

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR

Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación

TESIS DE GRADO PARA LA OBTENCION DEL TÍTULO DE

COMUNICADOR SOCIAL
EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y RELACIONES PÚBLICAS

TEMA PARA EL PLAN DE TITULACIÓN

CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE BRINDE CAPACITACIÓN EN EL
ÁREA DE DISCIPLINAS MOTIVACIONALES PARA MEJORAR LA
CALIDAD Y PRODUCTIVIDAD EN LAS ORGANIZACIONES

Christian Javier Torres Becerra

Directora: Verónica Baque

2012

Guayaquil, Ecuador

NOTA DE ACLARACIÓN

El documento que a continuación detallo fue presentado el 21 de marzo de 2012, sin embargo por un error de buena fe la carátula indicaba el título de Licenciado y no el correcto de Comunicador Social en Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas, tal y como está registrado en la Secretaría de Educación Superior, Ciencia Tecnología e Innovación (SENESCYT) según código 1041-12-1144120

CERTIFICACIÓN

Yo, **CHRISTIAN JAVIER TORRES BECERRA** declaro que soy el autor exclusivo de la presente investigación y que ésta es original, auténtica y personal mía. Todos los efectos académicos y legales que se desprendan de la presente investigación serán de mi exclusiva responsabilidad.



Christian Javier Torres Becerra

C.I. 091883114-0

Yo, Verónica Baque Escobar, declaro que, en lo que yo personalmente conozco, el señor, Christian Torres, es el autor exclusivo de la presente investigación y que ésta es original, auténtica y personal suya.

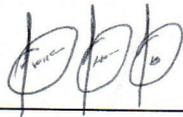


Verónica Baque Escobar

Directora de Tesis

DECLARACIÓN EXPRESA

La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expuestos en este trabajo de grado, corresponden exclusivamente a su autor, y el patrimonio intelectual del trabajo de Grado corresponde a la “Universidad Internacional del Ecuador”

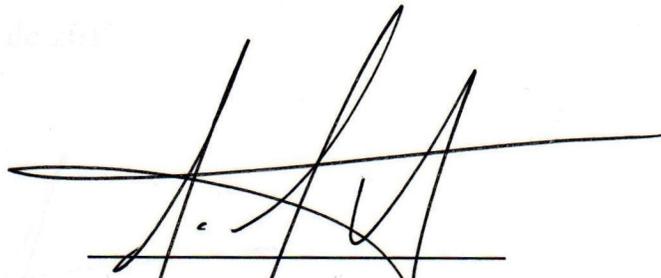


Christian Javier Torres Becerra

Autor del trabajo de grado

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR

En la ciudad de Guayaquil, a los 21 días del mes de marzo de 2012, se suscribe la siguiente acta de Defensa de Grado, del estudiante, Christian Javier Torres Becerra, de la carrera de Comunicación Social, siendo las principales autoridades: el Ec. Marcelo Fernández Sánchez, Rector de universidad Internacional del Ecuador, Ing. Xavier Fernández Orrantía, Vicerrector de la Universidad Internacional del Ecuador y el Ab. Aldo Maino Isaías, Director Ejecutivo – Extensión Guayaquil. Para lo cual doy fe.

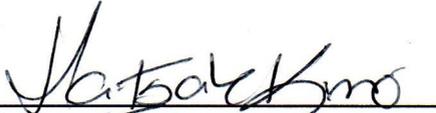


Ab. Aldo Maino Isaías

Director Ejecutivo – Extensión Guayaquil



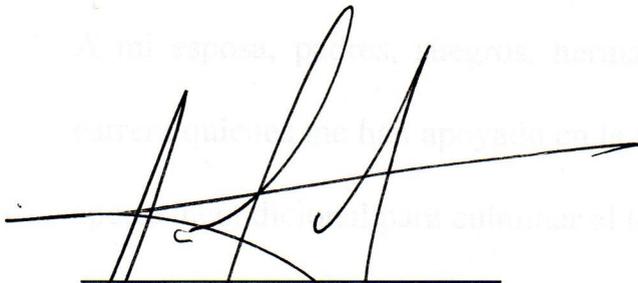
MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO


Miembro Principal


Miembro Principal


Miembro Principal

Damos fe de la elaboración de este Trabajo de Grado, que fue presentado en la
fecha: 21 de marzo de 2012


Ab. Aldo Maino Isaías
Director Ejecutivo
Extensión Guayaquil


Verónica Baque Escobar
Directora
Trabajo de Grado

AGRADECIMIENTO

A Dios por ser mi luz y permitirme llegar donde estoy bendiciéndome con la vida.

A mi casa de estudios, que ha abierto mundos infinitos de conocimientos para mi desarrollo intelectual, en donde aprendí que la comunicación es universal y que yo soy parte de ella.

A mi esposa, padres, suegros, hermanos, sobrinos, amigos y mi directora de carrera quienes me han apoyado en la realización de este trabajo brindándome su aporte incondicional para culminar el logro de este gran paso.

DEDICATORIA

A mis padres, que con su apoyo incondicional, su esfuerzo, amor y comprensión me han motivado para alcanzar mis objetivos.

A mi esposa, por estar junto a mí pendiente de cada uno de mis pasos.

Y a todas aquellas personas que día a día forman parte de mi vida.

ÍNDICE GENERAL

Caratula	i
Certificación	ii
Declaración expresa	iii
Declaración de autoridades	iv
Miembros del tribunal	v
Agradecimiento	vi
Dedicatoria	vii
Índice general	viii
Índice de gráficos	xiii
<u>CAPÍTULO I</u>	1
1.1 Resumen ejecutivo	2
<u>CAPÍTULO II</u>	4
2.1 Antecedentes	5
<u>CAPÍTULO III</u>	9
3.1 Marco teórico	10
3.2 Outdoor training introducción	13
3.3 Que es outdoor training, beneficios	14
3.4 Etapas a considerar outdoor training	16
<u>CAPÍTULO IV</u>	19
4.1 Estudio estratégico	20
4.2 Análisis del mercado, diseño de encuesta de factibilidad	21

4.3 Tabulación de la encuesta	22
4.4 Análisis de resultados	23
4.5 Análisis de la competencia	39
4.6 Matriz FODA	50
4.7 PCI	51
4.8 Cadena de valor, servicio interno (servucción)	52
4.9 Matriz competidor más relevante	53
4.10 Perfil de oportunidades y amenazas (POAM)	56
4.11 Análisis del servicio	57
4.12 Políticas de servicio	57
4.12.1 Modelado programa de outdoor	59
4.12.2 Modelado convenio de servicios	60
4.12.3 Política de facturación	62
4.12.4 Política de producto	62
4.12.5 Política de privacidad	63
4.13 Benchmarking	64
4.14 Estrategias, principios, valores y objetivos	65
4.15 Misión, visión y objetivos	68
4.16 Plan de marketing	70
4.17 Campos grupales	71
4.18 Capacitaciones generales	75
4.18.1 Contenido del programa de capacitación	78
4.19 Comercialización, estrategias	80

4.20 Cinco fuerzas de PORTER	82
4.21 Rivalidad entre competidores	84
4.22 Poder de negociación de proveedores, compradores	84
4.23 Barreras de entrada	86
4.24 Producto sustituto	89
4.25 El principio de Pareto principio 80/20	91
4.26 Plan de Marketing	94
4.26.1 Precio Outdoor (modelado)	95
4.26.2 Precio C. Corto (modelado)	96
4.26.3 Precio C. Medios (modelado)	97
4.26.4 Políticas de distribución	98
4.27 Análisis del servicio	99
4.28 Promoción, estrategia de publicidad	105
4.29 Estrategias de lanzamiento, introducción	106
4.30 Manual de imagen corporativa	107
4.30.1 Uso de logotipo	109
4.30.2 Construcción y aplicación	110
4.30.3 El color	112
4.30.4 Tipografía	113
4.30.5 Aplicaciones	114

<u>CAPÍTULO V</u>	123
5.1 Estudio organizacional, organigrama	124
5.2 Perfiles de puestos	125
5.3 Flujograma selección de personal	141
5.4 Proceso de contratación del talento humano	142
5.5 Proceso de contratación servicio capacitación	150
5.6 Proceso de contratación servicio instructores	153
5.7 Planificación	155
5.7.1 Capacitación del talento humano	156
<u>CAPÍTULO VI</u>	159
6.1 Estudio de localización	160
6.2 Infraestructura disponible	161
6.3 Análisis de localización	162
6.4 Equipos varios, mobiliario y sistemas de comunicación	166
<u>CAPÍTULO VII</u>	167
7.1 Nómina del Personal	168
7.2 Procedimiento Administrativo	170
<u>CAPÍTULO VIII</u>	173
8.1 Estudio Legal	174
8.2 Creación de la compañía	175
8.3 Impuestos	175

<u>CAPÍTULO IX</u>	182
9.1 Flujo de inversión	183
9.2 Arranque	186
9.3 Ingresos mínimos	188
9.4 Estado de resultados	189
<u>CAPÍTULO X</u>	190
10.1 Conclusiones	191
10.2 Recomendaciones	193
10.3 Bibliografía	195
10.4 Anexos	196

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CAPÍTULO IV

Gráfico TO -001: Tabulación, encuestas	23
Gráfico TO -002: Tabulación, encuestas	24
Gráfico TO -003: Tabulación, encuestas	25
Gráfico TO -004: Tabulación, encuestas	27
Gráfico TO -005: Tabulación, encuestas	28
Gráfico TO -006: Tabulación, encuestas	29
Gráfico TO -007: Tabulación, encuestas	30
Gráfico TO -008: Tabulación, encuestas	31
Gráfico TO -009: Tabulación, encuestas	32
Gráfico TO -010: Tabulación, encuestas	33
Gráfico TO -011: Tabulación, encuestas	34
Gráfico TO -012: Tabulación, encuestas	35
Gráfico TO -013: Tabulación, encuestas	36
Gráfico TO -014: Tabulación, encuestas	37
Gráfico TO -015: Tabulación, encuestas	38
Mapa TO -001: Localización, competencia 1	40
Mapa TO -002: Localización, competencia 2	42
Mapa TO -003: Localización, competencia 3	44
Mapa TO -004: Localización, competencia 4	46
Mapa TO -005: Localización, competencia 5	48

Cuadro TO -001: Matriz FODA	50
Cuadro TO -002: Servicio Interno	52
Cuadro TO -003: Matriz del Competidor más relevante	53
Cuadro TO -004: Perfil de Oportunidades y Amenazas	56
Cuadro TO -005: Individuo Empresa	92
Cuadro TO -006: Costos de cursos 1	95
Cuadro TO -007: Costos de cursos 2	96
Cuadro TO -008: Costos de cursos 3	97

CAPÍTULO VI

Mapa TO -006: Estudio de localización	160
Plano TO -001: Infraestructura Disponible	161
Plano TO -002: Infraestructura, localización	162
Plano TO -003: Infraestructura, disponibilidad interna 1	163
Plano TO -004: Infraestructura, disponibilidad interna 2	164
Plano TO -005: Infraestructura, disponibilidad interna 3	165

CAPÍTULO VII

Cuadro TO -009: Proyección, nómina del personal	168
Cuadro TO -010: Proyección anual, nómina del personal	169

CAPÍTULO IX

Cuadro TO -011: Flujo de inversión	183
Cuadro TO -012: Estudio financiero, arranque	186
Cuadro TO -013: Estudio financiero, ingresos mínimos	188
Cuadro TO -014: Estudio financiero, ingresos mínimos	188
Cuadro TO -015: Estudio financiero, ingresos mínimos	188
Cuadro TO -016: Estudio financiero, estado de resultado	189

CAPÍTULO X

Cuadro TO -017: Población INEC	197
--------------------------------	-----

CAPÍTULO I

RESUMEN EJECUTIVO

Sabiendo que vivimos en un mundo globalizado y competitivo, donde la competencia ya no es solo a nivel local, sino que se transforma en internacional, mi intención es encontrar una herramienta que permita a las empresas un crecimiento constante, a través de su talento humano.

Fue entonces cuando tuve una lluvia de ideas y luego de un minucioso análisis me surgió la iniciativa de exponer un tema relacionado a la creación de una empresa que brinde capacitación en el área de disciplinas motivacionales para mejorar la calidad y productividad en las organizaciones; considerando que este proceso administrativo sólo será efectivo e interesante si se logra una concienciación de los líderes de las organizaciones.

De esta forma mi elección del tema está enfocada porque atiende a un sector importante dentro del organismo productor de un país, el talento humano, buscando de esta forma mantenerlo motivado y plenamente identificado con la empresa para la cual presta sus servicios.

El pertenecer al staff de capacitadores de una de las empresas más prestigiosas del mercado, me ha ayudado a fundamentar y sostener la idea de la creación de esta empresa.

Luego de varias jornadas de trabajo pude detectar mucho más de cerca la necesidad que tienen los “colaboradores” en sus lugares de trabajo, escuchándolos me permitió conocer lo que les agrada y lo que no también, los recursos con que cuentan para desempeñarse en sus funciones; si estos son efectivos o deben mejorar.

El talento humano es, sin duda alguna, el motor que día a día hace funcionar las organizaciones y paradójicamente es el sector menos atendido, por lo cual debería crearse un sentido de involucramiento y de pertenencia con la institución.

Es por esta razón que la propuesta de crear una empresa que brinde capacitación y servicios en áreas de disciplinas motivacionales, atenderá el grupo objetivo, motivo de nuestro estudio “el talento humano”, haciendo de esta forma percibir interés y preocupación por los colaboradores directamente de quienes lideran las empresas.

CAPÍTULO II

ANTECEDENTES

La creación de esta empresa es ofrecer servicios especializados en la capacitación y asesoramiento profesional en el área de disciplinas motivacionales para el talento humano en las organizaciones. Esto permitirá la creación de nuevas plazas de trabajo para profesionales en diferentes disciplinas y potencializar al talento humano de las organizaciones.

Cuando empecé este trabajo se me ocurrieron una gran variedad de temas, pero ninguno satisfacía mis expectativas de abordar un tema actual e imprescindible para la supervivencia de toda empresa en esta nueva era de cambios.

“Sino cambias te cambian” (Torres, C. y otros; 2011)

Conocedores de una vida en un mundo globalizado y competitivo, donde la competencia ya no es solo a nivel local, sino que se transforma en internacional, mi intención fue encontrar una herramienta que permita a las empresas un crecimiento constante, a través de su gente.

Fue entonces cuando decidí encausar mi trabajo a través del análisis de la capacitación del personal, creando una empresa que brinde capacitación en el área de disciplinas motivacionales para mejorar la calidad y productividad en las empresas, considerando que este proceso administrativo sólo será efectivo e interesante si se acompaña de una evaluación posterior de los resultados obtenidos.

A lo largo de este trabajo me propongo realizar una investigación que permita distinguir y precisar la eficiencia y eficacia, los beneficios, logros alcanzados y la importancia de la función de la educación que imparten las organizaciones a su personal, conocida como

"capacitación", enfocándome particularmente en el personal en relación de dependencia que interactúa con los clientes internos y externos de una empresa. Así mismo, es de mi interés medir la influencia de esta actividad dentro de las organizaciones.

Muchas empresas que capacitan a su gente, no saben por qué ni para qué lo hacen y simplemente lo hacen porque así lo indican las normas de la empresa, por modas, caprichos o por copiar a sus competidores.

La capacitación debería tener un análisis previo para evaluar en qué parte de la organización es necesario mejorar o resolver un problema, o simplemente actualizar la información de todos los días. Esto lo debe analizar la persona encargada de diseñar o seleccionar un programa de capacitación.

Por otro lado, resulta necesario expresar que los programas de capacitación deberán realizarse a medida, de acuerdo a las necesidades de la empresa, ya que no son las empresas quienes tienen que adaptarse a estos, sino todo lo contrario.

Este trabajo se centrará en el análisis de la evaluación de los resultados de los programas de capacitación, explorando las formas existentes para evaluarlo.

Si partimos de la base de que no todo lo que se enseña se aprende, y que no todos los participantes en una misma situación de aprendizaje aprenderán lo mismo, me enfocare más del aprendizaje que de la enseñanza.

Primero cabe destacar que es necesario asegurarse que lo que se enseñe sea realmente una necesidad de la organización, luego que lo que se enseña sea aprendido, que lo aprendido sea trasladado a la tarea y finalmente que lo trasladado a la tarea se sostenga en el tiempo.

La única forma de asegurarnos que todo esto suceda es a través de una buena evaluación, estudio y análisis antes, durante y después de la implementación de cualquier programa de capacitación que se ofrezca a la empresa.

Sin contradecir lo antedicho considero que no corresponde afirmar que capacitar al personal y verificar que dicha capacitación haya sido efectiva sea la solución para todos los problemas de una empresa. Creo que debemos tomarlo como una herramienta más, de gran poder, que genera una diferencia competitiva de la empresa.

Finalmente, luego de leer e interiorizarme en el tema decidí enfocarme especialmente en la capacitación en el área de disciplinas motivacionales para mejorar la calidad y productividad en las empresas, de esta forma el enfoque prioritario es el personal que interactúa con los clientes internos y externos de la misma, ya que considero que es la de mayor importancia debido a que más importante que cómo una empresa haga las cosas es cómo lo percibe su clientela, con esto me refiero a que se debe considerar productivo y existente aquello que es percibido por el cliente.

De esta forma, al elegir un tema más específico, sin referirme a la capacitación en forma general, sino que considerando particularmente los programas de capacitación de los empleados que se encuentran en contacto con los clientes internos y externos de una empresa, lograre un análisis más profundo y específico.

A continuación cito una frase que ayuda a justificar mi decisión por este tema:

"Así como en algún momento la tierra dejó de ser la principal fuente de riquezas para pasar a serlo las industrias con sus máquinas, hoy las máquinas van dejando el primer lugar a los productores de conocimientos. En este contexto, en este nuevo paradigma productivo, la capacitación y el desarrollo son áreas clave". (Aquino, J. y otros; 1997)

CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO

La evolución científica y tecnológica indiscutible en nuestra era, que ha propiciado desarrollos importantes en todas las áreas, es una manifestación del pensamiento humano vigoroso y creativo, que consolida el concepto del hombre como origen y esencia de toda dinámica industrial, económica y social.

El factor humano es cimiento y motor de toda empresa y su influencia es decisiva en el desarrollo, evolución y futuro de la misma. El hombre es y continuará siendo el activo más valioso de una empresa. Por ello la ciencia de la Administración del Personal, enseña y forma al talento dando mayor énfasis a la capacitación y entrenamiento del personal dentro de las empresas.

Cada vez más empresarios, directivos y en general líderes de instituciones, se han abierto a la necesidad de contar para el desarrollo de sus organizaciones con programas de capacitación y desarrollo que promueven el crecimiento personal e incrementan los índices de productividad, calidad y excelencia en el desempeño de las tareas laborales.

El desarrollo evolutivo del hombre tanto en su esfera individual, como en la grupal e institucional, tiene como causa fundamental la educación, que se considera la base del desarrollo y perfeccionamiento del hombre y la sociedad (entendidas las sociedades intermedias como las empresas e instituciones).

La capacitación que se aplica en las organizaciones, debe concebirse precisamente como un modelo de educación, a través del cual es necesario primero, formar una cultura de identidad empresarial, basada en los valores sociales de productividad y calidad en las tareas laborales.

Sin perder de vista que en este trabajo se le dará mayor importancia al aprendizaje que a la educación, cabe destacar que la importancia del aprendizaje organizacional deriva de lo siguiente:

"Las organizaciones deben desarrollar capacidades para construir y retener su propia historia, para sistematizar sus experiencias, para abrirse a los desafíos de mercados y tecnologías, para incorporar las apreciaciones de sus miembros, para construir el "sentido" de sus acciones. El aprendizaje no es un momento ni una técnica: es una actitud, una cultura, una predisposición crítica que alimenta la reflexión que ilumina la acción." (Gore, E.; 1998)

Conceptualizar las organizaciones como ámbitos y sujetos de aprendizaje es una noción básica para la labor gerencial. No es otro el imperativo de construir organizaciones inteligentes.

"Aprender es aumentar la capacidad para producir los resultados que uno desea" (Kofman, 2001)

Desde esta perspectiva, la creación, asimilación, transformación y diseminación de conocimiento pasa a ser una estrategia central en la vida organizacional constituyendo un esfuerzo regular y perdurable de desarrollo de capacidades, condición necesaria para la preservación de la competitividad.

Una organización que aprende a aprender es aquella que transfiere conocimientos a sus miembros, que construye un capital que no sólo se refleja en las cuentas de resultados de las empresas sino también en el potencial de sus miembros.

