vez al mes 2-3 veces al mes 4 ó más veces al mes

4.- A usted le gustaría que una empresa especializada le gestione sus trámites personales?

sí

.....no.....

Fin de la encuesta

5.- ¿Qué tipo de trámites particulares le gustaría que le realicen?

Pagos de servicios básicos, impuestos.....

Trámites bancarios.....

Trámites sector público.....

6.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los trámites que usted requiera? (subráyelo)

hasta \$3

hasta \$5

hasta \$8

7.- ¿Conoce usted de alguna empresa que preste servicios de gestión personal?

sí

.....no

8.- Si su respuesta fue sí: Indique el nombre de la empresa

Actividad del encuestado:

Edad:

*Ver anexos de gráfico de la encuesta.

Existen algunos aspectos o factores a considerar que pueden afectar el desenvolvimiento del mercado:

4.4.2.- Aspecto Económico

- Factores del mercado de trabajo que afectan al nivel salarial y por ende afectarían al negocio.
- El constante grado de incertidumbre del país, incide en la actividad económica, en los niveles de producción y esto a su vez en los niveles de consumo.

4.5.- LA COMPETENCIA

Encuentro que no existen empresas a nivel nacional que presten servicios de atención en actividades y gestión personalizada a la población, no obstante, existe dentro de los servicios que prestará el negocio los pagos bancarios, de servicios básicos, una competencia en el mundo virtual; pudiera considerarse como competencia a empresas como Servipagos o Pago Ágil, sin embargo debemos considerar que en primer lugar la empresa no solo se dedicará a realizar pagos sino también involucra todas las actividades de gestión personal que un individuo no pueda realizar, por otra parte debo indicar que para efectuar los pagos por medio de las empresas antes indicadas, los clientes deben acercarse a sus ventanillas; justo aquí debo hacer una diferenciación porque para prestar este servicio la empresa lo hará con solo llamar por teléfono, sin necesidad de que el cliente tenga que moverse de su lugar.

Al realizar la encuesta encontramos entre que existe un grupo de jubilados que agrupados están prestando servicios de pagos de los servicios públicos, no constituyen fuerza en la actualidad, pero es importante tomarlos en consideración, aunque esta empresa no se dedicará únicamente a realizar pagos de los servicios públicos.

Cabe anotar que los clientes preferirán contratar empresas como la presente que además de ofrecer un abanico de servicios, generará en el cliente una [imagen](#) de mayor confianza y profesionalismo, pues será una empresa dedicada íntegramente a la prestación de dichos servicios.

Aunque no existe una competencia por parte de una empresa que ofrezca la gama de servicios que prestará mi empresa y de manera personalizada, es necesario realizar un mini-Foda a los competidores de algunos de los servicios:

4.5.1.- FODA a la Competencia

Fortalezas

- ✚ Contar con centros de pagos en distintas zonas de la ciudad abiertos de lunes a domingo; como Servipagos
- ✚ Algunas empresas cuentan con servicios de pagos en línea (Internet)
- ✚ Experiencia en el negocio de prestación de servicios.

Oportunidades

- ✦ Entrar a prestar servicios de gestión personal en toda su amplitud, pues son empresas que ya cuentan con la infraestructura necesaria, equipos y personal.
- ✦ La falta de tiempo de las personas y la desinformación de los pasos a seguir en los trámites o gestiones a realizar.
- ✦ Estar en línea con empresas como Interagua, Pacifictel, EE.EE.
- ✦ Encontrarse posicionados en el mercado de pagos de servicios.

Debilidades

- Actualmente solo prestan servicios de pagos.
- Para acceder a sus servicios los clientes deben ir personalmente a sus instalaciones, lo cual constituye una limitación en la satisfacción de las necesidades del cliente.
- La forma de pago es en efectivo.

Amenazas

- ✓ La inestabilidad política y económica que vive el país. Entre los años 1.999 y 2.000 surgió una empresa llamada La Cigüeña, la misma que estuvo en el mercado alrededor de un año, su corta vida se debió principalmente a la situación que vivía el Ecuador, no fue un buen momento para su despegue en el mercado considerando que un servicio es intangible y la confianza que el cliente necesite es de primera importancia.
- ✓ Falta de costumbre, temores de las personas para delegar trámites a terceros o a empresas que brinden éste tipo de servicios.

5.- ESTRATEGIA DE VENTA

Los servicios que brindará la empresa como están dirigidos a las personas trabajadoras con horarios de oficina (oficinistas), lo primero que se realizará es buscarlos por medio de contactos (familiares, amistades, etc.), que trabajen en empresas y a través de ellos se coordinarán visitas a todo el personal donde laboran para la presentación del servicio; aquí se establecerá una de base de datos de clientes potencial y de referidos.