Si formulamos la pregunta como aprende la gente en las organizaciones, podría contestarse simplemente a través de la capacitación. Esta respuesta sería absolutamente correcta, excepto que en realidad explica un proceso que no conocemos, el del aprendizaje, a través de otro proceso que es el de la capacitación del cual no sabemos demasiado.

Sabemos que la capacitación sirve, pero no exactamente cuándo y cómo. A decir verdad, la cantidad de fracasos en capacitación es muy alta: ninguna herramienta con tanto fracaso sobreviviría si hubiera algo capaz de reemplazarla.

"La capacitación está orientada a satisfacer las necesidades que las organizaciones tienen de incorporar conocimientos, habilidades y actitudes en sus miembros, como parte de su natural proceso de cambio, crecimiento y adaptación a nuevas circunstancias internas y externas. Compone uno de los campos más dinámicos de lo que en términos generales se ha llamado, educación no formal." (Blake, O., 1997)

"La capacitación es, potencialmente, un agente de cambio y de productividad en tanto sea capaz de ayudar a la gente a interpretar las necesidades del contexto y a adecuar la cultura, la estructura y la estrategia (en consecuencia el trabajo) a esas necesidades" (Gore, E., 1998)

"El término capacitación se utiliza con frecuencia de manera casual para referirse a la generalidad de los esfuerzos iniciados por una organización para impulsar el aprendizaje de sus miembros . . . Se orienta hacia la cuestiones de desempeño de corto plazo." (Bohlander, G. y otros; 1999)

"Actividades que enseñan a los empleados la forma de desempeñar su puesto actual." (Davis, K. y otros; 1992)

OUT DOOR TRAINING

INTRODUCCIÓN

Hoy en día para el éxito de las organizaciones y la diferenciación competitiva es necesario gestionar adecuadamente el Capital Social, es decir el talento humano, creatividad, inteligencia, aspiraciones y motivaciones del personal de una empresa, enmarcados dentro de una cultura organizacional que define su accionar, permitiendo responder con agilidad a los requerimientos cambiantes del mundo moderno

Está comprobado científicamente que aprendemos el 20% de lo que escuchamos, el 50% de lo que vemos y el 80% de lo que hacemos.

Esto prueba que la experiencia vivencial de los empleados frente a cursos o conferencias tradicionales en las capacitaciones empresariales sería mucho más enriquecedora y efectiva. Aquí es cuando el sistema de formación de "Outdoor" training cobra importancia.

ORÍGENES

Es una técnica o herramienta alternativa, que tiene sus orígenes en U.S.A. y Gran Bretaña, después de la Segunda Guerra Mundial, donde escuelas aplicaban conceptos vinculados a "lo militar" a fin de diseñar estrategias que fomenten las relaciones entre funcionarios o ejecutivos para mejorar su productividad y que posteriormente, debido a la importancia que cobra el Capital Social en las empresas del mundo globalizado, se extiende también a todos los niveles organizacionales por sus beneficiosos resultados en las relaciones interpersonales, utilizándose actualmente como una actividad usual en resolución de conflictos o mejora de equipos de trabajo.

¿QUÉ ES OUTDOOR TRAINING?

El Outdoor Training es un medio que consiste en juegos o actividades al aire libre o espacios abiertos, con una metodología propia de la educación experiencial, es decir aprendizaje netamente vivencial, que presenta una secuencia lógica de actividades donde se extraen conclusiones que ayudan a mejorar el entorno personal y profesional.

Es llevada a cabo por personal (facilitadores) con un alto contenido pedagógico, que basan el aprendizaje a través de la experiencia en un clima distendido, donde se llevan a cabo actividades que combinan la competitividad, el trabajo en equipo, el liderazgo y la comunicación, es decir aspectos relevantes para la gestión del capital social.

BENEFICIOS QUE BRINDA EL OUTDOOR TRAINING EN LAS EMPRESAS

Los beneficios más relevantes están relacionados con las habilidades interpersonales propias de la inteligencia emocional que deben estar presente en las empresas, como son los siguientes:

Estimula la confianza y desarrolla/potencia el espíritu de trabajo en equipo, para lograr la cooperación y complementación entre los miembros.

Potencia el liderazgo y la capacidad de delegar responsabilidades.

Motiva a los participantes en los compromisos del trabajo diario.

Fomenta la comunicación e integración entre áreas y miembros de una organización.

Aumenta la resistencia al estrés.

Mejora la reacción de sagacidad en ingenio ante situaciones de presión y cambio.

Aumenta la confianza entre compañeros.

Entrena el enfoque de la atención y visión.

La riqueza que se obtiene de este tipo de experiencias impacta de manera positiva en los participantes. Su gran aporte personal y grupal establece un diferencial con instancias tradicionales de capacitación orientadas a un estilo académico.

Todos estos beneficios se encuentran basados en las nuevas tendencias lúdicas en el campo del aprendizaje, es por esta razón que el conocimiento llega a través de lo que escuchamos en un 20%, de lo que vemos en un 50% y el 80% de lo que hacemos.

EL OUTDOOR TRAINING: MUCHO MÁS QUE UN JUEGO

Un programa de outdoor training va más allá de ofrecer cursos y juegos al aire libre, ya que se busca que el empleado debe asumir un compromiso de mejora con su empresa. Las actividades diseñadas parten de una planificación tomada de la problemática y necesidades detectadas. Se busca que el grupo detecte los puntos fuertes y débiles derivados de los comportamientos del equipo y vincular estas actitudes a las conductas habituales en el trabajo. Finalmente, se elabora un plan de acción con los diferentes aspectos a mejorar aplicables a la empresa.

Al igual que todo programa de formación desarrollado por una compañía, sus objetivos deben estar claramente definidos, evaluando el momento en el cual se aplica y siendo administrado y dirigido por técnicos especialmente entrenados para ello. En ello se basa el éxito.

A continuación, enunciaremos los pasos que siguen los facilitadores y líderes de estos programas (el antes, durante y después, para ser considerada una técnica que ayuda al crecimiento empresarial:

ETAPAS A CONSIDERAR ANTES DE INICIAR LAS ACTIVIDADES DE OUTDOOR TRAINING

Son 4 etapas

A. VALORAR

En este primer paso se recoge información acerca del grupo. Se llevan a cabo entrevistas escritas u orales, encuestas de actitud, etc.

Identificando lo que la organización desea y quiénes son se podrá predecir el tipo de actividades que serán más apropiadas.

Las preguntas a formular:

¿Quién es la organización?

¿Cuáles son sus intereses?

¿Desean los trabajadores participar de ese tipo de actividades?

¿Tiene el líder las mismas metas que los participantes?

¿Cuántos participantes habrá en el programa?

¿Dónde se llevará a cabo el programa?

¿Qué saben acerca de lo que harán?

B. PLANEAR

Permite seleccionar las herramientas que se usarán, tomando como referencia los detalles obtenidos de la valoración. Se piensa en el diseño de actividades y escenarios especiales para las actividades más importantes para el grupo y ayudar a la transferencia de aprendizaje.

Habiendo recogido los datos necesarios de los interesados e involucrados en las actividades podré responder a las siguientes preguntas:

¿Qué actividades serán necesarias para lograr el objetivo deseado?

¿Qué secuencia de actividades permitirá buenos resultados?

¿Qué técnicas serán necesarias para romper el hielo, ofreciendo la confianza necesaria?

¿Cuánto tiempo durarán las actividades?

¿Cómo manejar la resistencia de los grupos?

¿Con qué personal deberé contar para llevar a cabo el programa?

C. PREPARAR

Permite poner en orden todos los elementos de la fase de planeación. Involucra JUNTAR todos los materiales que se necesitarán; COORDINAR con los compañeros de actividad, asegurándose de que todos entiendan el plan para finalmente REVISAR el sitio determinando si la actividad seleccionada es la más apropiada.

C. EJECUTAR

Permite llevar a cabo el desarrollo de la actividad con las etapas PREVIAMENTE determinadas, según el TIEMPO estipulado, las estaciones pueden ser mínima cuatro y máxima 8 por jornada de participación.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO ESTRATÉGICO

Segmentación para identificar el mercado

SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA

REGIÓN

El mercado meta de nuestro servicio está ubicado en la ciudad de Guayaquil.

Proyectándose a mediano plazo expandir sus servicios a nivel nacional.

TAMAÑO Y DENSIDAD

Los servicios que ofrecerá TOBLE S.A. serán dirigidos a las empresas en expansión con un mínimo de cincuenta trabajadores

SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA

EDAD

18 años en adelante (PEA) en Relación de Dependencia

MERCADO

El mercado primario corresponde a las instituciones y/o organizaciones

El mercado secundario corresponde a las empresas medianas en expansión

SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICO

NIVEL SOCIO ECONÓMICO

El nivel socio económico al cual está enfocado nuestro servicio está abierto a todas las empresas públicas o privadas.

PERFIL EMPRESARIAL

Nuestros servicios están dirigidos a aquellas empresas preocupadas en mejorar la productividad y comunicación organizacional a todo nivel.

SEGMENTACIÓN CONDUCTUAL

TASA DE USO

Los usuarios de nuestros servicios en el mercado empresarial ecuatoriano son considerados consumidores ocasionales ya que hacen uso del servicio de 1 a 2 veces al año.

BENEFICIOS PRETENDIDOS

Se pretende que al comprar nuestros servicios los clientes tengan un grado de satisfacción por la calidad

GRADO DE LEALTAD

Se pretende que los consumidores lleguen a ser fieles a nuestra empresa esto se puede lograr aprovechando el reconocimiento que existiría al brindar una atención y asesoría de calidad

DISEÑO ENCUESTA DE FACTIBILIDAD

ENCUESTA (usuario)					
El objetivo de esta encuesta es dar a conocer que tan importante es la capacitación y el adiestramiento del talento humano dentro de la empresa, y que tan importante es desarrollar la misma.					
La empresa en la que trabaja es			Nivel de Instrucción		
PÚBLICA		NINGUNA		TÉCNICO/SUPERIOR	
PRIVADA		PRIMARIA		MAESTRIA	
Cuál?		SECUNDARIA			
¿Recibiste capacitación al momento de ingresar a la empresa?			¿Existe buena relación entre trabajadores y patrones?		
SI		SI			
NO		NO			
Indique el nivel de importancia de una capacitación			Indique con que frecuencia le agrada recibir capacitación		
MUY IMPORTANTE		MENSUAL		ANUAL	
POCO IMPORTANTE		SEMESTRAL		OTROS	
¿Por qué crees que necesitas capacitación?					
¿En la empresa usted se desempeña en el área?			¿En su lugar de trabajo el clima laboral es?		
ADMINISTRATIVA		EXCELENTE		MALO	
DIRECTIVA		MUY BUENO			
PLANTA		BUENO			
OTROS		REGULAR			
¿La empresa me ayuda a poner en marcha mis iniciativas para mejorar el trabajo en equipo?			¿Dispongo de los recursos necesarios para desarrollar correctamente mi trabajo?		
SI		SI			
NO		NO			
¿Tengo las condiciones laborales, salario y beneficios apropiados al trabajo que desarrollo?			En orden de prioridad ¿Qué tipo de capacitación le gustaría recibir?		
SI		LIDERAZGO		COMUNICACIÓN	
NO		TRABAJO EN EQUIPO		RELACIONES HUMANAS	
Indique la modalidad que prefiere para las capacitaciones			La convocatoria para capacitaciones prefiere que sea		
TEÓRICA		LUNES A VIERNES			
PRÁCTICA		FINES DE SEMANA			
TEÓRICA/PRÁCTICA					
¿Cuántas horas estima conveniente para una capacitación?					
1 HORA		4 HORAS			
2 HORAS		5 HORAS			
3 HORAS		MÁS DE 5 HORAS			

TABULACIÓN DE LA ENCUESTA

La empresa en la que trabaja es	
PÚBLICA	6
PRIVADA	394
Cuál?	



Gráfico TO-001

ANÁLISIS DE RESULTADOS

El análisis de esta pregunta presenta que el 99% de los encuestados laboran en instituciones privadas y se convirtieron en fuente directa de información para el conocimiento del clima laboral en sus lugares de trabajo, por otra parte el 1% de los encuestados laboran en instituciones públicas, de igual forma fue muy enriquecedor conocer sus opiniones respecto a nuestro estudio.

TABULACIÓN DE LA ENCUESTA

¿Recibiste capacitación al momento de ingresar a la empresa?	
SI	227
NO	173

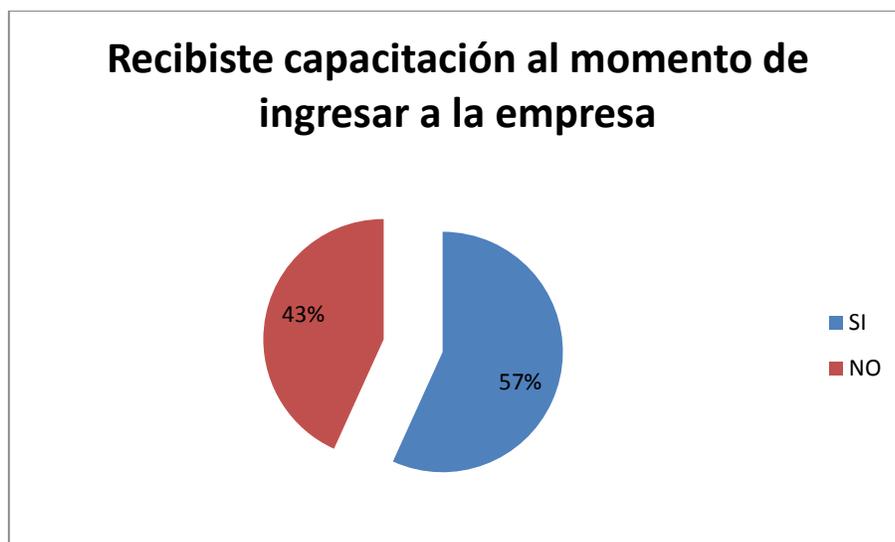


Gráfico TO-002

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Los resultados obtenidos gracias a la formulación de esta pregunta fue que el 57% de los encuestados que laboran en su mayoría en empresas privadas al momento de ingresar a laborar si recibieron capacitación, por otra parte y en un número elevado correspondiente al 43% no recibieron capacitación al ingresar a sus trabajos, por tal razón esta brecha de comparación deberá ser remediada con un plan de capacitación al talento humano en las organizaciones.

TABULACIÓN DE LA ENCUESTA

Indique el nivel de importancia de una capacitación	
MUY IMPORTANTE	388
POCO IMPORTANTE	12

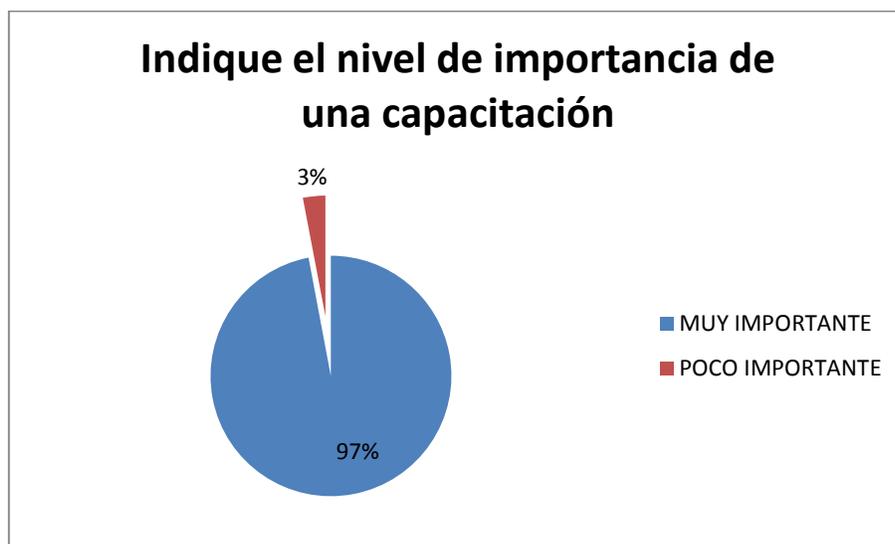


Gráfico TO-003

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Los resultados obtenidos gracias a la formulación de la pregunta para conocer el nivel de importancia que tienen las capacitaciones fue el siguiente, del total de encuestados el 97% coincidió que es muy importante, mientras que el 3% manifestó que es poco importante. Con esta pregunta nos enfrentamos a una realidad sustento de nuestro estudio, las capacitaciones se encuentran en un alto nivel de preferencia en los colaboradores de las instituciones.

TABULACIÓN DE LA ENCUESTA

¿Por qué crees que necesitas capacitación?

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Existen tendencias, técnicas y programas interesantes para el desarrollo del trabajo

Actualización de conocimientos y emprendimiento profesional

El conocimiento permite realizar mejor las funciones laborales

Todo constantemente evoluciona, y por estar actualizado en las tendencias globales de conocimientos

Para desarrollar con mayor facilidad y destrezas las funciones laborales, enriquecimiento y satisfacción personal

Mejorar habilidades, actitudes y aptitudes

Para crecimiento laboral y ayudar a los demás miembros de la organización

Para alcanzar metas dentro de la empresa ya que el mercado es cambiante y competitivo

Porque es necesario innovar los conocimientos

Ayuda a tener más competencias y desarrollar con más elementos el trabajo que se desempeña

Corrección y mejoramiento de dudas o falencias que se puedan presentar

Mejor desarrollo de las actividades en el trabajo

Conocimiento de temas como liderazgo

TABULACIÓN DE LA ENCUESTA

¿En la empresa usted se desempeña en el área?	
ADMINISTRATIVA	174
DIRECTIVA	22
PLANTA	58
OTROS	146

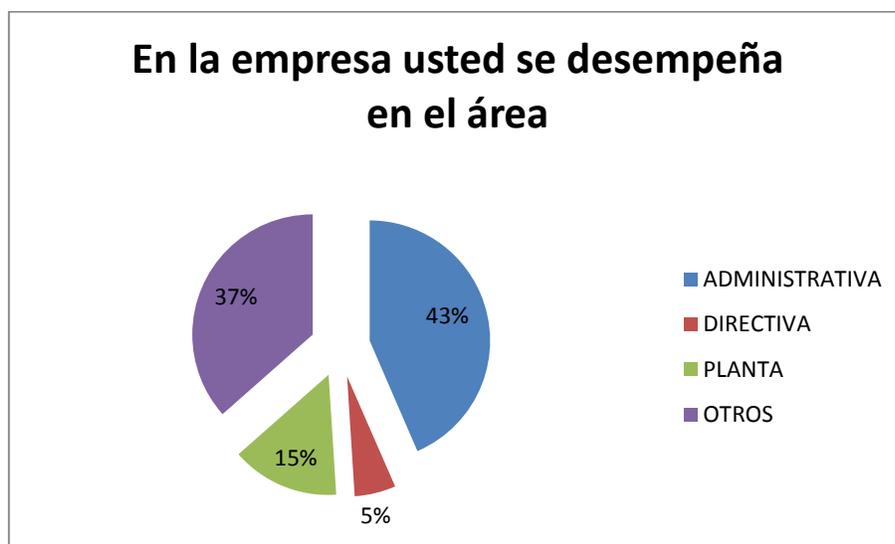


Gráfico TO-004

ANÁLISIS DE RESULTADOS

En el análisis de la pregunta para conocer el área en la que se desempeña los encuestados, tenemos un alto porcentaje equivalente al 43% en divisiones administrativas, el 37% a diversas áreas dentro de la institución, el 15% pertenece a secciones dentro de la categoría planta y el 5% a diversos cargos directivos dentro de las empresas.

TABULACIÓN DE LA ENCUESTA

¿La empresa me ayuda a poner en marcha mis iniciativas para mejorar el trabajo en equipo?	
SI	285
NO	115



Gráfico TO-005

ANÁLISIS DE RESULTADOS

En el análisis efectuado en esta pregunta, encontramos que el 71% de los encuestados manifiestan que en sus lugares de trabajo la empresa los ayuda a poner en marcha las iniciativas para mejorar el trabajo en equipo, por otra parte el 29% de los participantes de este estudio expusieron que no reciben esta ayuda por parte de la empresa.

TABULACIÓN DE LA ENCUESTA

¿Tengo las condiciones laborales, salario y beneficios apropiados al trabajo que desarrollo?	
SI	243
NO	157

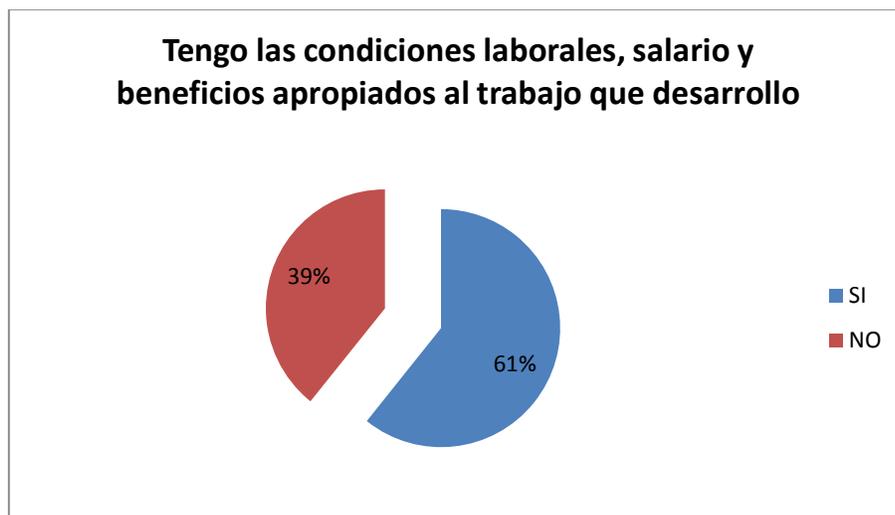


Gráfico TO-006

ANÁLISIS DE RESULTADOS

En el análisis efectuado, obtuvimos que el 61% de los encuestados tienen las condiciones laborales, salarios y beneficios apropiados al trabajo que desarrollan, mientras que el 39% manifestaron no contar con las condiciones laborales apropiadas, de igual forma esta pregunta nos permite detectar que tenemos un porcentaje considerable para brindar atención y presentar programas de asesorías que permitan disminuir

TABULACIÓN DE LA ENCUESTA

Indique la modalidad que prefiera para las capacitaciones	
TEÓRICA	9
PRÁCTICA	92
TEÓRICA/PRÁCTICA	299

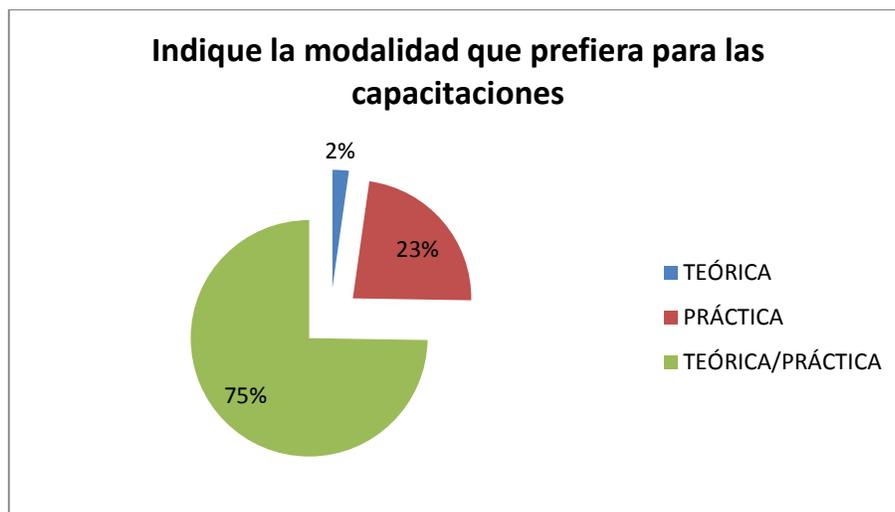


Gráfico TO-007

ANÁLISIS DE RESULTADOS

En el análisis efectuado para conocer la modalidad que prefieren los colaboradores para las capacitaciones, tenemos que el 75% se inclina por el mecanismo de teoría más práctica, mientras que el 23% prefiere que la modalidad sea exclusivamente práctica y un porcentaje minoritario equivalente al 2% desea que el estilo sea teórico.

TABULACIÓN DE LA ENCUESTA

¿Cuántas horas estima conveniente para una capacitación?			
1 HORA	47	4 HORAS	58
2 HORAS	142	5 HORAS	24
3 HORAS	83	MÁS DE 5 HORAS	46

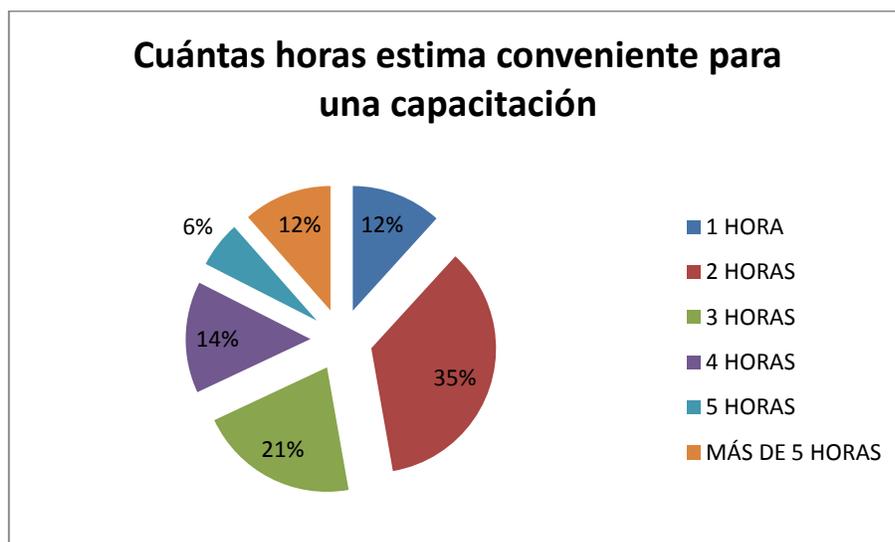


Gráfico TO-008

ANÁLISIS DE RESULTADOS

En el análisis de la pregunta formulada al talento humano de las organizaciones para conocer las horas convenientes para una capacitación, compartieron sus apreciaciones, quedando determinado que el 35% de los encuestados coincidieron en que 2 horas es lo conveniente para una capacitación, el 21% manifestó que 3 horas son necesarias, el 14% expreso que 4 horas son oportunas, mientras que el 6% compartió que 5 horas son aceptables, y se evidencio una coincidencia de porcentajes al 12% en 1 hora y más de 5 horas.

TABULACIÓN DE LA ENCUESTA

Nivel de Instrucción			
NINGUNA	0	TÉCNICO/SUPERIOR	360
PRIMARIA	0	MAESTRIA	0
SECUNDARIA	40		

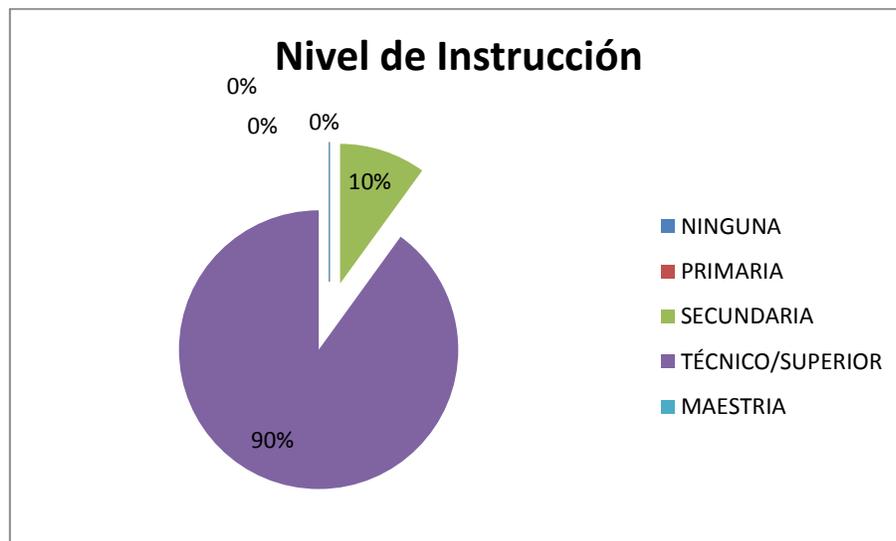


Gráfico TO-009

ANÁLISIS DE RESULTADOS

En el análisis de la pregunta para conocer el nivel de instrucción de nuestros encuestados se determinó que el 90% pertenece a rango de técnico/superior, el 10% un alcance de educación secundaria.

TABULACIÓN DE LA ENCUESTA

¿Existe buena relación entre trabajadores y patrones?	
SI	339
NO	61

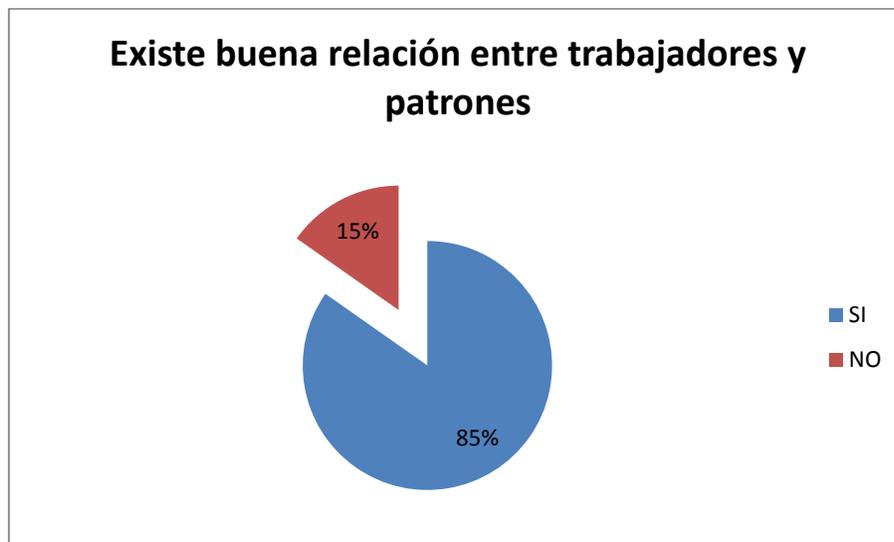


Gráfico TO-010

ANÁLISIS DE RESULTADOS

En el análisis de la pregunta para conocer aspectos de clima laboral, tales como la relación entre trabajadores y patrones, obtuvimos de primera fuente que el 85% de los encuestados manifiestan tener relaciones aceptables entre las dos vertientes, motor de la organización, mientras que el 15% confesó abiertamente no tener buena relación laboral entre trabajadores y patrones.

TABULACIÓN DE LA ENCUESTA

Indique con qué frecuencia le agradaría recibir capacitación			
MENSUAL	135	ANUAL	20
SEMESTRAL	196	OTROS	40

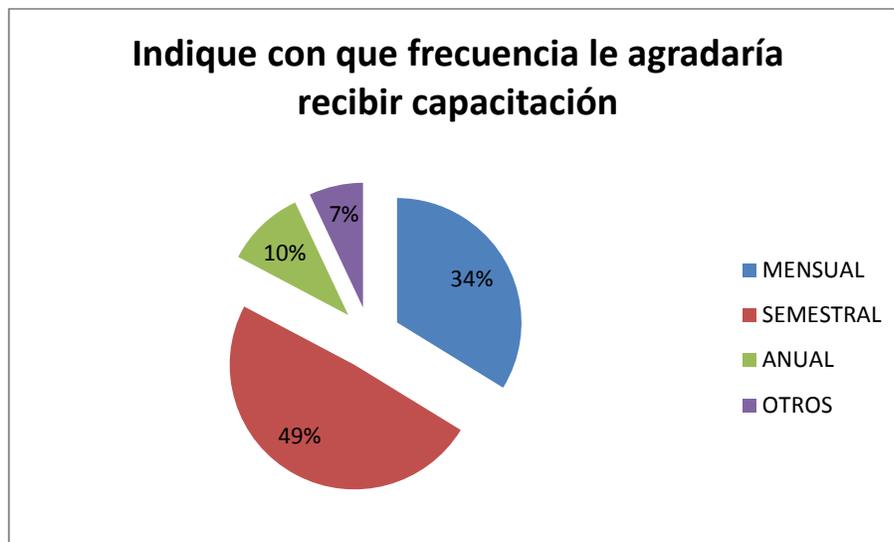


Gráfico TO-011

ANÁLISIS DE RESULTADOS

En el análisis de la pregunta para conocer con qué frecuencia le agradaría recibir capacitación al personal de las empresas, obtuvimos como resultado que el 49% de los encuestados prefiere que sea dos veces al año, mientras que el 34% se inclina por el período mensual, el 10% compartió que el período de su preferencia es anual y el restantes 7% determina oportuno la categoría de otros, en esta incluimos los períodos no considerados en las opciones, tales como 2 meses, 3 meses etc.

TABULACIÓN DE LA ENCUESTA

¿En su lugar de trabajo el clima laboral es?			
EXCELENTE	89	MALO	6
MUY BUENO	165		
BUENO	118		
REGULAR	22		

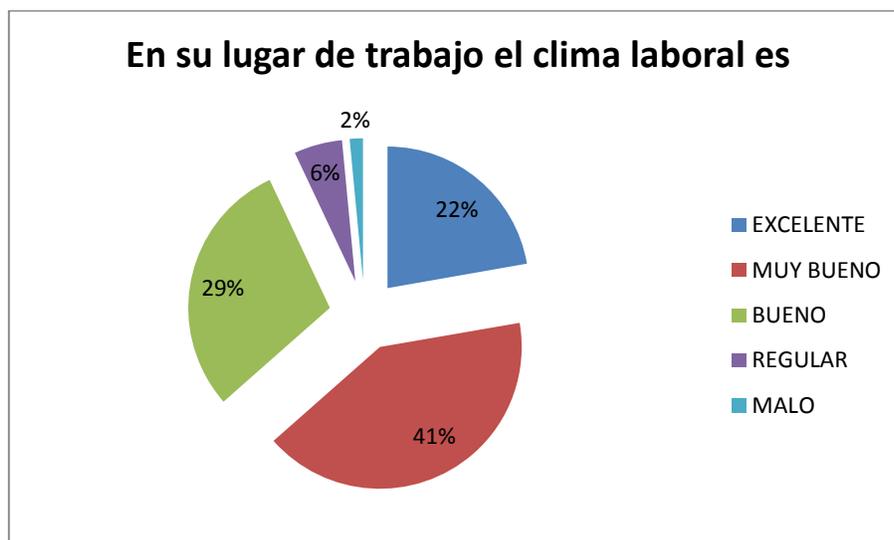


Gráfico TO-012

ANÁLISIS DE RESULTADOS

En el análisis de la pregunta enfocada al clima laboral de las empresas, se obtuvo como resultado al momento de conocer respecto al ambiente que se vive en sus diferentes lugares de trabajo que el 41% de los encuestados determinaron que es muy bueno, el 29% expresó que el ambiente es bueno, mientras que el 22% manifestó que es excelente, 6% determinó un ambiente regular y 2% compartió que es malo.

TABULACIÓN DE LA ENCUESTA

¿Dispongo de los recursos necesarios para desarrollar correctamente mi trabajo?	
SI	294
NO	106



Gráfico TO-013

ANÁLISIS DE RESULTADOS

En el análisis de la pregunta para conocer si el talento humano de las organizaciones cuenta con lo necesario para desarrollar correctamente su trabajo, se obtuvo que el 73% de los encuestados si dispone de recursos, mientras que el 27% manifestó que no cuenta con los recursos necesarios, pese a ser minoritario este último porcentaje, no deja de ser interrogante para los directivos respecto a los recursos entregados a su personal para desarrollarse profesionalmente.

TABULACIÓN DE LA ENCUESTA

En orden de prioridad ¿Qué tipo de capacitación le gustaría recibir?			
LIDERAZGO	158	COMUNICACIÓN	73
TRABAJO EN EQUIPO	85	RELACIONES HUMANAS	84

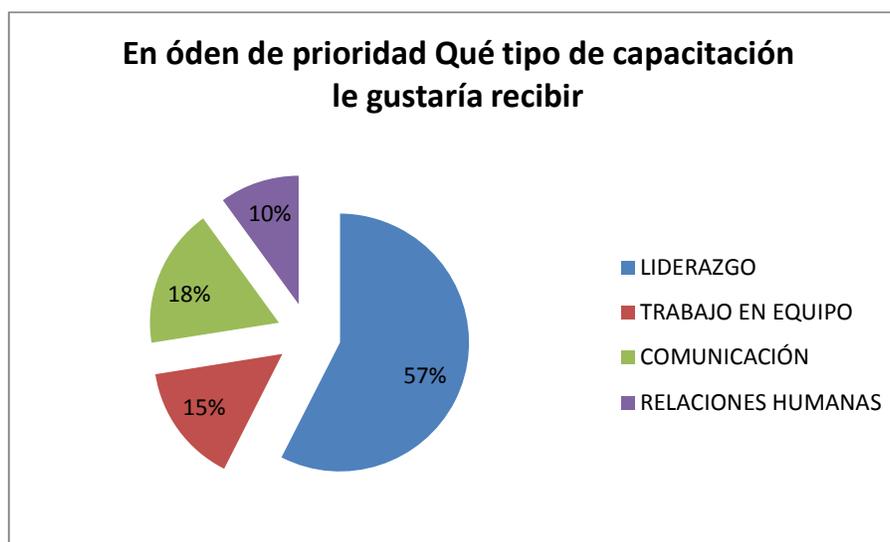


Gráfico TO-014

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Con el 97% de importancia en las capacitaciones, determinada por los participantes de la encuesta de este estudio, se determinó el nivel de preferencia de 4 temas sugeridos en capacitación, quedando de la siguiente manera; el 57% de los encuestados elige temas relacionados al liderazgo, mientras que el 18% establece temas de trabajo en equipo, el 15% temas derivados de la comunicación y el restante 10% determina capacitaciones en relaciones humanas.

TABULACIÓN DE LA ENCUESTA

La convocatoria para capacitaciones prefiere que sea	
LUNES A VIERNES	332
FINES DE SEMANA	68

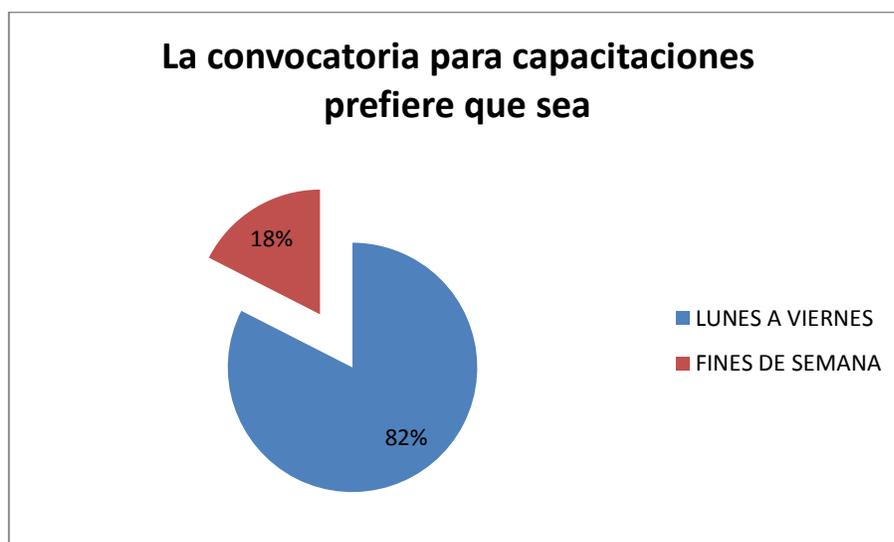


Gráfico TO-015

ANÁLISIS DE RESULTADOS

El análisis de la encuesta determina que el talento humano de las organizaciones prefiere en un 82% la convocatoria para las capacitaciones sea de lunes a viernes, mientras que el 18% manifiesta que se lo realicen los fines de semana, un excelente aspecto a considerar para que los directivos establezcan las contrataciones de los cursos en horario regular de labores, rescatando las políticas y normas institucionales.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Identificación de la competencia

TOBLE S.A. realizó una investigación con el fin de obtener datos primarios sobre las empresas del mercado dedicadas a la misma actividad o similar, detectando que existen alrededor de cinco empresas a nivel nacional que son nuestra competencia.

CAPACITES

LOGO



Ubicado al norte de la ciudad de Guayaquil, en la Av. Juan Tanca Marengo Km. 2 ½ Y Av. Las Aguas, con más de 8 años de experiencia, es una empresa que brinda capacitación y consultoría con el fin de desarrollar el capital humano y la productividad de las empresas u organizaciones.

Su labor se sustenta en los principios de servicio, competitividad, honestidad, lealtad y ética profesional.