Sin embargo se pondrá mayor énfasis en aquellas personas que aún teniendo la necesidad, no consideran la opción de encargar sus gestiones personales a una empresa

especializada, ya sea por costumbre o ya sea por desconfianza; para ello se enfatizará al servicio como un servicio con garantía.

En clientes potenciales que concedan confianza en lo solicitado la eficiencia y agilidad serán los mecanismos motivadores para la venta.

Para un mejor control el área de ventas llevará un registro de las múltiples necesidades de los clientes que no han sido satisfechas y que el cliente solicita (personalmente, vía telefónica o vía virtual); de esta forma se seguiría abriendo mercado; y además de registrar cuál es la forma de comunicación preferida por el cliente y en qué situaciones.

Al igual que el departamento operativo presentará reportes pero serán de ventas de los servicios y su respectivo porqué; se analizarán, se darán pautas entre todos los que conforman el área y el Gerente para mejorar las ventas; el control será el mismo que el aplicado en operativo, abriendo “carpetas” en el programa operativo de los clientes y sus necesidades.

6.- ESTRATEGIA DE PRECIO

Como en el mercado no existen competidores con los mismos servicios que prestará este negocio, no podré medir los precios en relación a la competencia, sin embargo Servipagos o Pago Ágil al prestar el servicio de pago puedo hacer una mediana relación (tomo en consideración que hay que acudir a sus ventanillas para acceder al servicio) es de \$0,50 promedio por cada servicio pagado.

- ✓ Rapiser tiene previsto cobrar \$3 para realizar pagos de servicios básicos, es decir, este precio cubrirá los tres pagos: agua, luz y teléfono, o en su defecto tres servicios de pago o retiro en instituciones financieras bajo la modalidad de combo.
- ✓ En el caso de gestión de trámites en general, el precio a cobrar será de \$4 por cada trámite, sin incluir los costos adicionales que se generen propios de la operación.

Los precios que se establecerán responden al sondeo que se realizó en la encuesta y que los clientes potenciales estarían dispuestos a pagar, además de que se encuentran dentro del rango establecido en el mercado y responden a los costos de movilización y gestión

de realizar el trámite solicitado, generando un respectivo margen de utilidad por dicha operación.

Dado lo anterior los precios de introducción son convenientes tanto para la empresa como para los futuros clientes. Por ejemplo en el caso del combo \$3 por servicio de pago, el tramitador podrá movilizarse al centro de la ciudad y realizar dichas operaciones en un solo sector.

7.- TÁCTICA DE VENTA

Para poder ingresar al mercado la empresa contratará los servicios de un ejecutivo de ventas quien se encargará de dar a conocer los servicios de la empresa en toda la ciudad de Guayaquil, trabajando las zonas por días.

El ejecutivo de ventas tendrá un sueldo fijo básico y tendrá una comisión del 2% por cada servicio vendido, suponiendo que a diario deben existir solicitudes de servicios por 20 como base. Si el vendedor supera la base de 35 pedidos diarios el porcentaje de comisión se incrementará a 2.5%.

En el caso de que los pedidos sean con descuentos, ya sea por promociones, ya sea por ser un cliente fundador, o socio de nuestros servicios, el porcentaje de comisión a pagar será de 1,8%.

Cabe indicar que el número de vendedores se puede incrementar a medida que el negocio se expanda.

La asistente administrativa quien entre sus funciones atenderá las inquietudes de los clientes en oficina también ganará un porcentaje de comisión de ventas de un 0,5% por ventas de oficina o en línea.

8.- ESTRATEGIA PROMOCIONAL

8.1.- Promoción de Ventas

- ⊕ Durante el mes de la inauguración de la empresa se estará promocionando los servicios que brinde, concediendo un 10% de descuento en todos los servicios.
- ⊕ Se concederán descuentos especiales a clientes frecuentes.
- ⊕ En el mes inaugural todos los clientes llevarán un obsequio por parte de la empresa.

8.2.- Relaciones Públicas Externas

Para dar a conocer los servicios que mi empresa ofrecerá en el mercado, se realizará lo siguiente:

- ◆ Modalidad de combos, afiliaciones o contratos por situaciones eventuales, dando al cliente la oportunidad de elegir entre estas alternativas la que más se ajuste a su conveniencia, facilitando al cliente la compra del servicio.
- ◆ Anuncio publicitario en la Guía Telefónica de la ciudad de Guayaquil.
- ◆ Material impreso Folletos y volantes:

LA FACILIDAD EN TUS MANOS☺

NO tienes tiempo de hacer tus actividades personales: pago de agua, luz, teléfono, compras, asesoría del SRI, trámites legales, etc?