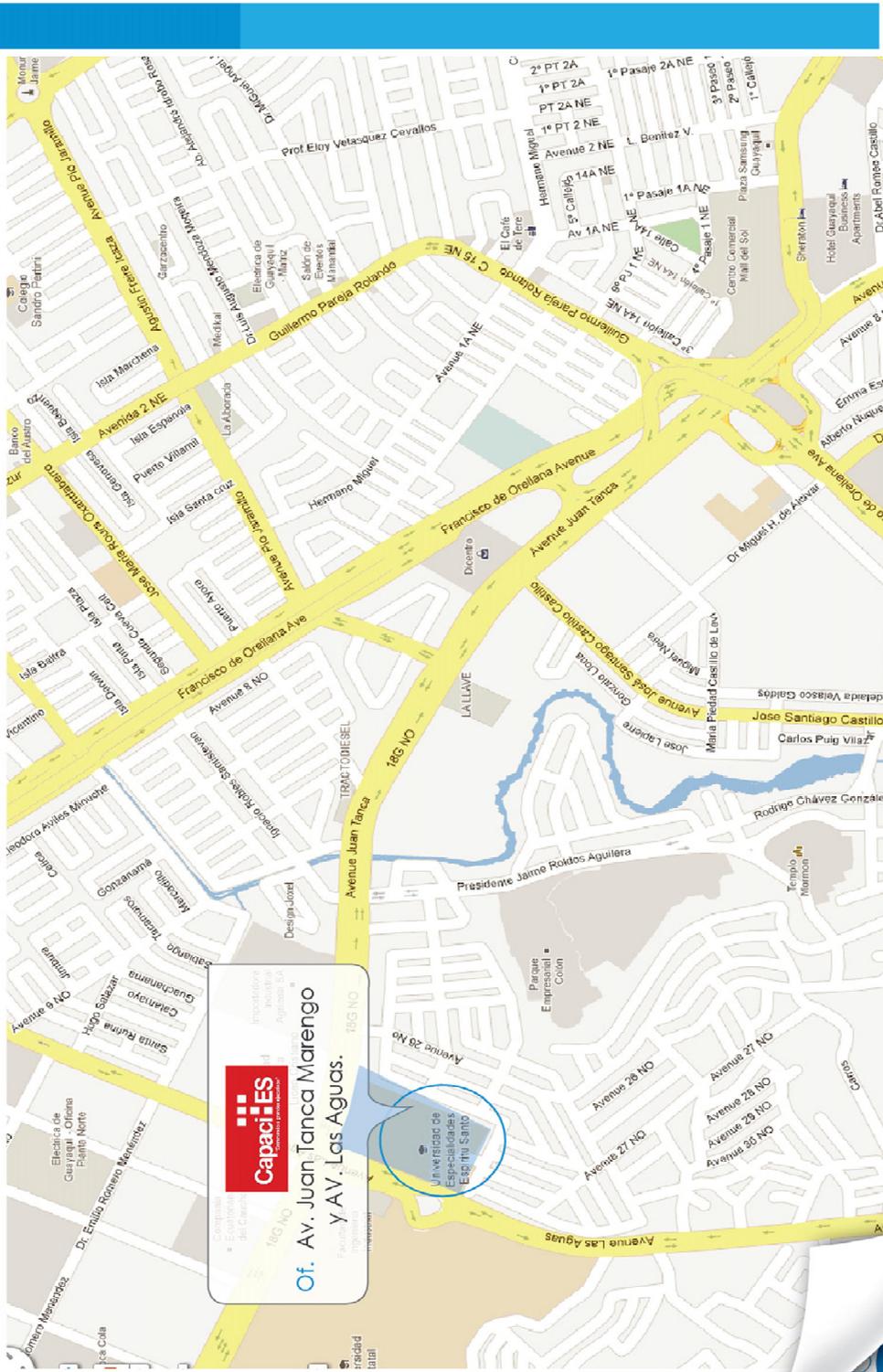
Además cuenta con el aval del Tecnológico Espíritu Santo y el respaldo institucional del Centro de Estudios Espíritu Santo.

LOCALIZACIÓN DE LA COMPETENCIA

Mapa TO-001

Ubicación Competencia

TOBLES.A.
Disciplinas Motivacionales



THE EDGE DESARROLLO ORGANIZACIONAL S.A.

LOGO

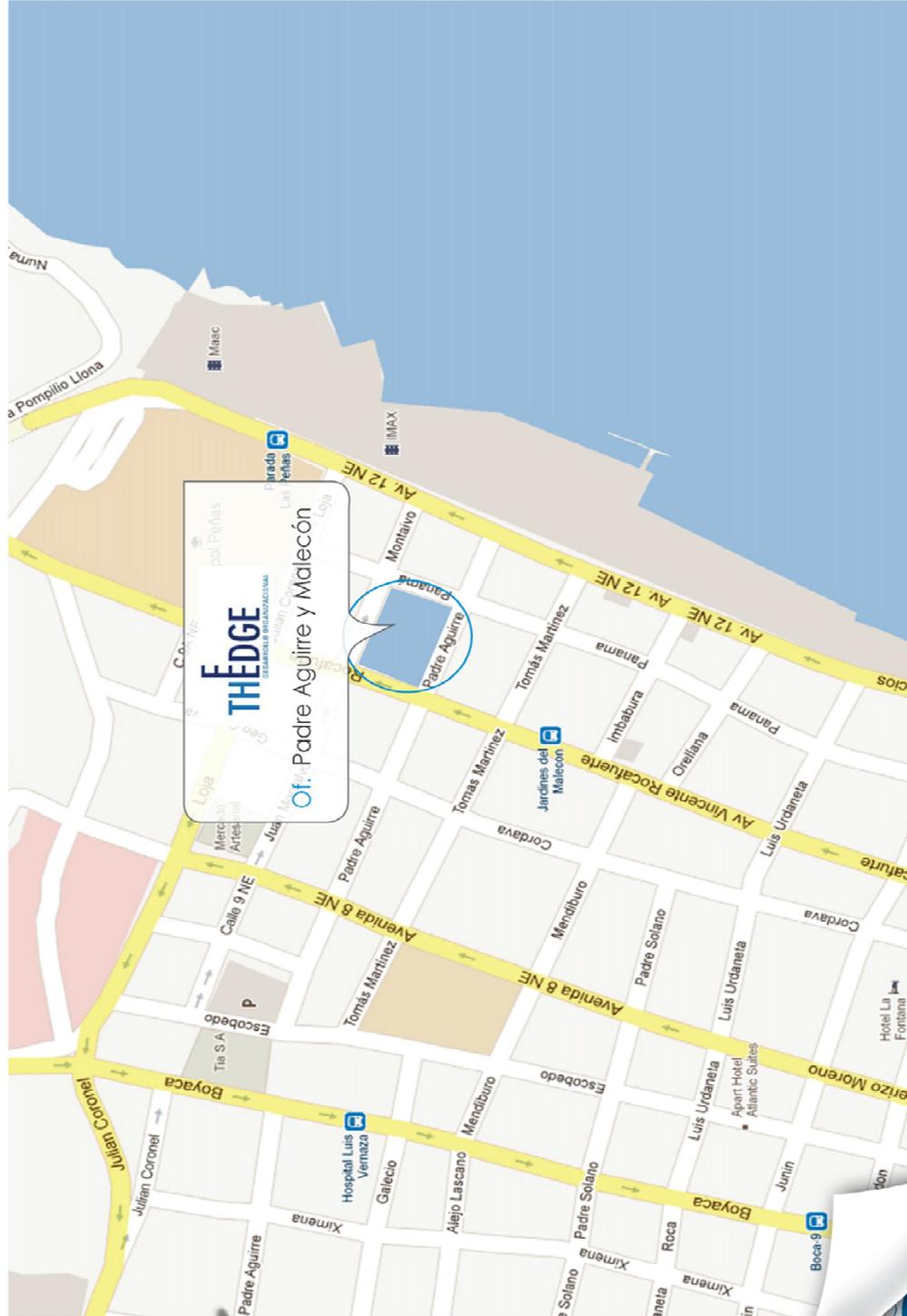


Sus oficinas están ubicadas en Quito y Guayaquil, tiene vigencia en el mercado desde el 2001, trabajando desde entonces con un portafolio de más de 300 clientes a nivel nacional.

Se dedican a transformar proactivamente a sus clientes a través de la transformación de su gente.

Proponen nuevos enfoques de capacitación y consultoría bajo un modelo que permite a la gente visualizar el futuro y estar preparados para este gran reto.

Ubicación Competencia



INTELECTO CAPACITACIÓN INTEGRAL

LOGO

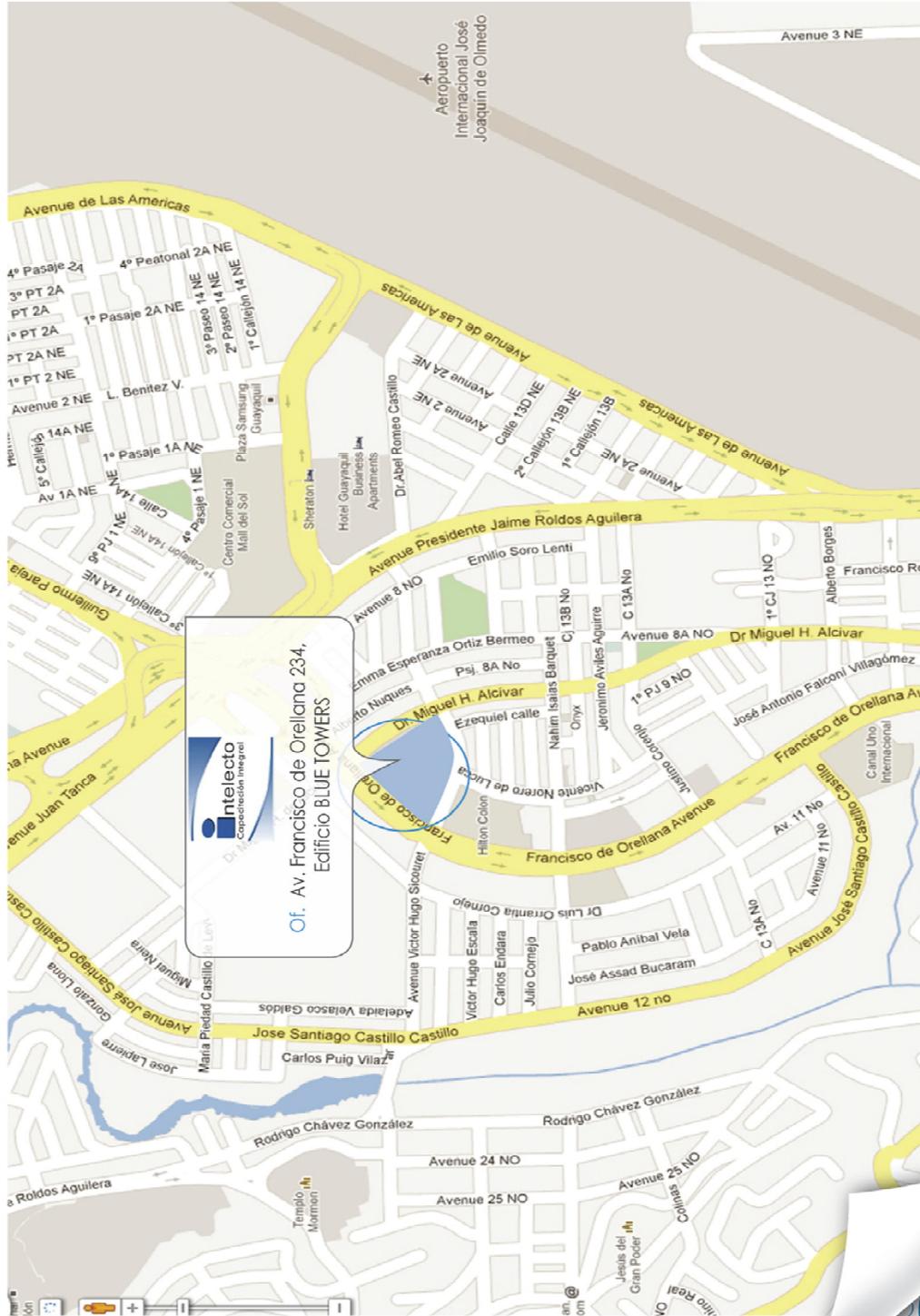


Sus oficinas están ubicadas al norte de la ciudad de Guayaquil, en la Av. Francisco de Orellana 234, Edificio BLUE TOWERS Torre 1 Piso 13 oficina 1305

Es una empresa orientada a brindar capacitación y asesoría sobre todo lo relacionado a las áreas de Contabilidad, Finanzas, Tributación, Recursos Humanos, Ventas, Marketing, Comercio Exterior y Administración.

Contribuyen al desarrollo empresarial brindando a sus clientes servicios de capacitación, planes de negocios, herramientas y asesoría financiera a través de estándares éticos y de confidencialidad.

Ubicación Competencia



TBL THE BOTTOM LINE THE TRAINING CENTER FOR BUSINESS EXCELLENCE

LOGO



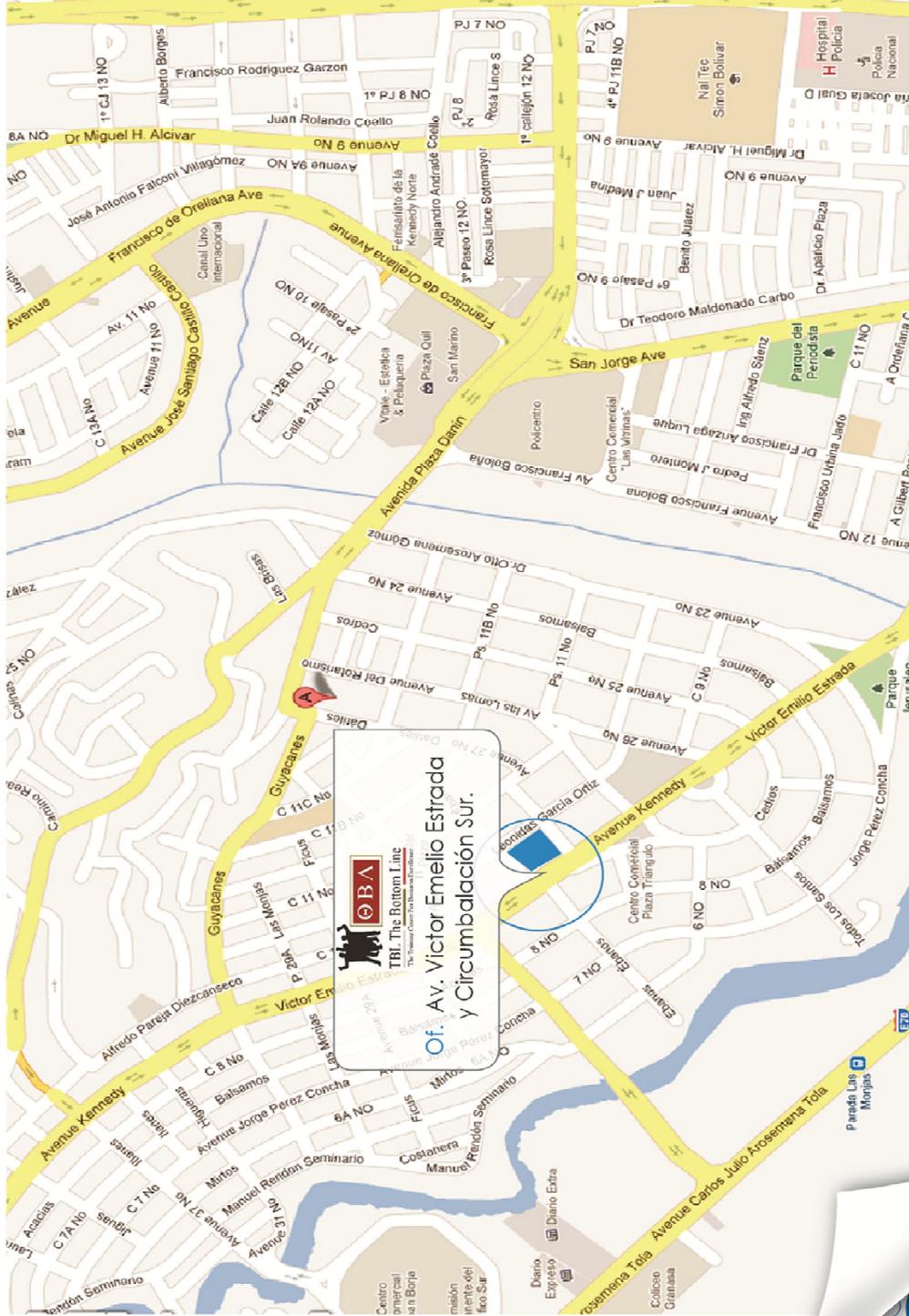
Sus oficinas en Ecuador se encuentran ubicadas en Guayaquil, Quito y en Perú, tienen presencia en Lima.

TBL The Bottom Line es una corporación privada sin fines de lucro creada para mejorar la productividad de las empresas e instituciones del sector privado y público a través de programas y eventos de educación continua bajo estándares internacionales de calidad, los cuales ha venido desarrollando durante diez años en Ecuador y desde hace cuatro años en Perú.

Su oferta de eventos formativos dirigidos a la comunidad de empresas cubre un amplio portfolio de temas sobre gestión, anualmente lanzamos al mercado cerca de 180 eventos entre seminarios, talleres y congresos abiertos al público y cerca de 300 eventos in-company; este esfuerzo nos ha convertido en un referente importante en el ámbito de la educación continua y nos ha permitido llevar la formación a más de 800 unidades productivas en 10 años.

Ubicación Competencia

TOBLES.A.
Disciplinas Motivacionales



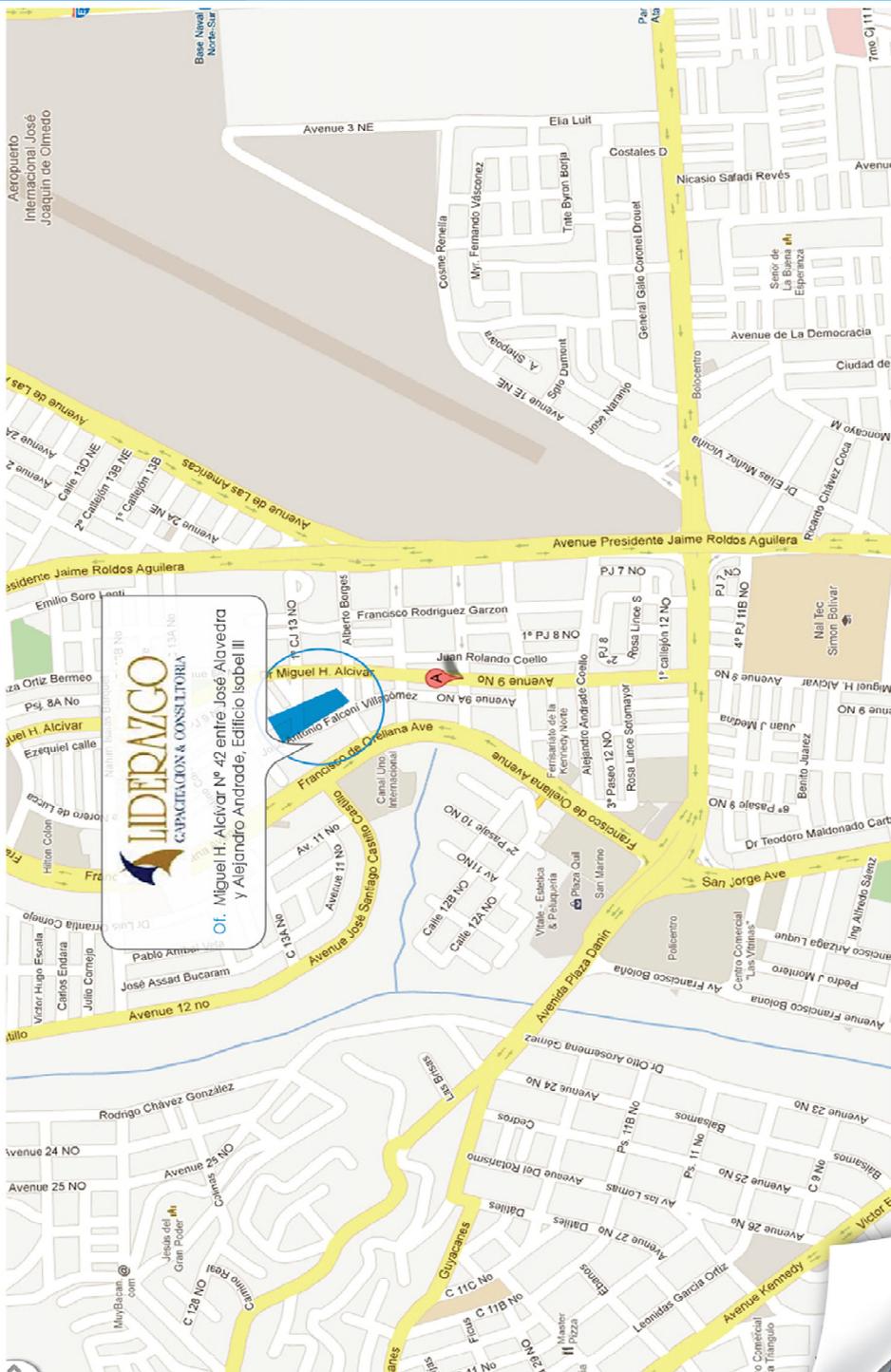
LIDERAZGO CAPACITACIÓN & CONSULTORIA



Sus oficinas se encuentran ubicadas en Guayaquil y Quito. La empresa brinda soluciones de capacitación y entrenamiento a organizaciones y profesionales en sus modalidades Abierta, In Company, Virtual (Internet), así como satisfacer la necesidad de comunicación y organización de eventos.