“Rapidez y seguridad, en un mismo lugar; como lo hicieras tu mismo”

RAPISER facilita tu vida-> Te ofrecemos servicios de gestión personalizada, sin moverte de tu casa o lugar de trabajo. Sólo contáctanos:

Dirección:-----

fono:-----

Direcc. Electrónica:-----

- ◆ Exposiciones y Ferias Comerciales.- las mismas que se efectuarán en Centros Educativos, en lugares establecidos en la Cámara de la pequeña Empresa; la cual contará con afiches, volantes describiendo la actividad de la empresa; 2

expositores: 1 explicando el video, y el otro atendiendo otras inquietudes del público.

- ◆ Marketing Directo: Marketing Telefónico Activo.
- ◆ Para dar a conocer los servicios que brindará Rapiser se los tratará como si fuese de consumo masivo, utilizando la radio.
- ◆ Marketing Directo: Internet.- Elaboración de una página especificando el servicio que brindará la empresa, se indicará que se dará el 15% de descuento por lanzamiento si el servicio es solicitado en línea.



- ◆ Fuerza de ventas.- Es uno de los medios externos de la empresa que tendrá entre otras las siguientes responsabilidades:
 - Mantener informados a los clientes sobre futuras acciones de la empresa: vía e-mail, vía telefónica
 - Atender sugerencias y reclamos: en línea, para lo cual se creará un acceso en el espacio cibernético; directamente en oficinas, y vía telefónica.
 - Respecto a la empresa: Cumplir con los planes y objetivos planteados.
 - Informar sobre las objeciones y comentarios de los clientes, para lo cual se llevará un registro de comentarios de los clientes.

Slogan.-

“Rapidez y seguridad en un mismo lugar, como lo hicieras tu mismo” RAPISER.

8.3.- Estilo Publicitario.-

El estilo publicitario que adoptará la compañía será: Publicidad Testimonial, utilizando la opinión de personas que ya se hayan servido de de la empresa, con el fin de

influenciar a los posibles consumidores; y la Publicidad basada en la Facilidad de Acceso; pues se indicará que es fácil tener acceso a los servicios que prestará la empresa: vía telefónica, en línea, en oficinas, etc.

La comunicación deberá transmitir información precisa, detallada, clara, y desarrollarse en un ambiente favorable para que fluya con naturalidad entre las partes involucradas (trabajadores, clientes, proveedores, posibles competidores, gobierno y comunidad en general).

9.- POLÍTICA DE SERVICIOS

La empresa ofrecerá garantías en algunos de los servicios prestados, las cuales detallo a continuación:

- ⊕ Devolución del 100% del valor destinado para el pago de servicios básicos, en caso de robo o pérdida.
- ⊕ La empresa guardará absoluta confidencialidad en la documentación entregada.
- ⊕ Garantía de documentos y modelos, portadores de datos: el costo en la reelaboración de documentos y el tiempo por la pérdida o robo de los mismos, será asumido por Rapiser en su totalidad.
- ⊕ Rapiser se responsabilizará en un 100% de los fraudes, robos, hurtos mala fe, mala intención, mala manipulación del dinero y documentos por parte de los empleados que consten en el rol de pagos de Rapiser.

Los servicios adicionales que brindara la empresa como valor agregado serán los siguientes:

- Ir directa y personalmente al lugar donde se encuentre el cliente ya sea para entregar los documentos solicitados, para el pago del servicio, etc. de tal forma que el cliente no tenga que moverse de su lugar.
- Asesoría especializada y continua de los trámites requeridos de los cuales el cliente no tenga conocimiento.
- Atención directa, en línea, en oficina para que el cliente tenga la facilidad de acceder a cualquiera de nuestros servicios.
- El cobro de nuestros servicios será en efectivo

10.- ESTUDIO TÉCNICO

10.1.- TAMAÑO DEL PROYECTO

El Estudio del Tamaño del proyecto se lo ha realizado en 3 tamaños, de los cuales se presenta a continuación su análisis:

El tamaño 1 -> Determinado por 3 operarios, en el cual el VAN arroja un resultado de \$44.488,97

El tamaño 2 -> Determinado por 4 operarios, en el cual se obtiene un VAN de \$91.469,72

El tamaño 3 -> Determinado por 5 operarios, obtiene un VAN de \$144.494,42.

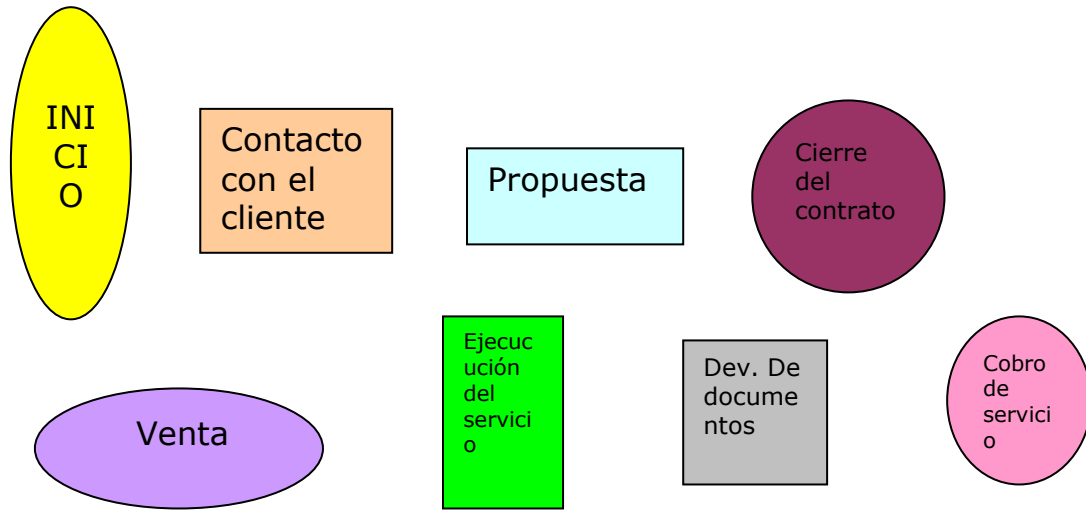
Como se expresa en lo expuesto, los 3 tamaños considerados incrementan su tamaño y no se puede considerar en este estudio un tamaño que nos indique un VAN que comience a disminuir y determinar cual sería el tamaño adecuado para mis actividades; sin embargo el tamaño al cual se acoge el estudio y que va acorde al monto de la inversión que se necesita, y que brindará beneficios será el tamaño 1.

10.2.- LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

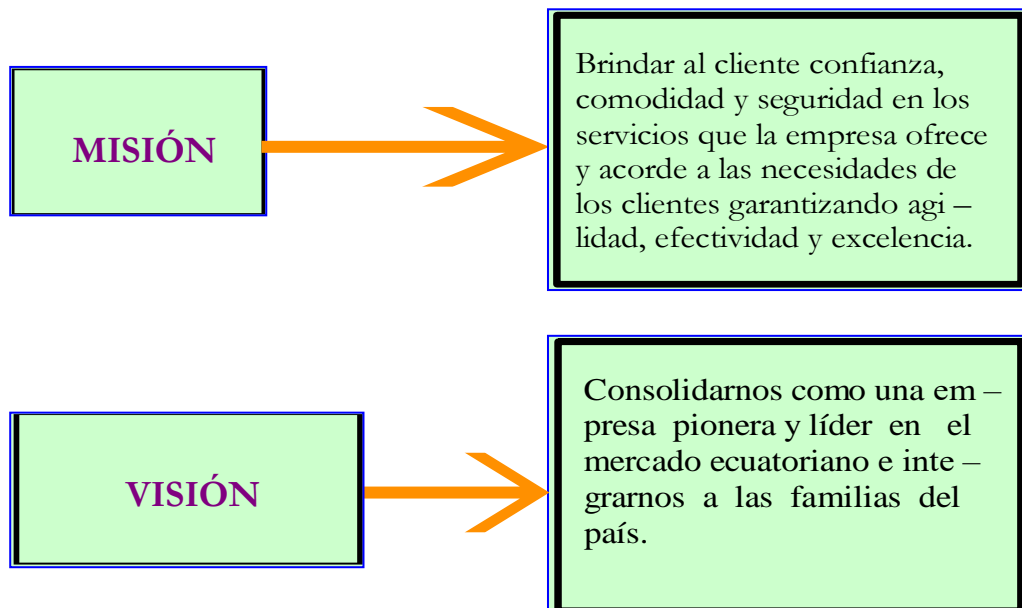
La empresa estará ubicada en la ciudad de Guayaquil, en el sector céntrico de la misma con el fin de facilitar la mayoría de las gestiones y trámites personales propios de la operación del negocio, y que según tabla adjunta

Elemento	Ponderación %	Sector Centro
Acceso al Mercado	30	2
Movilización	35	1.8
Acceso a entidades	25	1.8
Otros	20	1.7
TOTAL	100%	7.23