A través del mejoramiento y búsqueda de la calidad y excelencia en el diseño de programas de capacitación innovadores, ofrece carreras y temáticas de capacitación, alternativas alineadas con las necesidades empresariales, sociales y culturales de empresarios, emprendedores, estudiantes, docentes y público en general.

Ubicación Competencia



ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA (fortalezas y debilidades)

En el mercado existen empresas de reconocida y larga trayectoria en brindar capacitaciones destinadas al mejoramiento del talento humano, seguridad y productividad de la organización, no obstante esta diversidad de productos y servicios relacionados a toda la organización no les permite especializarse en una línea específica.

Basándonos en la trayectoria recopilada de nuestra competencia podemos acotar que son empresas jóvenes que no representan una marcada competencia directa para nuestra empresa.

Nuestra expectativa es a mediano plazo la expansión en las tres ciudades principales del país con miras a los países vecinos.

Podemos destacar que TOBLE S.A. ofrece un valor agregado que la diferencia de su competencia, ofreciendo un servicio que consiste en la medición de los resultados posteriores a las capacitaciones que serán efectuadas a través de un informe que incluirá las posibles alternativas que la empresa requiera basado en dicho análisis.

MATRIZ FODA

<p>Matriz FODA</p>	<p>Fortalezas (F)</p> <ul style="list-style-type: none"> •Talento Humano •Plan de Capacitación •Servicio Diferenciador •Ubicación 	<p>Debilidades (D)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nuevos en el mercado •Fuentes de Financiamiento
<p>Oportunidades (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> •Poca Competencia •Infraestructura •Preferencia y Selección •Aporte Social 	<p>Estrategias (FO)</p> <p>Estandarizar procesos (F1,O3,O2)</p> <p>Brindar soluciones profesionales a los trabajadores de las empresas (F2,F3,F4,O3)</p>	<p>Estrategias (DO)</p> <p>Reconocimiento de nuestro servicio en el mercado de capacitación (O3, O4,D1)</p> <p>Especialidad en Disciplinas Motivacionales</p>
<p>Amenazas (A)</p> <ul style="list-style-type: none"> •Inestabilidad Política •Inflación •Que la competencia “adapte” planes similares •Salarios e Impuestos 	<p>Estrategias (FA)</p> <p>Innovación permanente para evitar que la competencia copie nuestro servicio (F3, A3)</p> <p>No tener precios muy altos para evitar perder clientes por costos (F4, A2, A4)</p>	<p>Estrategias (DA)</p> <p>Estandarizar nuestros procesos con el fin de que siempre se brinde un alto estándar de capacitación y servicio en general (D2, A3)</p>

Cuadro TO-001

PCI

Fortalezas:

Contar con personal altamente capacitado en el ámbito de capacitaciones

Creatividad de personal

Contar con infraestructura y el conocimiento necesario para satisfacer la necesidad corporativa de nuestros clientes

Política de precios

Ofrecer capacitaciones de calidad

Propuesta Innovadora de mercado

Debilidades

Ser una empresa nueva

No contar con la aceptación inicial en similitud a las empresas ya establecidas

Que no haya suficiente dinero para invertir en publicidad y que la gente no conozca nuestro producto

CADENA DE VALOR

SERVICIO INTERNO (SERVUCCIÓN)

Infraestructura de la firma	PRESENCIA LOCAL				
Manejo del RR.HH		Desarrollo de Carrera ofrece un trabajo con sentido Aporte al desarrollo de la empresa	Hace a su personal responsable de la satisfacción de los clientes	Énfasis en el entrenamiento servicio al cliente	
Desarrollo de Tecnología	Trabajo con facilitadores especializados			Servicio y atención de calidad	
Adquisiciones	Materiales a bajo costo				
	Servicio único y atención personalizada	Buen rendimiento con márgenes de errores reducidos	Promociones y Estrategias publicitarias	Óptimo servicio alta atención al cliente	
	Diseño de Logística Interna	Producción y Servicio	Marketing y Ventas	Servicio	

Cuadro TO-002

MATRÍZ DEL COMPETIDOR MÁS RELEVANTE

MATRIZ DEL COMPETIDOR MAS RELEVANTE															
FACTORES CLAVES	CAPACITES			THE EDGE			INTELECTO			THE BOTTOM LINE			LIDERAZGO		
	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1. Servicio al cliente	x			x			X			X			X		
2. Precio		X		X			X			X			X		
3. Calidad del servicio	X			X			X			X				X	
4. Superioridad Tecnológica		X					X			X				X	
5. Relaciones con clientes	X						X			X			X		
6. Fortaleza financiera	X						X			X			X		
7. Efectividad publicitaria		X			X			X			X			X	
8. Sucursales			X	X			X			X			X		
9. Infraestructura		X		X				X		X				X	

Cuadro TO-003

ANÁLISIS

A través de la matriz del competidor más relevante hemos podido comparar factores, niveles de eficiencia, costos, aplicación tecnológica, publicidad, etc., prácticas internas con estándares de proyección externas para tener en consideración y poder tomar referentes para TOBLE S.A.

Dentro de los factores claves que son relevantes para TOBLE S.A. tenemos:

Servicio al cliente, calidad en el servicio y relaciones con los clientes ya que estos marcan el punto de referencia y reconocimiento dentro del mercado a corto y largo plazo.

Destacamos que existen otros factores a un nivel superior que tienen un rol de significativa importancia para nuestra empresa tales como el establecimiento del precio, la fortaleza financiera y la efectividad publicitaria necesaria para el arranque y posicionamiento en el mercado de las capacitaciones.

Se detecto además que existen factores con nivel bajo de categorización entre los cuales mencionados la superioridad tecnológica frente a las empresas de igual rama, la Infraestructura, para lo cual TOBLE S.A comenzará sus funciones con el funcionamiento de una oficina principal en la ciudad de Guayaquil y a largo plazo se analizará la creación de sucursales dentro y fuera del país, sin embargo será tomado como muestra para nuestra estructura empresarial.

Mediante planes de actuación y de mejora continua, se han identificado oportunidades de innovación, tomados de la matriz y su análisis.

Las empresas que muestran una clara posición de liderazgo, niveles de excelencia y resultados de rentabilidad deseados, se convertirían en referentes a seguir para TOBLE S.A.

PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS (POAM).

Cuadro TO-004

	OPORTUNIDADES			AMENAZAS			IMPACTO		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
ECONÓMICOS									
-Apertura económica		X					X		
-Ley de mercado de valores	X								X
-Ley de entidades financieras					X		X		
-Renegociación deuda externa	X						X		
-Modelo Neo Liberal				X				X	
-Integración Andina	X						X		
-Preferencias arancelarias	X						X		
-Estabilidad cambiaria		X					X		
-Estabilidad monetaria				X				X	
-Política laboral	X						X		
-Creación de nuevos impuestos				X			X		
-Exoneración de impuestos	X						X		
POLÍTICOS									
-Aspecto político				X			X		
-Inestabilidad Institucional				X			X		
SOCIALES									
-Inestabilidad laboral	X						X		
-Crecimiento de la población	X						X		
TECNOLÓGICO									
-Acceso a la tecnología									
-Globalización de la información	X						X		
-Velocidad en el desarrollo tecnológico	X			X			X		X
-Resistencia a los cambios tecnológicos				X			X		
COMPETITIVOS									
-Alianzas estratégicas		X					X		
-Rotación de talento humano						X			X
-Nuevos competidores				X					X
GEOGRÁFICOS									
-Micro climas	X						X		
-Virus				X			X		

ANÁLISIS

La inestabilidad económica es alta, debido a que es provocada por las decisiones que ha tomado últimamente el primer mandatario, las relaciones comerciales con otros países como EE.UU. y Colombia no han mejorado, por ende se verá afectada las relaciones económicas, comerciales del país, Si nos encontramos en un periodo de recesión esto atraerá un decrecimiento sustancial en las ventas.

Y con un impacto medio ya que la economía ecuatoriana en los últimos años ha tenido un crecimiento y reactivación considerable debido sobre todo a la dolarización.

La inflación de 5,14% proyectado, es una amenaza alta debido a que si existe un aumento constante de los precios de los productos, no se podrán mantener los precios a un nivel satisfactorio para nuestros clientes. Y con un impacto medio ya que en la actualidad nuestro país a mostrado una pequeña mejoría debido a la dolarización, ya que la inflación que es nuestra máxima preocupación se ha mantenido estable en estos 3 últimos años, el sistema monetario ha ayudado a que los precios de la mayoría de los productos se estabilicen.

Respecto a los salarios, es una amenaza media debido a que no afecta directamente el poder adquisitivo de los trabajadores, el valor de la capacitación es cubierto por la empresa.

Estilo de vida es una oportunidad alta ya que va dirigido a todas las personas de la empresa. Y con un impacto alto ya que existe una gran demanda de personas interesadas en recibir capacitación que les permita desenvolverse mejor en sus puestos de trabajo.

Ubicación es una oportunidad alta con un impacto alto ya que estamos ubicados en un sector estratégico, esto atraerá fácilmente a nuestros potenciales clientes.

Referente al clima es una oportunidad alta y con un impacto alto ya que al brindar un buen servicio, atenderá las exigencias particulares de cada uno de las empresas, nos ayudara hacer más competitivos.

Distribución Horario para Capacitación Outdoor

PROGRAMA DEL DIA-OUTDOOR TRAINING – 2 GRUPOS DE 50
Enfasis Trabajo en Equipo – Identidad y Compromiso 8 horas 100 personas

HORARIO	ACTIVIDAD	FINALIDAD
9:00	BIENVENIDA. REGISTRO E INTRODUCCION	Presentación de TOBLE S.A. – Presentación de RSA – Palabras de Instructores – Entrega de la camisetas -
9:40	Sesión: 1 Introducción al trabajo en equipo	
	Actividad Visión Compartida.	TRIANGULO DEL TRABAJO EN EQUIPO: Comprender los factores básicos que caracterizan el trabajo en equipo. Identificar las características propias/cultura del equipo de trabajo. Se incluye una motivación introductoria que enfoca el tema de actitud y gratitud hacia la empresa.
10:10	Actividad Grupal	TUNEL HUMANO: integración de los 2 grupos.
	Sesión 2: Desarrollo de destrezas para el trabajo en equipo.	
10:30	Proyecto Malla Eléctrica.	CONFIANZA: Estimular el sentido de valoración y compromiso del aporte individual a un proyecto en común. Identificar acciones que refuerzan los lazos de confianza entre los colaboradores.
11:05	Proyecto Puente en Construcción	COMUNICACIÓN: Desarrollar las destrezas que faciliten la valoración del aporte individual, la organización clara de ideas, la toma de decisiones y la creación de soluciones conjuntas como equipo de trabajo.
11:40	Proyecto Sinergia.	COMPLEMENTARIEDAD: Reconocer los distintos factores que influyen en un producto/servicio en el mercado. Desarrollar destrezas como equipo de trabajo para manejar efectivamente estos factores.
12:30-13:30	ALMUERZO	
13:30	Proyecto Tubería Sin Fin	ESTRUCTURA: Comprender y definir los principios de organización del recurso humano del equipo que maximizan la funcionalidad conjunta.
14:05	Proyecto TEAM	COORDINACION: Reforzar los aspectos básicos del trabajo en equipo que permiten actuar en forma organizada. Identificar una estructura, plan de acción, roles y tiempos para completar una tarea en equipo.
14:40	Proyecto Espiral	MISION & VISION: Desarrollar la razón de ser como equipo/empresa y desarrollar un sentido de pertenencia con la misma.
16:05 - 16:30	Sesión 3: Trabajo sobre lo identificado y complementación de aprendizajes.	
	Manos a la Obra.	Identificar aspectos que dificultan/amenazan al equipo de trabajo en su contexto. Establecer acciones concretas para contrarrestar los aspectos mencionados en la etapa anterior.
16:05 - 16:30	Sesión 3: Trabajo sobre lo identificado y complementación de aprendizajes.	
	Manos a la Obra.	Identificar aspectos que dificultan/amenazan al equipo de trabajo en su contexto. Establecer acciones concretas para contrarrestar los aspectos mencionados en la etapa anterior.

CONVENIO SERVICIOS DE CAPACITACIÓN

CONVENIO DE SERVICIO DE CAPACITACIÓN

Entre TOBLE S.A., domiciliada en la ciudad de Guayaquil, representada por su Director General Tnigo. Christian Torres Becerra y la empresa _____, representada por _____, establecen el convenio de servicios de capacitación de acuerdo a las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTES:

1. (Descripción de la empresa)

_____, interesada por mejorar el desempeño y la calidad de sus colaboradores a través de un programa de capacitación que será llevado a cabo por TOBLE S.A.

2. TOBLE S.A. es una empresa especializada en capacitaciones motivacionales cuyo objeto es brindar programas de capacitación, actualización y consultorías que contribuyan al desarrollo de personas y que sean instrumentos de mejoramiento de la calidad y productividad de las empresas y el desarrollo socio-económico del país.

SEGUNDA: OBJETO DEL ACUERDO:

TOBLE S.A. impartirá al personal de (Nombre de la empresa) _____, un programa de Capacitación de Outdoor Training (Trabajo en Equipo) Modalidad Cuerdas Bajas a ser establecidos y acordados por ambas partes.

TERCERA: DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LAS PARTES:

1. EMPRESA:

- Se encargará del transporte del personal al lugar del evento en el horario acordado.
- Se encargara de la contratación y el pago del local seleccionado.
- Cancelará el valor que le corresponde de la capacitación
- Proporcionara la comida el día de la capacitación para participantes
- Proporcionara los puntos de hidratación para los participantes e instructores.

2. TOBLE S.A.:

- Brindar la capacitación del programa definido en conjunto.
- Validar contenidos, metodología y material didáctico.
- Proporcionar las herramientas y estaciones para la capacitación.
- Selección y validación de instructores.
- Entregar al cliente un informe de dicha capacitación después de 15 días de ser dictado el mismo.

CUARTA: DE LA ADMINISTRACIÓN DEL PROGRAMA:

TOBLE S.A., será responsable de administrar las relaciones académicas, facturación, recaudo, pago de honorarios a instructores.

QUINTA: DEL MATERIAL DIDÁCTICO:

El material didáctico que se utilice será proporcionado por TOBLE S.A..

SEXTA: DEL LÍMITE DE PERSONAS POR GRUPO

Los grupos a capacitarse serán (Indicar el número de equipos) ____, estarán conformados por un máximo de (Indicar la cantidad)_____ personas por grupo, y cada grupo tendrá su instructor.

SEPTIMA: DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL:

TOBLE S.A. se reserva los derechos de la propiedad intelectual del programa y herramientas que hubieren sido creados durante el desarrollo del programa.

El programa y demás herramientas no podrán ser reproducidos, copiados, ni utilizados sin previa autorización escrita de TOBLE S.A.

OCTAVA: DURACIÓN:

El presente convenio se firma por (Indicar cantidad de horas) _____ horas de capacitación el (Indicar la fecha)_____.

NOVENA: DE LA FORMA PAGO

(Nombre de la empresa)_____ se compromete a pagar (Cantidad en número) _____ a TOBLE S.A. después del término de la misma.

Si la empresa no cancela el valor dentro del plazo que exige la Secretaria Técnica de Capacitación y Formación Profesional (SETEC), la empresa deberá cancelar el total de la capacitación.

DECIMA: DE LA TERMINACION DEL CONTRATO

Este contrato podrá ser terminado por mutuo acuerdo.

En caso de terminación unilateral del contrato sin previo aviso y sin mutuo acuerdo se fijara una multa por el 30% del valor del contrato para cubrir los gastos en los que TOBLE S.A. haya incurrido.

En la ciudad de Guayaquil, (Especificar fecha) _____

Es conforme,

(Nombre de La empresa)_____

TOBLE S.A.

(Nombre del representante Legal)
Representante Legal

Tnlgo. Christian Torres Becerra
Director General

Políticas de Facturación

TOBLE S.A. facturará toda orden de capacitación ingresada a nuestras oficinas posteriormente serán enviadas a nuestros clientes.

Nuestros clientes pueden solicitar el envío de la factura al e-mail que se registra en la papelería de TOBLE S.A. Todo se hará bajo estricta petición del cliente. De no tener ninguna instrucción nuestra empresa procederá a procesar la orden inicial.

Nota.- No se realizará cambios en los datos de las facturas, sean en fechas, remitentes o remitidos bajo ningún concepto.

Políticas del Producto

Debido a la naturaleza del servicio, puede suceder que a causa de la temporada del año o de algún fenómeno meteorológico, no se encuentre en condiciones adecuadas las instalaciones de campo para nuestra jornada de trabajo. En caso de presentarse esta situación, seleccionaremos las instalaciones más apropiadas que nos permitan de igual forma realizar nuestra inducción.

Políticas de Reclamo

Para TOBLE S.A. es muy importante el control de la calidad de sus capacitaciones. En caso de que el cliente manifieste una insatisfacción con la jornada de trabajo, el reclamo debe ser realizado durante las siguientes 24 horas, telefónicamente y por escrito, TOBLE S.A. verificará los acuerdos en el contrato, convocará inmediatamente a las ejecutivas con la finalidad de analizar lo ocurrido, si el reclamo se encuentra dentro del tiempo estipulado y con las debidas razones, se realizará la reposición del servicio más no la devolución del dinero, en caso de que el cliente no desee la reposición en ese momento, de realizar una nota de crédito que podrá ser utilizada en el momento que el cliente lo requiera.

Políticas de Privacidad

La información respecto a pedidos, clientes, tipos de pago, fechas, horas y oferta personaliza, se manejan bajo una estricta política de confidencialidad; por lo que a excepción del cliente, no proporcionamos ningún tipo de información a persona alguna.

BENCHMARKING

PLANEACIÓN DEL BENCHMARKING

1.- TIPO DE NEGOCIO.

La empresa TOBLE S.A. ofertará un tipo de negocio intangible, es decir la venta de un bien no físico, que consiste en brindar a las empresas capacitación, asesoría y otros servicios en el área de disciplinas motivacionales con la finalidad de mejorar la calidad y la productividad en sus respectivas organizaciones

Nuestra labor se sustenta en los principios de servicio, competitividad, honestidad, lealtad y ética profesional.

Brindaremos además soluciones a las problemáticas generadas por la desatención al talento humano en las organizaciones.

Encaminaremos la productividad de su empresa u organización haciendo nuestros sus objetivos.

Los potenciales clientes serán empresas regionales y nacionales.

Deseamos convertirnos en su herramienta de crecimiento profesional y le brindaremos una gama de programas ajustados a sus necesidades individuales o empresariales.

ESTRATEGIAS PRINCIPIOS VALORES Y OBJETIVOS

TOBLE S.A. se compromete a respetar los siguientes principios y valores en todas las ciudades donde se encuentre presente, teniendo en cuenta la legislación local, además de las tradiciones culturales y prácticas religiosas:

Compromiso y cumplimiento con las propuestas ofrecidas

TOBLE S.A. está comprometida hacia el cumplimiento total de todas las leyes y regulaciones correspondientes. El apego al cumplimiento y a los estándares éticos es parte de los criterios de evaluación del rendimiento laboral para todo el personal de TOBLE S.A.

No cumplir con estos requerimientos se considera seriamente y someterá a las personas a una acción disciplinaria, de hasta e incluso el despido. TOBLE S.A. y sus instalaciones han desarrollado políticas y procedimientos que describen cómo se deben llevar a cabo las responsabilidades y obligaciones del personal de. Es necesario que el personal de TOBLE S.A. conozca, comprenda y obedezca las políticas y procedimientos que aplican a su trabajo y que busque aclarar cualquier duda con su jefe inmediato, si las hay.

Respeto con quienes interactuamos.

Los colaboradores de TOBLE S.A. tendrán como valor primordial el respeto por sus compañeros y a los demás, independientemente de su color de piel, de sus rasgos, de cómo es su cabello, si es chino, árabe o indígena, si habla otro idioma, y a respetar su cultura y sus tradiciones.

TOBLE S.A. manifiesta que la diversidad nos trae riquezas de informaciones y de experiencias. Que podemos aprender mucho con las diferencias. En lugar de criticarlas, debemos aprender con ellas y darles su valor.