10.3.- DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS

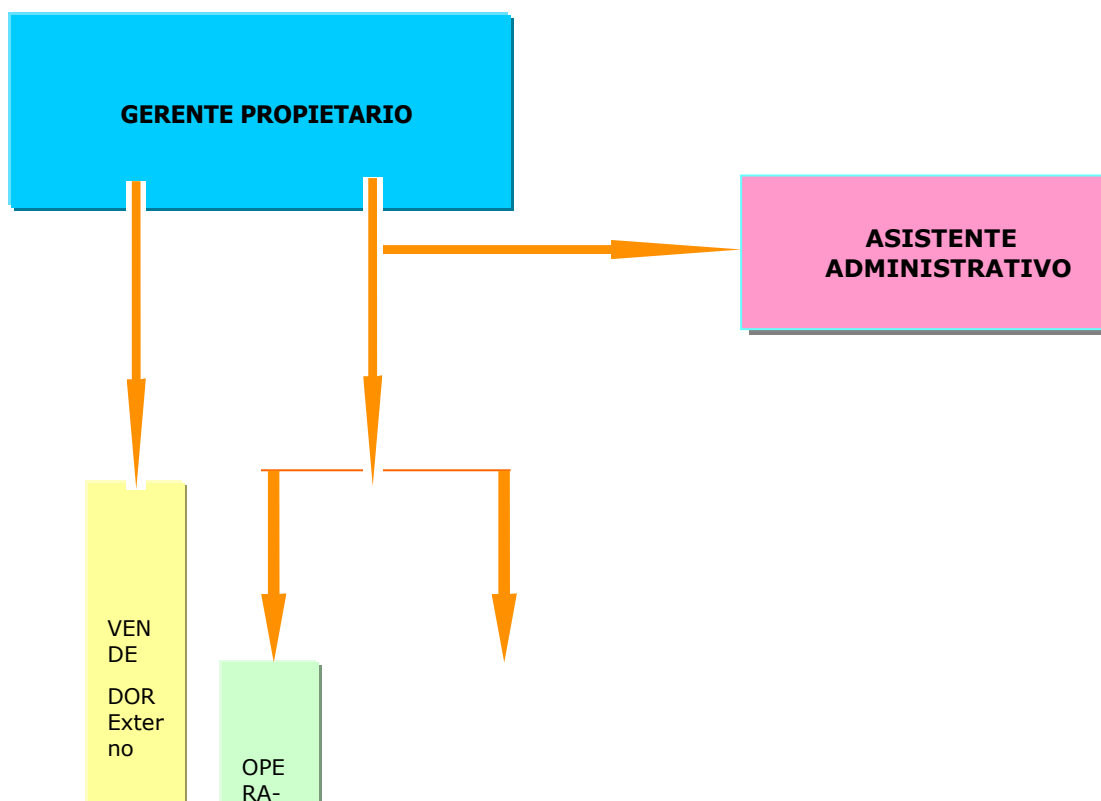


11.- PLANTEAMIENTO ADMINISTRATIVO



11.1.- Estructura Administrativa

ORGANIGRAMA





11.2.- COMPETENCIAS ORGANIZACIONALES

- ✓ Proactividad.
- ✓ Ética y Valores.
- ✓ Orientación de servicio al cliente.
- ✓ Responsabilidad.

*** Dato de Identificación:-** Gerente General

Objetivo del Cargo:- Representar a la empresa, responsable del control y eficiente funcionamiento financiero, operativo.

Relaciones Funcionales:-

- El Estado
- Empleados
- Ventas
- Proveedores
- Clientes

*** Datos de Identificación:-** Asistente Administrativo

Objetivos del Cargo:- Asegurar la atención inmediata y oportuna a clientes a través del cumplimiento a proveedores y organismos de control.

Relaciones Funcionales:-

- La Gerencia General
- Ventas
- Proveedores

*** Datos de Identificación:-** Vendedor Externo

Objetivo del Cargo:- Colocación del servicio a personas particulares o empresas personales.

Relaciones Funcionales:-

- Gerencia General

- Clientes

* **Datos de Identificación:-** Operario

Objetivo del Cargo:- Atender los diferentes requerimientos de los clientes.

Relaciones Funcionales:-

- Gerencia General
- Clientes

11.3.- Necesidades cuantitativas y cualitativas de personal

Cargo	Perfil	Funciones
Gerente General	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Profesional en Economía, Ingeniería Comercial o afines ✓ Postgrado o Maestría en Administración Empresarial ✓ Experiencia en cargos similares. ✓ Demostrada capacidad de liderazgo y proactividad. ✓ Disponibilidad para trabajar bajo presión. ✓ Manejo de excelentes relaciones interpersonales. ✓ Don de mando. ✓ Dominio de word, y excel. ✓ Alto nivel de capacidad organizativa. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Planificación financiera. ➤ Formulación de estrategias. ➤ Responsable del funcionamiento y control de todas las jefaturas a su cargo. ➤ Formulación de políticas internas. ➤ Delegará funciones ➤ Tiene la autorización y la responsabilidad de firmar cheques. ➤ Autorizado para negociar contratos con la compañía. ➤ Análisis y determinación de las características del mercado. ➤ Control y análisis del presupuesto ➤ Encargado de la administración del negocio. ➤ Fijación de sueldos. ➤ Fijación de comisiones e incentivos.
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Estudios superiores en Contaduría Pública o 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Emisión de cheques. ➤ Custodia de valores.

<p>Asistente Administrativa</p>	<p>carreras afines.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Experiencia en empresa de servicios mínima de 2 años en cargos similares ✓ Excelentes conocimientos en Excel y Word. ✓ Facilidad de palabras. ✓ Ordenada y responsable. ✓ Capacidad de trabajo bajo presión 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cuadre diario de caja. ➤ Conciliación bancaria. ➤ Disposición de fondos. ➤ Pagos a proveedores ➤ Reporte de crédito y cobranzas. ➤ Gestión de cobranza telefónica y por misivas. ➤ Generación de avisos de cobro. ➤ Ventas utilizando telemarketing. ➤ Atención al cliente en oficina. ➤ Atender al cliente en línea (Internet) ➤ Reportar sus ventas diarias. ➤ Cumplir meta de ventas. ➤ Asesoría constante al cliente. ➤ Registro de necesidades de los clientes.
<p>Ejecutivo de ventas</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Estudios superiores en Marketing o carreras afines ✓ Experiencia en ventas de servicios, mínimo 2 años. ✓ Facilidad de palabras. ✓ Excelentes relaciones interpersonales. ✓ Capacidad de trabajar en equipo. ✓ Impecable presentación personal. ✓ Ser dinámico-a y proactivo-a 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Vender los servicios fuera de oficina. ➤ Visitas a clientes. ➤ Charlas de ventas. ➤ Captación de clientes. ➤ Reportar sus ventas diarias. ➤ Cumplir meta de ventas.
<p>Operarios</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Estudios superiores. ✓ Experiencia en gestión de trámites, mínimo 1 año en áreas: municipal, legal, bancario, impuestos, etc. ✓ Buena presencia. ✓ Carismático-a 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Realizar la gestión de servicio solicitada por el cliente. ➤ Asesorar al cliente en sus necesidades sociales y legales ➤ Llevar un registro de los clientes atendidos y sus

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Facilidad de palabras. ✓ Proactivo y ágil. ✓ Excelentes relaciones interpersonales. 	<ul style="list-style-type: none"> comentarios. ➤ Solucionar problemas relativos a sus encomiendas.
--	---	---

11.4.- DIRECCIÓN

La dirección de la empresa tiene como función integrar sus actividades y verla como un todo, tomando en consideración el ambiente externo e interno que le rodea, de tal manera que mi empresa para tomar decisiones acertadas que beneficien tanto al dueño del capital, clientes y trabajadores hará uso de los elementos que forman parte de la dirección.

11.5.- MOTIVACIÓN

Un empleado motivado trabaja con eficiencia; bajo ésta premisa se aplicarán incentivos con los cuales se puedan desarrollarse integralmente: sintiéndose seguros, haciendo carrera, capacitándose y además la empresa se preocupará por la familia del empleado:

- ❑ Los hijos de los empleados cuyo rendimiento escolar tengan un promedio de calificaciones mínimo de 18/20 excelente serán acreedores de una media beca en el centro donde realicen sus estudios de esta manera se incentivará y se motivará a los niños y a los padres a lograr la excelencia.
- ❑ Anualmente se capacitarán a todos los empleados en sus respectivas ramas de trabajo a partir del 3er año de funcionamiento de la empresa.

Cabe indicar que los trabajadores contarán con los útiles de oficina, equipos necesarios e instalaciones suficientes para que sus labores sean realizadas con eficiencia. Este punto lo indico ya que hay empresas que no brindan las comodidades necesarias para el desempeño de sus labores.

11.6.- LIDERAZGO

Considerando que la empresa se encontrará iniciando sus actividades y que los servicios que prestará son nuevos en el mercado, en cuanto al LIDERAGO, Rapiser se ajustará al sistema Autocrático en principio, mientras se forme la empresa y comience

su funcionamiento, en un periodo no menor de 6 meses y no mayor de un año, y luego de un proceso de ajuste e intromisión de la empresa al mercado se someterá al sistema Democrático en donde a los empleados se les brindará confianza para que sus inquietudes y opiniones laborales sean consideradas al momento de tomar decisiones, buscando que dichas decisiones sean las más convenientes para la organización.