Esa es una tarea importante principalmente en los actuales momentos en que cada día son más las familias que emigran de un lugar a otro.

Ética profesional en todo momento.

Para TOBLE S.A. lo ético comprende la intención de actuar en todo momento con transparencia en sus relaciones empresariales; como dice Rinnov Kan, sin valores sólidos estamos coqueteando con el desastre.

Con valores sólidos podemos enfrentar a los mercados internacionales; en otras palabras, con la ética corporativa de TOBLE S.A. se pueden lograr ventajas competitivas tales como atraer clientes y personal calificado, y se pueden desterrar prácticas corruptas que perjudican el valor y la economía de la empresa y del país.

Confidencialidad.

En TOBLE S.A. somos especialmente conscientes de la discreción que debe rodear cualquier proceso de valoración dentro de la empresa que implique una contratación de nuestros servicios o negociación con clientes.

Por ello, la privacidad y confidencialidad de toda la documentación y datos de clientes que tratamos para la realización de nuestras valoraciones es una absoluta prioridad en TOBLE S.A.

Siguiendo esta filosofía, todos nuestros colaboradores registrados recibirán un texto de Acuerdo de Confidencialidad firmado por el director en el momento de su registro

Comunicación permanente.

TOBLE S.A. estimula la comunicación abierta sin temor a represalias. Esto facilita nuestra capacidad de identificar y responder a los problemas de cumplimiento. Si tiene alguna duda o inquietud con relación al cumplimiento de las normas organizacionales, o cualquier aspecto del programa de cumplimiento, incluyendo las políticas o procedimientos de cumplimiento, el personal deberá buscar una aclaración inmediata de su jefe inmediato, también podrá llamar o establecer una entrevista con el director general, o reportar por medio de correo electrónico *director@toblesa.com*

Excelencia y calidad en nuestros servicios para el talento humano

TOBLE S.A. fundamenta su excelencia y calidad en nuestros servicios para el talento humano en brindar un valor agregado y exceder los objetivos solicitados, las expectativas funcionales y organizativas y el perfeccionamiento de los servicios.

Seguridad corporativa.

MISIÓN

Ser una empresa proveedora y facilitadora de servicios innovadores y soluciones de apoyo en capacitación al talento humano de las organizaciones para toda la comunidad laboral de la región y el país.

VISION

Deseamos ser una empresa de cobertura nacional y líder en la entrega de servicios de capacitación en el área de disciplinas motivacionales, capaces de satisfacer plenamente las necesidades de nuestros clientes en un 90% y lograr en 5 años la meta de convertirnos en la primera opción de capacitación en disciplinas motivacionales.

OBJETIVOS

Ser una empresa reconocida en el mercado regional y/o nacional en ofrecer capacitación al talento humano de diversas áreas en disciplinas motivacionales.

- 1.- Recuperar el 100% del capital invertido en dicho negocio en 18 meses.
- 2.- Obtener una rentabilidad del 40% mensual para mantener el negocio.
- 3.- Mantener el 90% de satisfacción del cliente, proyectado al 100%
- 4.- Ofrecer productos y servicios de calidad para ser reconocidos, tener éxito y crecer a futuro

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Entregar servicios de capacitación y asistencia corporativa al talento humano de las empresas.
- Satisfacer las necesidades de entrenamiento al personal de las empresas regionales y del país.
- Entregar conocimiento y soluciones prácticas a problemáticas generadas en los lugares de trabajo.
- Incrementar el patrimonio y ganancias de las organizaciones mediante el desarrollo del trabajo en equipo de sus colaboradores.
- Lograr un desempeño eficiente a través de un trabajo en equipo y multidisciplinario.

PLAN DE MARKETING

PRODUCTOS

Nosotros vamos a ofrecer un servicio destinado a las empresas preocupadas por el talento humano y la motivación de su personal, de esta forma se logrará alcanzar con éxito los objetivos de la empresa. El talento humano es el activo más importante de las organizaciones, por lo que la motivación y la fidelidad son fundamentales para la misma.

Nuestras capacitaciones tendrán 2 categorías y nuestro cliente tendrá la posibilidad de decidir realizarlas en sus propias instalaciones, en exteriores o en las oficinas de TOBLE S.A.

- 1 CAMPOS GRUPALES (Outdoor Training)
- 2 CAPACITACIONES GENERALES
 - 2.1 CAPACITACIONES CORTAS
 - 2.2 CAPACITACIONES MEDIAS

CAMPOS GRUPALES (Outdoor Training)

En esta categoría ofertamos un ciclo de las actividades del Outdoor Training que están basadas en el aprendizaje vivencial el que consta de 5 etapas claramente definidas, basadas en el proceso inductivo:

1. EXPERIENCIA

Aquí se genera la información al desarrollarse la fase del juego o ejercicio en sí. Desarrolla el aprendizaje inductivo, es decir aprender haciendo y descubriendo, pudiendo hacerse a través de grupos, triadas, etc.

2. COMPARTIENDO

Se procede a informar acerca de la experiencia de cada individuo en términos de su aprendizaje intra e interpersonal (afectivo) y cognitivo.

Se pueden llevar a cabo algunos métodos para compartir información:

Discusión abierta y libre

Ejercicios de "adivina quién", analizando los roles ejercidos por cada uno de los participantes.

Evaluación de la productividad, satisfacción, liderazgo, comunicación, etc.

Entrevista por parejas o subgrupos.

3. INTERPRETANDO

Es considerada la fase más crítica de todas al efectuar un análisis sistemático de la experiencia compartida, tratar de lo que realmente pasó dentro del grupo, el comportamiento individual y colectivo y el efecto de éste sobre sus miembros.

4. AMPLIANDO

Los participantes analizarán el ¿Y qué? Y el ¿Para qué?, enfocándose en su vida personal y laboral, similares a las actividades realizadas, extrayendo información que será útil para su quehacer diario.

Esta es la fase que le da sentido a este programa y que de no ser tratado adecuadamente y con la profundidad del caso, resultaría un aprendizaje superficial.

5. APLICANDO

Aquí se refleja el propósito en sí. La pregunta clave es ¿Ahora qué?. El facilitador ayudará a que los participantes apliquen lo aprendido a situaciones reales, en términos de su comportamiento futuro.

Las técnicas más usadas para lograr este propósito son:

Las escogidas, analizando situaciones de la vida diaria.

Compromisos a nivel personal y grupal.

Fijación de metas a corto y mediano plazo.

MATRIZ DE ELECCION DE ACTIVIDADES QUE SE TIENE EN CUENTA

Es importante considerar algunos puntos importantes de las organizaciones y su personal para poder elegir el tipo de actividades adecuadas.

NIVEL DE EVOLUCION.- Es el tiempo que ha trabajado en conjunto el equipo dentro de la organización, medido en años de interacción:

- a. Grupo abierto o nuevo: Personal que lleva menos de 1 año dentro del grupo, es decir que acaban de conocerse o apenas se han visto dentro de la organización.
- b. Grupo de madurez media: Personal que lleva 1 a 3 años interactuando, compartiendo información y responsabilidades.
- c. Grupo de madurez alta: Son miembros de la organización con más de 3 años con historia de interacción y participación conjunta.

TAMAÑO DEL GRUPO PARTICIPANTE.- Es el número de personas que participan dentro de este proceso de trabajo en equipo:

Pequeño: Grupo de 3 a 15 personas que podrán ser manejadas por 1 facilitador.

Mediano: Grupo de 16 a 25 personas, manejable aun por 1 facilitador pero con un personal auxiliar que apoye a nivel logístico.

Grande: Grupo de 26 a 35 personas que requieren necesariamente de 2 facilitadores paralelos, bien para dividir el grupo en dos o trabajar en conjunto.

Gigante: Grupo mayor a 35 personas, siendo adecuado no mayor a 50 personas, manejado por 2 facilitadores y un auxiliar en logística.

NIVEL DE DIFICULTAD.- Es el nivel de exigencia y rigor de la actividad para con los miembros del equipo, relacionada a las capacidades emocionales y personales del grupo. Este de determina a partir del diagnóstico grupal.

Nivel 0: Ejercicios de sensibilización hacia la problemática de vida y trabajo en equipo.

Nivel 1: Son ejercicios de fortalecimiento de los grupos y potenciales equipos.

Nivel 2: Son adecuados para el empoderamiento de los equipos.

Nivel 3: Son ejercicios que facilitan el rediseño de los equipos.

LOS MATERIALES.- Se manejan 2 tipos de materiales como son los de instalación permanente que se convierte en un laberinto cuyos aditivos no revisten de mayor complicación y los materiales transitorios que apoyan. Además se emplean materiales de seguridad y auto cuidado.

TIEMPO.- Las pruebas están diseñadas para ser resueltas en un rango promedio de treinta minutos, bajo el criterio de acumular aprendizajes.

Señores empresarios, no desperdiciemos la oportunidad de vivenciar este tipo de actividades conjuntamente con sus trabajadores, ¡apuesten a GANAR-GANAR!.

CAPACITACIONES GENERALES

PROGRAMA DE CAPACITACIÓN

En esta categoría ofertamos programas de capacitaciones generales, basados en la premisa de que la capacitación al talento humano es una de las formas de mejorar la productividad y el desarrollo de las organizaciones, mejora también la atención a clientes, evitar errores costosos, mantener a la empresa en un nivel competitivo y, por supuesto, aumentar las ganancias de la misma.

TOBLE S.A. representa una herramienta para quienes desean diseñar programas de capacitación, con el propósito de resolver algunos de los problemas ya expuestos.

Es una alternativa especializada para que un curso presencial permita efectivamente que los participantes obtengan el beneficio que ellos mismos y la empresa desean.

Dividiremos el proceso de capacitación en tres etapas para su mejor comprensión:

ANÁLISIS DE NECESIDADES.

En esta etapa debemos justificar el curso o capacitación. Es la etapa de detección de necesidades mediante el análisis de las tareas y responsabilidades de los empleados y las limitantes o carencias que les impiden el buen desempeño de sus labores, y que mediante programas de capacitación ofertados por TOBLE S.A. pueden mejorar o solucionarse completamente.

Un sondeo con los jefes inmediatos y los mismos empleados dará las respuestas a estas necesidades, al cuestionarles directamente las posibles causas por las cuales tienen dificultades o accidentes al realizar sus labores.

INFORMACIÓN DE PRIMERA FUENTE

¿Cómo logramos obtener la información más apegada a la realidad?

Hablemos con jefes y empleados: 1.- Explicaremos la iniciativa de un programa de capacitación 2.- Se les motivar a participar activamente en beneficio de su departamento 3.- Se solicita que proporcionen la mayor información posible

En este punto se les pedirá que respondan a preguntas como las siguientes:

¿Qué es lo que el empleado hace actualmente que no debe hacer? ¿Qué debería hacer y cómo lo debería hacer? ¿Qué se espera que pueda realizar después del periodo de capacitación? ¿Qué conocimientos, manejo de instrumentos, maquinaria o herramientas, considera que deben incluirse en el contenido de la capacitación? ¿Cómo puede facilitar la empresa el desarrollo de los nuevos conocimientos adquiridos de los empleados para su trabajo? ¿En qué manera se dará seguimiento después de la capacitación para detectar la mejora real en las labores del empleado?

Segunda Etapa: Diseño de Programas de Capacitación

Basados en la información obtenida podemos comenzar el diseño del programa de capacitación. El diseñador del programa de capacitación debe estar en contacto directo con la persona o personas con los conocimientos apropiados para transmitir a los empleados para que de esta manera se obtenga un programa de capacitación bien estructurado y que a la vez contenga la información adecuada.

Durante esta etapa se deben definir los objetivos generales y particulares del curso.

Objetivos Generales: Que se desea o necesita que los empleados puedan realizar al terminar el curso.

Por ejemplo, al terminar un curso de Internet se espera que los empleados puedan navegar en una computadora.

Objetivos Particulares: Que se espera que el empleado pueda hacer en específico.

Para el mismo ejemplo del curso en Internet se espera que sepa cómo conectarse, cómo realizar búsquedas, cómo imprimir la información, etc.

Planteamiento de los objetivos

Para conocer el objetivo general, éste debe iniciarse de la siguiente manera:

“Al final del curso los empleados deberán ser capaces de...” -... poder escribir sus reportes en WORD. -... manejar la maquinaria. -... realizar llamadas telefónicas de ventas.

En el caso de los objetivos particulares se plantea así:

Los empleados deben ser capaces de seguir los pasos necesarios para inicializar la máquina XYZ, darle mantenimiento preventivo y correctivo y conocer el procedimiento para solicitar piezas de reemplazo.

Si al dar seguimiento se observa que no pueden realizar alguno de estos objetivos, entonces el programa de capacitación debe reajustarse hasta que se cumplan todos los objetivos.

CONTENIDO DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN

Los objetivos bien planteados nos permitirán desarrollar los temas y unidades que deben tener.

Ejemplificación;

Capacitaciones Generales: Gerencia de ventas:

Tema 1 I. Introducción a las ventas II. ¿Qué es vender? III. El cliente. El comportamiento del consumidor Tema 2 I. Características del vendedor II. Psicología del vendedor Tema 3 I. Persuasión II. Negociación III. Gestión del tiempo Tema 4 I. Técnicas de venta II. Preparación de la entrevista de ventas III. La entrevista de ventas IV. Seguimiento y control de clientes V. Actitudes negativas en la venta ¿Cómo superarlas? El formato en que se presenta un curso con lo cual quedan claros los objetivos e información adicional que debe llevar un buen programa de capacitación es el siguiente:

.PRESENTACION DE UN CURSO • Código de curso • Nombre de curso • Requisitos (en caso de existir) • Objetivo General • Objetivos Particulares (puede ser el Contenido) • A quien está dirigido el curso • Duración • Lugar (Presencial/En línea) • Nombre del Instructor • Costo • Comentarios

Tercera Etapa: Seguimiento Es imprescindible realizar una labor de evaluación del programa de capacitación para realizar los ajustes y mejoras necesarios debidos a diversas circunstancias. Entre los temas que se tocan en esta etapa están el incluir, ampliar o eliminar temas o unidades; evaluación del instructor, lugar del curso y metodología; contar con elementos que permitan una mejor difusión de la información como proyectores, pizarrones, computadoras, etc. En resumen, todo programa de capacitación debe apearse a

un análisis detallado de necesidades reales de la empresa y sus empleados. El análisis debe realizarse con la colaboración de los involucrados directa e indirectamente como los mismos empleados y sus jefes que conocen de primera mano la situación laboral. La elaboración detallada de objetivos permitirá un mejor aprovechamiento del curso y el seguimiento para verificar que se hayan alcanzado los objetivos previamente establecidos servirá para ajustar y mejorar posteriores programas de capacitación.

COMERCIALIZACIÓN

ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

El Marketing para TOBLE S.A., está orientada hacia el cliente y sus necesidades, es el conjunto de actividades humanas dirigidas a facilitar y realizar intercambios.

Variables del Marketing Mix:

Considera que existen 4 variables (las 4 P)

- Servicio:

Brindar capacitación al talento humano en el área de disciplinas motivacionales para mejorar la calidad y productividad en las organizaciones

- Precio:

Nuestros precios se proyectan en función de la necesidad que tiene la empresa.

- Promoción:

Nuestras promociones y paquetes en tres categorías: mínimo, medio y VIP

- Plaza

Empresas y Organizaciones de la ciudad de Guayaquil

ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACION

La medida de una estrategia de comercialización no es el dinero recibido por los clientes, sino de obtener nuevos clientes que se unen a nosotros según nuestro mercado contemplado.

La gestión estratégica de comercialización es un proceso que permite ser proactivos en vez de reactivos, éste se puede describir como un enfoque objetivo y sistemático para la toma de decisiones, compuesto por tres etapas fundamentales: formulación, implementación y control de estrategias.

Para comprender mejor el papel que deben jugar las estrategias de comercialización dentro de TOBLE S.A., se hace necesario un análisis de la misión y los objetivos de la empresa.

Los pasos subsiguientes para la formulación de las estrategias comerciales se deben concentrar en el logro del objetivo supremo de TOBLE S.A.

5 FUERZAS DE PORTER

Existen cinco fuerzas que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de TOBLE S.A. Nuestra finalidad es evaluar sus objetivos y recursos frente a éstas cinco fuerzas que rigen la competencia industrial:

AMENAZA DE ENTRADA DE NUEVOS COMPETIDORES

TOBLE S.A., enfrentará en un porcentaje reducido el ingreso de nuevas empresas, denominada competencia, que brinden servicios de capacitación especializándose en el área de disciplinas motivacionales.

No obstante, conscientes de nuestros competidores existentes e incursión de nuevas empresas, tendremos en consideración los siguientes factores:

Si proliferan empresas que brinden similares servicios provocará una bajada en la rentabilidad ya que por un lado ayudará a bajar los precios y por otro provocará un aumento en los costes ya que si la empresa desea mantener o aumentar su cuota de mercado deberá realizar gastos adicionales (campañas publicitarias, mejora de red de transportes...)

La amenaza de entrada de nuevos competidores depende de:

1. Barreras para la entrada como la necesidad de grandes inversiones, la ventaja en costes de las empresas ya instaladas, mayor experiencia en el sector...
2. Dificultad en el acceso a canales de distribución, el know-how, la diferenciación del producto...
3. Reacción esperada referida a la reacción de las nuevas empresas que tengan las ya instaladas.

El mercado o el segmento no es atractivo dependiendo de si las barreras de entrada son fáciles o no de franquear por nuevos participantes que puedan llegar con nuevos recursos y capacidades para apoderarse de una porción del mercado.

LA RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES

Para TOBLE S.A., el poder enfrentar a sus competidores ya posicionados no será tarea complicada, debido a la ventaja diferenciadora en especialización de capacitación.

Existen otro tipo de competidores que están muy bien establecidos, capacitaciones empresariales genéricas, sus costos fijos son altos pues constantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos.

PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES

Nuestro segmento de mercado enfrentará una ventaja alta con los proveedores, la situación será muy bien manejada debido a que los insumos que suministran a TOBLE S.A. son de fácil adquisición y ubicación tales como útiles de oficina y artículos para trabajos manuales en general.

PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS COMPRADORES

Nuestro mercado será atractivo debido a que nuestros clientes tendrán una alternativa especializada en capacitaciones motivacionales, cubriendo de esta forma una brecha considerable de satisfacción y productividad del talento humano en las organizaciones.

Nuestro servicio de capacitación mantiene ventajas, el costo para nuestros clientes estará basado en un análisis particular por estudio de caso, es decir, mantendremos un costo variable dependiendo la cantidad de colaboradores que tiene la empresa.

Nuestros compradores mantendrán un nivel de exigencia alto, por tal razón TOBLE S.A. buscará permanentemente la calidad en el servicio para brindar soluciones y satisfacción a las organizaciones que contraten sus servicios.

AMENAZA DE INGRESO DE PRODUCTOS SUSTITUTOS

TOBLE S.A. enfrentará un mercado o segmento de mercado bajo en productos sustitutos reales o potenciales debido a la falta de especialización en las organizaciones existentes, nuestro enfoque empresarial “Disciplinas Motivacionales” permite tener el nivel alto de ventaja frente a las alternativas a la vista.



Para éste tipo de modelo tradicional, la defensa consistía en construir barreras de entrada alrededor de una fortaleza que tuviera la corporación y que le permitiera, mediante la protección que le daba ésta ventaja competitiva, obtener utilidades que luego podía utilizar en investigación y desarrollo.

BARRERAS DE ENTRADA

ECONOMÍAS DE ESCALA

En esta barrera TOBLE S.A., enfrenta un alto volumen de aceptación en el mercado que le permitirá presentar a los compradores costos variables bajos, dificultando a los competidores su ingreso con servicios sustitutos y precios bajos, no obstante la caída de las barreras geográficas y la reducción del ciclo de vida de los productos servicios, nos obliga a evaluar si la búsqueda de economías de escala en mercados locales nos resta flexibilidad y nos hace vulnerables frente a competidores más ágiles con mas permanencia en el mercado que operan globalmente.

DIFERENCIACIÓN DEL PRODUCTO

Una barrera con un alto nivel de diferenciación ya que desde su penetración en el mercado oferta ventaja especializada.

TOBLE S.A. se hará conocer mediante estrategias comerciales que le permitirán posicionarse en un período no superior a dos años

Nuestros clientes tendrán un nivel de satisfacción alto por la metodología de capacitación ofrecida, razón por la cual manifestamos que la especialidad en “Disciplinas Motivacionales” será nuestra mayor ventaja diferenciadora.