Es uno de los objetivos de la empresa que el funcionamiento de la misma se desarrolle dentro de un marco de responsabilidad mutua y a los empleados hacerlos partícipes de la organización, de tal manera que sientan que cuando la empresa triunfa, el triunfo es de ellos.

11.7.- COMUNICACIÓN

Para una empresa la comunicación es la forma a través de la cual se intercambia información, conocimientos, ideas, sugerencias, directrices, etc. entre los miembros de una misma organización así como ésta empresa y otra.

La comunicación implica: saber transmitir, hacerse entender; es por ello que no sólo se debe utilizar solamente la palabra sino todo aquello que consiga un entendimiento y una cooperación voluntaria (gestos, actitudes, formas de dar las órdenes)

La comunicación deberá transmitir información precisa, detallada, clara, y desarrollarse en un ambiente favorable para que fluya con naturalidad entre las partes involucradas (trabajadores, clientes, proveedores, posibles competidores, gobierno y comunidad en general)

Los diferentes tipos de comunicación (escrita, verbal y gestual) serán utilizados en mi empresa, cada una es importante y se adapta dependiendo de las circunstancias, sin embargo:

Se utilizará la comunicación escrita para reforzar la comunicación verbal y plasmar de manera formal lo que fue expresado con la palabra, además de registrar los lineamientos, reglas y políticas de la empresa, entre otros.

La comunicación verbal, en la forma más ágil y común de transmitir información, pero además de ello, será utilizada cuando una de las partes crea necesario un feed back.

Los gestos naturalmente, acompañarán a la comunicación verbal; siempre con respeto, ya que los empleados son personas con sentimientos -> un mensaje agresivo generará agresividad.

De una eficiente dirección básicamente dependerá cómo se realizará la comunicación: Gerencia-Epleado, Empleado Gerencia, Empresa-Entorno en general; ya que a su vez serán los empleados quienes transmitan la información a los clientes.

Aspectos Importantes a considerar en la comunicación:

- ❖ La buena comunicación incrementará la productividad de los empleados; será tarea del directivo transmitir correctamente la información así como lograr que los empleados trabajen en equipo compenetradas e informadas y a su vez puedan retroalimentar la información dada por el directivo.
- ❖ Con información precisa y adecuada a las circunstancias se podrán tomar los correctivos necesarios si fuera el caso.
- ❖ En Rapiser los empleados sabrán exactamente cuáles son sus funciones y tareas específicas, además de aquellas que estén bajo sus dominios, pues los mismos además de estar planteados en un manual de procedimientos, podrán ser aclarados de forma verbal o práctica en el momento que se lo solicite.
- ❖ Además se darán confirmaciones positivas como una forma de alentar y mejorar el trabajo de todos los que conformarán la empresa.

11.8.- CONTROLES

Para regular el comportamiento de la empresa y sus componentes, se pondrán en marcha los mecanismos de control en forma general: los trabajadores de la empresa contarán con una identificación con el logotipo de la empresa, el cual será a manera de collar; es importante que los clientes puedan identificar las personas que trabajan con ellos y se sientan en un ambiente de confianza.

Los empleados deberán registrar su hora de ingreso y su hora de salida, teniendo un margen de 5 minutos en lo que se refiere al ingreso. Una forma de medir la responsabilidad es en base a la puntualidad.

El nivel de desempeño será medido constantemente, siendo una empresa de servicios, a cada uno de los empleados se les tomará en cuenta sus aptitudes ante las diferentes situaciones que se presenten en y a la predisposición de solucionar posibles problemas.

En los Procesos

El Gerente General con apoyo de la Asistente Administrativa del área operativa deberá supervisar que la hoja de ruta asignada a cada operario se cumpla a cabalidad, para lo cual el cliente deberá registrar su firma de conformidad, la misma que será verificada contra copia de su C.I. (en caso de ser cliente fijo) y en caso de ser cliente eventual se monitoreará con el adicional de llamada telefónica; esto con el fin de ratificar las diligencias efectuadas por los operarios.

En las Ventas

El área de ventas llevará un registro de las múltiples necesidades de los clientes que no han sido satisfechas y que el cliente solicita (personalmente, vía telefónica o vía virtual); de esta forma se seguiría abriendo mercado; y además de registrar cuál es la forma de comunicación preferida por el cliente y en qué situaciones.

Al igual que el departamento operativo presentará reportes pero serán de ventas de los servicios y su respectivo el porqué; se analizarán, se darán pautas entre todos y el Gerente para mejorar las ventas; el control será el mismo que el aplicado en operativo, abriendo “carpetas” en el programa operativo de los clientes y sus necesidades.