INVERSIONES DE CAPITAL

TOBLE S.A. considera que tiene recursos financieros necesarios para posicionarse frente a competidores sustitutos más pequeños o grandes, de tal forma que le permitirá sobrevivir más tiempo que éstos en una guerra de desgaste, invertir en activos que otras compañías no pueden hacer no será necesario al menos durante los 5 primeros años.

Se tiene previsto dentro de la fuerza financiera, alianzas o recurrir a estrategias de nichos.

DESVENTAJA EN COSTOS INDEPENDIENTEMENTE DE LA ESCALA

Al momento de utilizar ésta barrera TOBLE S.A. pondrá en marcha su ventaja en costos diferenciados debido a la especialidad dentro del mercado de servicios de capacitación de tal forma que la inversión en campañas promocionales, en el rediseño futuro del servicios y productos para evitar el ingreso de sustitutos o en nueva tecnología para evitar que la competencia cree un nicho, será oportuno.

POLÍTICA GUBERNAMENTAL

Las políticas gubernamentales pueden limitar o hasta impedir la entrada de nuevos competidores expidiendo leyes, normas y requisitos.

La tendencia es a la desregularización, a la eliminación de subsidios y de barreras arancelarias, a concertar con los potenciales clientes y en general a navegar en un mismo océano económico donde los mercados financieros y los productos están cada vez más entrelazados.

TOBLE S.A. ofrecerá alternativas que permitan abaratar costos en las contrataciones de capacitaciones, tal es el caso de la SETEC (Secretaría Técnica de Capacitación Profesional)

PRODUCTOS SUSTITUTOS

El mercado donde vamos a competir también nos encontramos con muchas empresas que ofrecen servicios sustitutos como

SLEM S.A.:

Empresa con quince años de experiencia en el mercado local, posee oficinas fuera del país a través de alianzas obtenidas con empresas de servicios afines. Entre sus servicios están los portuarios, de seguridad industrial, y capacitaciones en líneas técnicas.

CAPACITACIONES REPLICAS:

Son aquellas inducciones dictadas por miembros de la propia empresa, sometidas a través de un reclutamiento interno en algunos casos, y en otros por gerentes especializados en determinada área.

OTRAS EMPRESAS:

Existen empresas cuyo giro de negocios no son las capacitaciones, no obstante brindan un servicio o valor agregado a sus clientes sub contratando a su vez los servicios especializados de personas naturales o jurídicas que imparten charlas y entrenamientos en diversos temas tales como tributación contabilidad marketing seguros, etc., este es el caso de la Cámara de Comercio de Guayaquil.

PODER DE NEGOCIACION DE LOS COMPRADORES:

Nuestros clientes van a ser empresas pequeñas, medianas y grandes que posean colaboradores hombres y mujeres de 18 años en adelante, pertenecientes al PEA en relación de dependencia.

Empresas con necesidad de conocer e implementar estrategias empresariales para mejorar la comunicación interna, el trabajo en equipo y la productividad.

EL PRINCIPIO DE PARETO PRINCIPIO 80/20

TOBLE S.A. implementará este principio en su organización:

Ofrecerá los servicios y productos recomendados por sus clientes

Identificar productos vitales para TOBLE S.A. que permitan tener un flujo constante de dinero.

Identificar formas innovadoras que optimicen la manera de exhibir y distribuir los servicios.

Impulsar preferentemente las ventas de ese 20 por ciento de productos críticos que requieres para maximizar tus ingresos, lo importante será generar el mayor número de contactos y cerrar la mayor cantidad de operaciones de venta.

Eliminar en primera instancia las ventas de productos o servicios innecesarios o triviales.

Dejar de gastar preciados recursos en productos y servicios que solo consumen energía, tiempo y dinero. Aunque el costo inmediato al hacerlo sea un poco alto, los beneficios que obtendrás a futuro serán mayores en términos de mejoras reales en la eficiencia, moral y productividad de tus vendedores, permitiéndoles re-dirigir sus esfuerzos sin ningún tipo de ataduras.

Elevar los horizontes en la fuerza de ventas, elaborando un nuevo pronóstico de ventas cada vez que surgen variaciones en las condiciones específicas del mercado.

Entrenar a todos los colaboradores de TOBLE S.A. en técnicas de ventas y ayudarlos a identificar nuevos contactos en cualquier momento, si alguna de sus referencias produce resultados, entrega al empleado un reconocimiento.

Afinar el foco constantemente, preguntando con frecuencia a los empleados de TOBLE S.A. su opinión sobre lo que consideran que la empresa viene haciendo bien.

Recolectar suficiente información antes de intentar cerrar una venta, contar con la mejor información es un aspecto íntimamente relacionado con el cierre de una venta, mientras más sepamos sobre los retos reales y potenciales que enfrentan nuestros clientes, estaremos en mejores condiciones de ofrecerles servicios y productos que a sus ojos, sean valiosos.

Efectuaremos una clasificación en dos partes; entrevistas de presentación a los clientes potenciales: a) infórmate sobre aspectos básicos de la empresa, y b) identifica los retos o problemas que está enfrentando el cliente, enfocándote en:

INDIVIDUO	EMPRESA
Aspectos geográficos Aspectos demográficos	Su ubicación
Aspectos sicográficos Aspectos conductuales	Productos y servicios

Cuadro TO -005

PODER DE NEGOCIACION DE LOS PROVEEDORES

Capacitadores Externos:

Personas de alto nivel de especialización que a través de seminarios dentro o fuera del país permitan ampliar y actualizar los conocimientos y habilidades de nuestro staff.

Dentro de nuestro presupuesto hemos considerado una alianza con la empresa CAPACITES mediante un programa cuatrimestral de actualización en nuevas técnicas de disciplinas motivacionales para los capacitadores de TOBLE S.A.

Capacitación en línea:

Existe variedad de ofertas en internet, ofreciendo charlas y capacitaciones en la red, a modalidad de tutoría, semi presencial, presencial, que es un elemento de ayuda en nuestra labor, por ser una opción a bajo costo.

PLAN DE MARKETING

Estamos decididos a implementar un servicio muy competitivo y para esto nuestra empresa debe estar preparada en todos los aspectos, especialmente respecto a las ventas de paquetes de capacitación y contratación de especialistas en diversas ramas específicas, lo que se conoce como mercado de compra y venta.

El crecimiento de mercado obliga a las empresas a establecer estrategias para enfrentar a los competidores.

POSICIONAMIENTO PRODUCTO O SERVICIO

Para que nuestro producto se posicione en el mercado debemos captar la atención de los consumidores pudiendo así hacer que los clientes consideren a nuestro producto o servicio como la mejor opción, que identifiquen nuestro logo y sepan que es calidad en capacitación.

Para lograr esto hemos analizado una planificación muy detallada y analizada, comenzando por promover una campaña publicitaria que nos ayude a nuestra empresa sea identificada fácilmente, brindando un servicio muy atento y complaciente con rapidez, eficiencia y amabilidad, considerando las peticiones y sugerencias de nuestros clientes también ofreciéndoles un servicio de calidad que permita mejorar la productividad y pro-actividad.

POLITICAS DE PRECIO

Nuestro producto tendrá un precio accesible a todo presupuesto de capacitación para el personal de las organizaciones, debido a que los paquetes serán ajustados a la necesidad y presupuesto de nuestros clientes pudiendo así llegar a todos los sectores empresariales pymes y macros, como política de precio queda clara que será accesible y de calidad dándonos un margen de ganancia considerable.

Cuadro TO -006

OUTDOORS	# DE HORAS	INSTRUCTOR	COPIAS	ENCUADERNADOS	MATERIAL	DIPLOMAS	RESERVA	TOTAL
Tiempo 8 horas - 100 participantes (2 Grupos)	8	400	200	0	87	30	80	797
Costo Unitario \$50	5.000,00	SETEC 3.600,00	EMPRESA 1.400,00					
COSTOS DIRECTOS 797,00	X 3	TOTAL 2.391,00	Varios 138,00					
	5.000,00	TOTAL						
	935,00	COSTOS DIRECTOS						
	150,00	COMISIONES						
	3.915,00	UTILIDAD						
	18,00	15%						
	3.933,00	UTILIDAD FINAL						
3 días		15%						
Movilización	120							
	120	18	138					



Of. Samanes III Mz. 305 Villa 1
+ (593-4) 214429
capacitaciones@toblesa.com
www.toblesa.com.ec

Cuadro TO -007

C. CORTOS 2012	# DE HORAS	INSTRUCTOR	COPIAS	ENCUADERNADOS	MATERIAL	DIPLOMAS	RESERVA	TOTAL
Servicio al Cliente - 4 horas - 20 participantes (1 Grupo)	4	120	60	30	17,4	6	16	249,4
Costo Unitario \$30	600,00	SETEC	EMPRESA					
		360,00	240,00					
COSTOS DIRECTOS	X	TOTAL	Varios					
249,40	3	748,20	46,00					
	600,00	TOTAL						
	295,40	COSTOS DIRECTOS						
	18,00	COMISIONES						
	286,60	UTILIDAD						
	6,00	15%						
	292,60	UTILIDAD FINAL						
1 día			15%					
Movilización	40							
	40		6	46				



Of. Samanes III Mz. 305 Villa 1
+ (593-4) 214429
capacitaciones@toblesa.com
www.toblesa.com.ec

Cuadro TO -008

C. MEDIOS 2012	# DE HORAS	INSTRUCTOR	COPIAS	ENCUADERNADOS	MATERIAL	DIPLOMAS	RESERVA	TOTAL
Supervisor de Ventas - 8 horas - 40 participantes (1 Grupo)	8	280	120	60	34,8	12	32	538,8
Costo Unitario \$45	1.800,00	SETEC 1.440,00	EMPRESA 360,00					
COSTOS DIRECTOS 538,80	X 3	TOTAL 1.616,40	Varios 46,00					
	1.800,00	TOTAL						
	584,80	COSTOS DIRECTOS						
	54,00	COMISIONES						
	1.161,20	UTILIDAD						
	6,00	15%						
	1.167,20	UTILIDAD FINAL						
1 día			15%					
Movilización	40							
	40		6	46				



Of. Samanes III Mz. 305 Villa 1
+ (593-4) 214429
capacitaciones@toblesa.com
www.toblesa.com.ec

POLITICAS DE DISTRIBUCIÓN

Como política del negocio nuestro servicio será ofertado directamente a las empresas a través de un representante de TOBLE S.A., los paquetes de capacitación serán exclusivos y personalizados, logrando así que el cliente sepa que el producto es preferencial para que más adelante se pueda armar cronogramas de capacitaciones efectuando un seguimiento de control y mejoras en la organización

Estas medidas nos darán como resultado que nuestro producto mantenga estándares de medición no baje de calidad ni aumente de precio.

Una vez logrado este objetivo el cliente conocerá que nuestros servicios se ofrecerán con la finalidad de satisfacer las necesidades de las empresas y corporaciones en cuanto a la capacitación del talento humano para mejorar la calidad y la productividad.

ANÁLISIS DEL SERVICIO

PROCEDIMIENTO DE VENTA

Los pasos para ofrecer nuestros servicios:

1. Prospección:

La fase de prospección o exploración es el primer paso del proceso de venta de nuestro servicio y consiste en la búsqueda de clientes prospectos; es decir, aquellos que aún no son clientes de la empresa pero que tienen grandes posibilidades de serlo.

La prospección involucra un proceso de tres etapas:

Etapa 1.- Identificar a los clientes “empresas” en perspectiva, en esta etapa se responde a la pregunta: ¿Quiénes pueden ser nuestros futuros clientes?

Para hallar clientes en perspectiva se puede acudir a diversas fuentes, por ejemplo:

- Datos de la misma empresa.
- Referencias de los clientes actuales.
- Referencias que se obtienen en reuniones con amigos, familiares y conocidos.
- Empresas o compañías que ofrecen productos o servicios complementarios.
- Información obtenida del seguimiento a los movimientos de la competencia.
- Grupos o asociaciones.
- Periódicos y directorios.
- Entrevistas a posibles clientes.

Etapa 2.- Calificar a los candidatos en función a su potencial de compra, luego de identificar a los clientes en perspectiva se procede a darles una "calificación" individual para determinar su importancia en función a su potencial de compra y el grado de prioridad que requiere de parte de la empresa.

Algunos factores para calificar a nuestros clientes en perspectiva, son los siguientes:

- Capacidad económica en la asignación de presupuesto para capacitación del personal
- Autoridad para decidir la contratación
- Accesibilidad.
- Disposición para comprar
- Perspectiva de crecimiento y desarrollo.

El valor que se asigna a cada uno de éstos factores depende de los objetivos de la empresa. Existirán organizaciones que le den una mayor puntuación a la capacidad económica del cliente en perspectiva, otras en cambio le darán un mayor puntaje a la accesibilidad que se tenga para llegar al cliente.

Luego de asignar la puntuación correspondiente a cada factor se califica a cada cliente en perspectiva para ordenarlos de acuerdo a su importancia y prioridad para la empresa.

Etapa 3.- Elaborar una lista de clientes en perspectiva: Una vez calificados los clientes en perspectiva se elabora una lista donde son ordenados de acuerdo a su importancia y prioridad.

Cabe destacar que la lista de clientes en perspectiva es un patrimonio de la empresa no del vendedor y debe ser constantemente actualizada para ser utilizada en cualquier momento y por cualquier persona autorizada por la empresa

2. El acercamiento previo o "pre entrada":

Luego de elaborada la lista de clientes en perspectiva se ingresa a la fase que se conoce como acercamiento previo o pre entrada que consiste en la obtención de información más detallada de cada cliente en perspectiva y la preparación de la presentación de ventas adaptada a las particularidades y necesidades de cada cliente.

Esta fase involucra el siguiente proceso:

Etapa 1.- Investigación de las particularidades de cada cliente en perspectiva: En esta etapa se busca información más específica del cliente en perspectiva, tales como:

- Nombre de la empresa.
- Presencia en el mercado.
- Talento humano PEA.
- Naturaleza de la empresa.
- Filiales.

Adicionalmente, también es necesario buscar información relacionada con la parte comercial, por ejemplo:

Servicios similares que usa actualmente.

Motivos por el que usa los servicios similares.

Que piensa de ellos.

Estilo de compra, negociación etc.

Etapa 2.- Preparación de la presentación de ventas enfocada en el posible cliente: Con la información del cliente en las manos se prepara una presentación de ventas adaptada a las necesidades o deseos de cada cliente en perspectiva.

Para preparar esta presentación, se sugiere elaborar una lista de todas las características que tiene el producto, luego se las convierte en beneficios para el cliente y finalmente se establece las ventajas con relación a la competencia.

También, es necesario planificar una entrada que atraiga la atención del cliente, las preguntas que mantendrán su interés, los aspectos que despertarán su deseo, las respuestas a posibles preguntas u objeciones y la forma en la que se puede efectuar el cierre induciendo a la acción de contratar el servicio.

Etapa 3.- Obtención de la cita o planificación de las visitas en frío: Dependiendo de las características de cada cliente, se toma la decisión de solicitar una cita por anticipado (muy útil en el caso de gerentes de empresa o jefes de Talento Humano)

3. La presentación del mensaje de ventas

Según el Prof. Philip Kotler "este paso consiste en contarle la historia del producto al consumidor, siguiendo la fórmula AIDA de captar la Atención, conservar el Interés, provocar un Deseo y obtener la Acción (compra)"

La presentación del mensaje de ventas debe ser adaptada a las necesidades y deseos de los clientes en perspectiva. Hoy en día, ya no funcionan aquellas presentaciones "enlatadas" en las que el vendedor tenía que memorizarlas para luego "recitarlas" ante el cliente (quién asumía una posición pasiva).

Los tiempos han cambiado, hoy se debe promover una participación activa de los clientes para lograr algo más importante que la venta misma, y es: su plena satisfacción con el servicio adquirido.

La presentación del mensaje de ventas se basa en una estructura basada en 3 pilares:

Las características del servicio: Es el producto en sí, sus atributos

Las ventajas: Aquello que lo hace superior a los servicios de la competencia

Los beneficios que obtiene el cliente: Aquello que busca el cliente de forma consciente o inconsciente

Por otra parte, las objeciones ya no representan un obstáculo a superar por el vendedor, por el contrario son claros indicios de compra (si el cliente objeta algo es porque tiene interés pero antes necesita solucionar sus dudas).

Finalmente, el cierre de venta ya no es una tarea que se deja al final de la presentación, es decir que el famoso cerrar con broche de oro pasó a la historia. Hoy en día, el cierre debe efectuarse ni bien exista un indicio de compra por parte del cliente, y eso puede suceder inclusive al principio de la presentación.

4. Servicios posventa

Según los autores Stanton, Etzel y Walker "la etapa final del proceso de venta es una serie de actividades posventa que fomentan la buena voluntad del cliente y echan los cimientos para negocios futuros"

Los servicios de posventa tienen el objetivo de asegurar la satisfacción e incluso la complacencia del cliente. Es en esta etapa donde la empresa puede dar un valor agregado que no espera el cliente pero que puede ocasionar su lealtad hacia la marca o la empresa.

Los servicios de posventa, pueden incluir todas o algunas de las siguientes actividades:

Verificación de que se cumplan los tiempos y condiciones del servicio

Verificación de un servicio de calidad

Puesta en marcha del servicio

Asesoramiento para aplicabilidad del servicio

Garantías en el desarrollo del proceso de inducción

Servicio y supervisión permanente

Revisión de la oferta anualmente

PROMOCIÓN

ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD

Nosotros para dar a conocer nuestro servicio de excelente calidad tenemos que detallar algunos aspectos importantes:

ESTRATEGIAS DE ACADÉMICAS

- Promover convenios con universidades nacionales e internacionales
- Capacitación en programas de instrucción motivacional
- Establecer alianzas con programas educativos on line

ESTRATEGIAS COMERCIALES

- Ofertar nuestros servicios en nichos considerados estratégico dentro de la ciudad de Guayaquil.
- Marketing boca a boca
- Promover una campaña de ventas y publicidad para dar a conocer las ventajas de de nuestro servicio en TOBLE S.A.
- Capacitar de manera continua al personal
- Establecer alianzas comerciales con instituciones públicas y privadas
- Realizar charlas en empresas
- Ofrecer productos y paquetes ajustados a la necesidad del cliente

ESTRATEGIAS DE LANZAMIENTO / INTRODUCCIÓN

Promociones y ofertas que den facilidades de obtener nuestro servicio de capacitación

En definitiva, es la etapa donde queda fijada la concepción, definición y período experimental de nuestro servicio.

- Gran inversión técnica, comercial y de comunicación.

Esta fase se caracteriza por una rentabilidad negativa debido a los grandes recursos que son precisos para lanzar y perfeccionar el servicio, en comparación al volumen de ventas que se consigue.

MANUAL DE IMAGEN CORPORATIVA

LA MARCA

TOBLE S.A. es una empresa única, con una personalidad única.

Nuestro estilo de comunicación visual debe ayudar a transmitir el compromiso, la promesa que hacemos a cada una de nuestras audiencias.

Se ha creado para TOBLE S.A. una imagen corporativa que contiene todos los valores que queremos expresar a través de la marca.

LIDERAZGO

Para potenciar las fortalezas existentes en la organización y desarrollar nuevas capacidades orientadas al servicio de capacitación y al cliente.

PROXIMIDAD

Ofreciendo a nuestros clientes un trato personalizado, humano y cercano, sintonizando con sus expectativas y estilos organizacionales, mostrando en todo momento una vocación de servicio.

COMPROMISO

Con el bienestar de los clientes, a través de una excelente calidad de servicio y de productos cada vez mejores.

MODERNIDAD

Para ofrecer siempre una imagen, fresca, limpia y actual.

Adecuada para una empresa del sector de servicio profesionales de capacitación.

Una marca bien aplicada es la base más sólida sobre la que se genera adhesión, rápida identificación y vinculación

USO DEL LOGOTIPO

Logotipo uso correcto

Para una correcta aplicación, desarrollamos diferentes opciones de uso correcto del logo-logotipo para guía del usuario.

El logotipo de Table S.A está conformado por dos colores los mismos que podrán ser usados de manera institucional como línea gráfica, su versión principal es la posición horizontal.



Versión principal

Forma secundaria la cual podrá ser utilizada en espacios cortos o verticales.



Versión secundaria

CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN

La marca comercial TOBLE S.A. nace de la unión de las palabras “Torres” y “Robles”.

La forma principal es la propia palabra de la marca, una tipografía gruesa rellena y sencilla, da al logotipo una fortaleza que transmite liderazgo y seriedad.

La sencillez de su forma y el círculo que da forma a la vocal o, a su vez integra la unión de varias personas formando equipo aportan, proximidad y compromiso como valores al talento humano de las organizaciones.

Al mismo tiempo la unión de caracteres y detalles personalizados, construyen una tipografía personalizada, que aporta a la marca una identidad propia y moderna, fundamental para perdurar al paso del tiempo.