En Finanzas

Los Estados Financieros serán continuamente revisados y controlados, se fijarán tiempos máximos de entrega (semanal), pues al igual que los demás departamentos se les dará seguimiento en sus procesos, se elaborarán presupuestos mensuales y se compararán con la realidad para determinar las posibles causas de sus desviaciones.

Las razones financieras serán parte del continuo proceso financiero, lo cual permitirá saber en cualquier momento las relaciones derivadas de los mismos y tomar los correctivos necesarios al momento en caso de que alguno de ellos no sea favorable para la empresa.

La caja tendrá una especie de tickets debidamente numerados y dada la coordinación e integración de los departamentos: ventas entregará los pedidos al operativo y este a su vez solo cargará a caja los servicios que organice para el día; caja entregará tickets con copias de los servicios que se prestarán; al regreso de los operativos deberán reportar la efectivización de sus gestiones y realizar el cuadro respectivo con caja.

El programa instalado tendrá parámetros y opciones acordes a las funciones de cada empleado.

11.9.- Aspecto Político y Legal

Integra los factores administrativos, legales y reguladores, dictados por organismos públicos, que se manifiestan a través normas reguladoras y otras condiciones existentes para que las empresas operen de acuerdo a ciertos patrones gubernamentales, hay normas que es necesario cumplir y muchas de ellas afectarían tanto directa como indirectamente a mi negocio, por lo tanto es imperante conocer dichas normas para estar alertas a posibles modificaciones reguladoras con el fin de minimizar el riesgo cuando se produzcan.

La estabilidad y el riesgo-país, siempre serán un aspecto importante de considerar, pues de este factor depende que en un momento dado uno pueda hacer un colchón para futuros impactos y de esa manera soslayar en algo la rentabilidad de la empresa, que sería la valorización que se debe hacer de una situación dada las amenazas que representan los factores políticos que en nuestro país son siempre tan variables para la [rentabilidad](#) de toda empresa.

11.10.- Acciones de la empresa en el ámbito legal y social

- A. Diseño del [plan](#) de negocios de la empresa.
- B. Elaboración del organigrama de la empresa.
- C. Diseñar el manual de normas, políticas y procedimientos de la empresa.
- D. Definición del capital y los bienes de la organización.
- E. Solicitar el financiamiento ante los entes nacionales e internacionales
- F. Tramitar el registro de la empresa, en el Registro Mercantil.
- G. Y los pasos que se deben dar para su reconocimiento legal son los que a continuación se enumeran:

- 1) Contratar los servicios de un abogado.
 - 2) Escoger la forma de organización mercantil más conveniente, según el [Código de Comercio](#), el [Código Civil](#); seleccioné, la [sociedad anónima](#) como tipo de empresa que registraré.
 - 3) Elaborar el documento de [constitución](#) y los estatutos de la compañía.
 - 4) Abrir una cuenta bancaria a nombre de la empresa,
 - 5) Presentar ante el Registro Mercantil los estatutos de la compañía, que deben incluir los objetivos, el capital suscrito y desembolsado, la [estructura](#) de los accionistas (tendrá dos socios), la formación de la junta de accionistas etc., firmados por un abogado. Contratar los servicios de un comisario o agente fiscal, que debe ser un contador público colegiado de nacionalidad ecuatoriana; éste deberá aceptar el cargo mediante una [carta](#) a la que unirá una copia de su cédula de [identidad](#).
 - 6) Cancelar los [impuestos](#) correspondientes.
 - 7) Publicar el documento de constitución de la empresa en un diario nacional.
 - 8) Solicitar el documento de conformidad del Cuerpo de Bomberos.
 - 9) Solicitar el permiso de funcionamiento ante La Municipalidad de Guayaquil, ciudad donde en primera instancia funcionará la empresa, para lo cual deberá obtener la patente.
 - 10) Obtención del número de identificación fiscal: RUC, ante el Servicio de Rentas Internas (SRI).
 - 11) Solicitar el documento de conformidad del Cuerpo de Bomberos.
- H. Compra del mobiliario, equipo de oficina y de [mantenimiento](#); transportarlo al local.
- I. Ubicación e instalación de los equipos en el local de la empresa.
- J. Contactar y establecer alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas especializados en ciertas áreas para prestar sus servicios a la empresa cuando ésta lo considere conveniente. Por ejemplo en el área de Marketing, Auditoría, Limpieza, etc.
- K. Diseñar una lista de los posibles clientes.
- L. Concertar citas con los clientes.
- M. Diseñar e implementar estrategias promocionales de los servicios de la organización.