Al logotipo principal puede acompañarle en dos formas visión principal y visión secundaria.

El símbolo circular mediante la unión de varias personas se presenta como un elemento sencillo que denota integridad, equipo y unión.

Etimológicamente el significado del símbolo viene dado por la representación grupal de personas como equipo de trabajo y las letras restantes a los apellidos de los dos socios fundadores de la empresa.

Logotipo



EL COLOR

El color define un escenario de valores emocionales concretos que debemos considerar en su aplicación a cualquier soporte de comunicación.

El color principal del logotipo y símbolo de TOBLE S.A., es el color azul (Pantone 300 C) y celeste (Pantone 298 C). Utiliza también como color secundario para el identificador y versión web un gris (Pantone Cool Gray 10), con una variante gris claro para fondos oscuros (Pantone Cool Gray 4)

Para una correcta aplicación, desarrollamos diferentes opciones de uso correcto del logo-logotipo para guía del usuario.

Logotipo uso correcto

Versión principal



El logotipo de Toble S.A está conformado por dos colores los mismos que podrán ser usados de manera institucional como línea gráfica, su versión principal es la posición horizontal.

Versión secundaria



Forma secundaria la cuál podrá ser utilizada en espacios cortos o verticales.



PANTONE 300 C



PANTONE 298 C

TIPOGRAFÍA

La familia tipográfica corporativa de TOBLE S.A. es la Myriad Pro. De uso en toda la comunicación interna, señalética y comunicación externa.

Se eligió esta tipografía por su claridad, modernidad y buena legibilidad.



PAPELERÍA

HOJA MEMBRETADA

T**BLES.A.**
Disciplinas Motivacionales

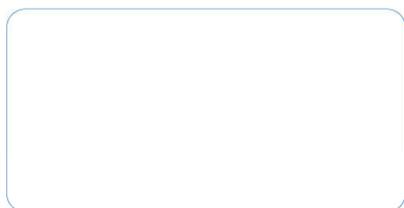


Of. Samanes III Mz. 305 Villa 1
+ (593-4) 214429
capacitaciones@toblesa.com
www.toblesa.com.ec

PAPELERÍA

SOBRE BOLSA

TOBLES.A.
Disciplinas Motivacionales



Of. Samanes III Mz. 305 Villa 1
+ (593-4) 214429
capacitaciones@toblesa.com
www.toblesa.com.ec

APLICACIONES

GORRA



APLICACIONES

CAMISETA



APLICACIONES

PÁGINA WEB

CONTACTO

TABLES.A.
Disciplinas Motivacionales

NOSOTROS | CAPACITACIONES | INSTRUCTORES | GALERÍA

Cursos Abiertos al Público | Cursos empresariales | Cooperativos | Disciplinas Motivacionales

Síguenos |

Table S.A. © 2011 todos los derechos reservados

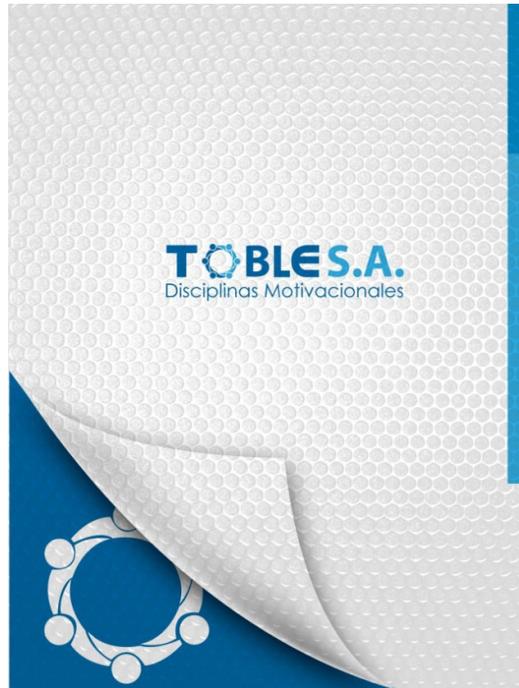
APLICACIONES

ROLL UP



APLICACIONES

CUADERNOS – AGENDAS



APLICACIONES

VALLAS



Valla vía pública

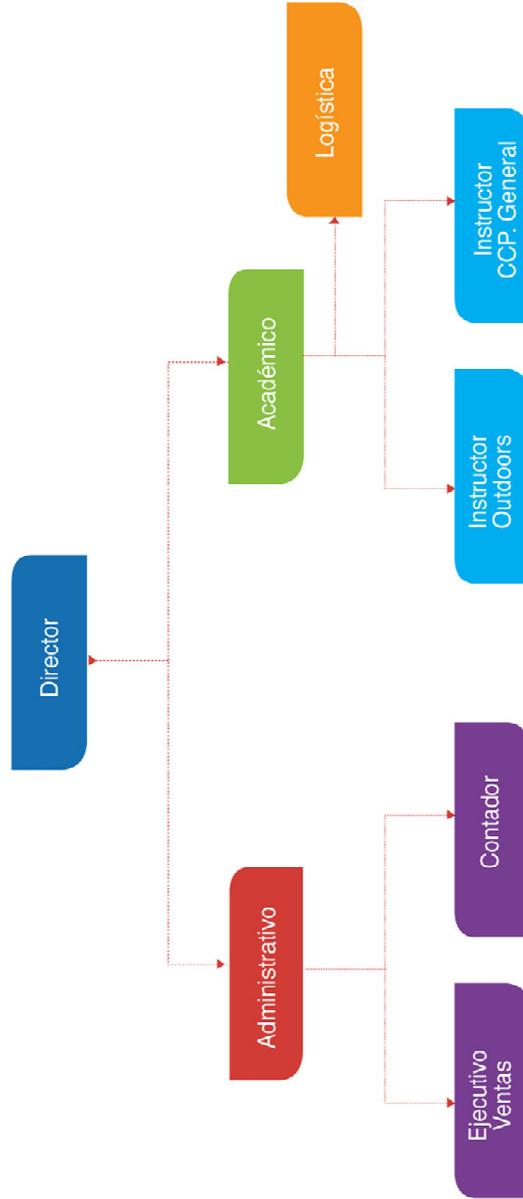


CAPÍTULO V

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

ORGANIGRAMA

ORGANIGRAMA EMPRESARIAL



PERFILES DE PUESTOS

DIRECTOR

DESCRIPCIÓN DEL CARGO

El director es el gran ejecutivo, el ejecutivo que estando por encima de toda la empresa, manda y está al frente de la gestión de la empresa, con independencia de las otras personas que le ayuden en sus tareas o en quien tenga delegadas determinadas funciones, es el que dirige la empresa.

PERFIL

Edad de 30 a 35 años

Sexo indistinto

Estado Civil Casado

Estudios Profesionales en administración o carreras afines

Experiencia en las actividades del puesto

ACTITUDES

Acostumbrado a trabajar en equipo

Ser objetivo

Actitud de líder

Tener don de mando

Iniciativa propia

Capacidad de toma de decisiones

FUNCIONES

Crear el planear estratégico de actividades

Dirigir las actividades generales de la empresa

Contratar al personal administrativo

Aprobar los presupuestos e inversiones

Dirigir el desarrollo de las actividades de la empresa

Emitir las circulares para el personal en general

Controlar y aprobar las inversiones de la empresa

Seleccionar al personal

Autorizar órdenes de compra

Autorizar convenios a nombre de la empresa

Dirigir a la empresa en la marcha del negocio

PERFILES DE PUESTOS

EJECUTIVO DE VENTAS

DESCRIPCIÓN DEL CARGO

El ejecutivo de ventas debe lograr sus deberes dentro de un esquema mayor de objetivos organizacionales, estrategias de marketing y objetivos de mercado, en tanto que monitorea continuamente el macro ámbito (factores tecnológicos, competitivos, económicos, legales, culturales y éticos) y todo aquello de la compañía (empleados, proveedores, comunidad financiera, los medios, los accionistas, público en general, etc.)

PERFIL

Edad de 25 a 35 años

Sexo indiferente

Estado civil casado/a

Estudios profesionales en administración o carreras afines

Experiencia mínima de dos años

ACTITUDES

Alto sentido de responsabilidad y honorabilidad

Capacidad de respuesta a la demanda del cliente

Actitudes positivas en las relaciones entre clientes

Acostumbrado a trabajar bajo presión y por objetivos

Capacidad de toma de decisiones

Capacidad de liderazgo

FUNCIONES

Analizar el volumen de ventas, costos y utilidades

Determinar las estrategias de ventas

Revisar cartera de cliente

Realizar presentaciones de los servicios

Preparar ofertas

Presentar ofertas

Ajustar ofertas

Cierre de negociaciones

Efectuar el seguimiento de la comercialización realizada

Visitar nuevos clientes

PERFILES DE PUESTOS

CONTADOR

DESCRIPCIÓN DEL CARGO

Dirigir el proceso contable de la empresa, de tal forma que se cuente con información veraz y confiable. Elaboración y análisis de los estados financieros básicos y ajustes correspondientes. Responde por la elaboración y análisis de los estudios de costos de producción.

PERFIL

Edad 30 a 55 años.

Sexo indiferente.

Estado civil casado/a

Formación profesional Contador Público.

Experiencia 2 a 4 años en cargos equivalentes

ACTITUDES

Habilidad tecnológica y un alto conocimiento, destrezas para manejar programas del Sistema Office: Word, Excel, PowerPoint;

Manejo de Internet intranet, entre otros, requeridos para la elaboración y presentación de informes, documentos internos y/o externos y todo aquello que sea requerido por su gestión.

Cálculo de costos de producción, su análisis y presentación.

Conocimiento teórico práctico en legislación tributaria.

Conocimiento y destreza en el manejo del plan único de cuentas de empresas del sector.

Conocimientos en gestión de auditoría básica en procedimientos administrativos directamente relacionados con el proceso contable.

Capacidad para determinar de forma eficaz, fases, etapas, metas y prioridades para la consecución de objetivos, a través del desarrollo de planes de acción, incluyendo los recursos necesarios y los sistemas de control.

FUNCIONES

Elegir entre varias alternativas, aquellas que son más viables para la consecución de los objetivos, basándose en un análisis exhaustivo de los posibles efectos y riesgos así como posibilidades de implantación.

Controlar sus impulsos emocionales, con adecuados niveles de tolerancia a la frustración y seguridad en sí mismo.

Conocer el entorno en su más amplio sentido influye en las estrategias y como éstas a su vez determinan las distintas alternativas que le permitan cumplir con los objetivos propuestos.

Dirigir acciones hacia el cumplimiento total de los objetivos establecidos tanto a sí mismo, como a su área de trabajo.

Satisfacer las necesidades inmediatas de sus clientes internos, ya que con esto contribuye a la consecución de los objetivos comunes de toda la organización.

PERFILES DE PUESTOS

ADMINISTRATIVO

DESCRIPCIÓN DEL CARGO

Administrar eficientemente los recursos humanos, financieros y materiales asignados, así como proporcionar los servicios generales de apoyo, de acuerdo a los programas de trabajo de las diferentes áreas que integran la dependencia.

PERFIL

Edad 30 a 55 años.

Sexo indiferente.

Estado civil casado/a

Formación profesional Administrador de Empresas

Experiencia 2 a 4 años en cargos equivalentes

ACTITUDES

Elaborar y proponer el anteproyecto del presupuesto de egresos.

Revisar y presentar cuentas corporativas

Administrar y controlar los ingresos y egresos de la empresa

Presidir y dirigir las sesiones del comité de adquisiciones

Arrendamientos y contratación de servicios

Autorizar y supervisar que las adquisiciones y contrataciones se servicios cumplan con la normativa vigente

Supervisar la elaboración y presentar mensualmente al auditor superior los estados financieros.

Registrar y efectuar oportunamente el pago de contribuciones y obligaciones realizadas por la empresa

Coordinar y supervisar el registro y control del inventario de bienes inmuebles y muebles

Proponer al director la normatividad para la selección, capacitación y desarrollo del personal.

Participar en la elaboración el programa administrativo de eventos

Supervisar el control de archivos generales

Formular y presentar su aprobación el programa anual de trabajo de la dirección

Organizar, asignar y supervisar el trabajo del personal a su cargo

Evaluar el desempeño del personal a su cargo

Representar a la organización en las actividades que disponga el director

Cumplir con las actividades adicionales que solicite el director

FUNCIONES

Responsabilizarse ante el titular de la dependencia en la planeación, organización, dirección y control de los servicios administrativos, sugiriendo las medidas necesarias para mejorar su funcionamiento.

Optimizar los recursos humanos, financieros y materiales, por medio de la aplicación de las técnicas administrativas adecuadas a las circunstancias y a las necesidades de la Dependencia.

Organizar, sistematizar, elaborar e implementar procedimientos y sistemas de trabajo que redunden en el óptimo aprovechamiento de los recursos humanos, financieros y materiales de la dependencia.

Atender los lineamientos e instructivos de operación, establecidos por la administración central; y cumplir con las disposiciones contenidas en los reglamentos y circulares.

Coordinar las acciones requeridas a fin de que se lleven a cabo las auditorías implementadas.

Supervisar y efectuar el análisis de los diferentes estados financieros

Coordinar la elaboración de las actas de entrega-recepción de gestión de las diferentes áreas que integran esta dependencia.

Participar en la elaboración y actualización de los manuales de organización y procedimientos del área administrativa y apoyar a las otras áreas.

Integrar y presentar ante el director informes de actividades de la dirección administrativa.

Acordar con el titular, el establecimiento de políticas y lineamientos que permitan optimizar los procesos y recursos de las áreas a su cargo.

Integrar y presentar ante el titular el programa anual de actividades de la dirección administrativa.

Planear, vigilar y evaluar las funciones, los planes y los programas de trabajo de los departamentos que integran la Dirección Administrativa.

PERFILES DE PUESTOS

LOGÍSTICA

DESCRIPCIÓN DEL CARGO

Programar, coordinar y controlar el abastecimiento oportuno de bienes y prestación de servicios que requieren las unidades funcionales de la empresa a fin que dispongan de los bienes materiales para cumplir su misión

PERFIL

Edad 25 a 60 años.

Sexo indiferente.

Estado civil casado/a

Formación profesional Licenciado en Ciencias Sociales y Administrativas

Experiencia 2 a 4 años en cargos equivalentes

ACTITUDES

Iniciativa y Organización

Sentido de responsabilidad

Disponibilidad de tiempo

Trabajo en equipo

Facilidad de expresión verbal y escrita

Logística de Eventos

Manejo de Vehículos

Reglamento de Transito

Geografía del Estado

FUNCIONES

Coordinar la elaboración de los materiales promocionales, con relación a los planes de la institución.

Coordina las actividades de lanzamiento de productos nuevos, tanto externa como internamente.

Coordinar la elaboración de todo elemento publicitario interno (Merchandising).

Diseñar los lineamientos y estructuras de la señaletica y nomenclatura de la Organización.

Realizar visitas a fin de controlar que la folletería y material publicitario utilizado en las instalaciones se encuentren permanentemente actualizados.

Controlar que la publicidad estática contratada cumpla con los lineamientos establecidos.

Controlar que la logística de artículos promocionales a utilizar tengan los niveles de calidad requeridos.

Coordinar lo relacionado a la adecuación de la oficina en las ferias que participemos, a fin de que cuenten con material publicitario, folletería y artículos promocionales necesarios.

Archivar y controlar el material publicitario utilizado

Atender proveedores

Licitación de empresas

PERFILES DE PUESTOS

ACADÉMICO

DESCRIPCIÓN DEL CARGO

Coordinar el desarrollo de las actividades académicas encomendadas al personal docente, instructores a fin de garantizar la prestación de un servicio de capacitación de la mayor calidad posible, apegado a los preceptos legales vigentes y orientados hacia el logro de los objetivos de la organización

PERFIL

Edad 25 a 60 años.

Sexo indiferente.

Estado civil casado/a

Formación profesional Licenciado en Ciencias Sociales y Académicas

Experiencia 2 a 4 años en cargos equivalentes

ACTITUDES

Disponibilidad de tiempo

Facilidad de expresión verbal y escrita

Capacidad de seleccionar planes de aprendizajes acordes a la necesidad de la empresa

Liderazgo

Conocimiento y destrezas para manejar el personal

Manejo de grupos pequeños, medianos y grandes

Capacidad para trabajar bajo presión

FUNCIONES

Orientar a los instructores y facilitadores la selección y aplicación de los métodos y materiales auxiliares didácticos que apoyen al desarrollo de los contenidos programáticos.

Supervisar que el desarrollo del proceso enseñanza-aprendizaje se realice conforme al plan y los programas de capacitación.

Supervisar que el aprovechamiento en los participantes de las capacitaciones corresponda a los objetivos educativos planteados en los programas vigentes de TOBLE S.A..

Coordinar reuniones periódicas de instructores y facilitadores conforme a los lineamientos emitidos por las autoridades.

Informar a la dirección reportes de satisfacción porcentual de satisfacción de clientes.

Supervisar que el personal instructores y facilitadores cumpla con lo establecido en el instructivo de evaluación del aprendizaje vigente.

Difundir entre los instructores y facilitadores a su cargo los calendarios y mecanismos establecidos por la empresa para la realización de las actividades.

Coordinar y controlar las actividades de los instructores y facilitadores, de acuerdo con las disposiciones emitidas por la dirección de TOBLE S.A.

Mantener informado al personal de la coordinación a su cargo sobre las disposiciones administrativas que norman las labores de la empresa

Difundir entre el personal de la coordinación a su cargo los resultados de las actividades que se desarrollan con los clientes previo a las capacitaciones.

Informar al director sobre el desarrollo de las actividades encomendadas al personal a su cargo.

Coordinar el desarrollo de las actividades docentes del área académica en sus aspectos teóricos y prácticos de acuerdo con el plan y los programas de capacitaciones programadas. Presentar a la dirección de TOBLE S.A. el programa anual de trabajo para el desarrollo inductivo encomendado a la coordinación a su cargo.

PERFILES DE PUESTOS

INSTRUCTOR

DESCRIPCIÓN DEL CARGO

Proporcionar asesoría a trabajadores y empleados de las empresas, con la capacidad de descubrir competencias en cada uno de los participantes del curso.

PERFIL

Edad 20 a 45 años.

Sexo indiferente.

Estado civil indiferente

Formación profesional Profesionales en todas ramas académicas con experiencia en docencia

Experiencia 2 a 4 años en cargos equivalentes

ACTITUDES

Sentido de orientación y asesoramiento

Manejo de

Facilidad de expresión verbal y escrita

Coordinación y trabajo en equipo

FUNCIONES

Actuar con rectitud y honradez en el desempeño del cargo

Orientar el trabajo a la búsqueda de la misión del instructor aportando el máximo de mi capacidad conocimientos y esfuerzos.

Atender y orientar con eficiencia, y cortesía

Resolver y/o reportar toda situación que pudiese ser riesgosa para la salud, y seguridad de los participantes.

Privilegiar las acciones y estrategias de prevención, antes que la remediación y la sanción para evitar la recurrencia en las observaciones.

Evaluar a los capacitados de acuerdo a sus competencias, habilidades y destrezas demostradas en el desarrollo de la jornada de capacitación

Inculcar en los capacitados el respeto a las instalaciones donde se desarrolla la actividad, instándolos como personas dignas.

Cumplir con los programas y planes de capacitación establecidos por el director

Promover con el ejemplo entre los participantes la cultura de la puntualidad y asistencia.

Utilizar un lenguaje apropiado dentro de las capacitaciones así como abstenerme de hacer uso inadecuado de mi cargo.

Mantener una imagen digna y profesional en todo momento.

Orientar y asesorar a las participantes de los cursos en la correcta elección y utilización de los recursos más acordes con la actividad grupal a desarrollar.

Planear en coordinación con la dirección académica las actividades a realizar con los participantes.

Participar en las actividades de capacitaciones realizadas

Promover en los participantes y en el personal la sensibilidad por la capacitación permanente y posteriormente la aplicación del mismo en la vida personal y profesional

Solicitar oportunamente al jefe de área pedagógica los materiales para la realización de las actividades musicales.

FLUJOGRAMA SELECCIÓN DE PERSONAL

SIMBOLOS

El flujograma utiliza un conjunto de símbolos para representar las etapas del proceso, las personas o los sectores involucrados, la secuencia de las operaciones y la circulación de los datos y los documentos.

Los símbolos más comunes utilizados son los siguientes:

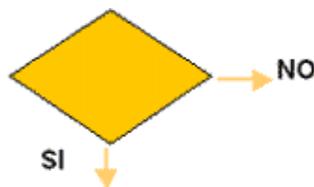
Límites: Este símbolo se usa para identificar el inicio y el fin de un proceso:



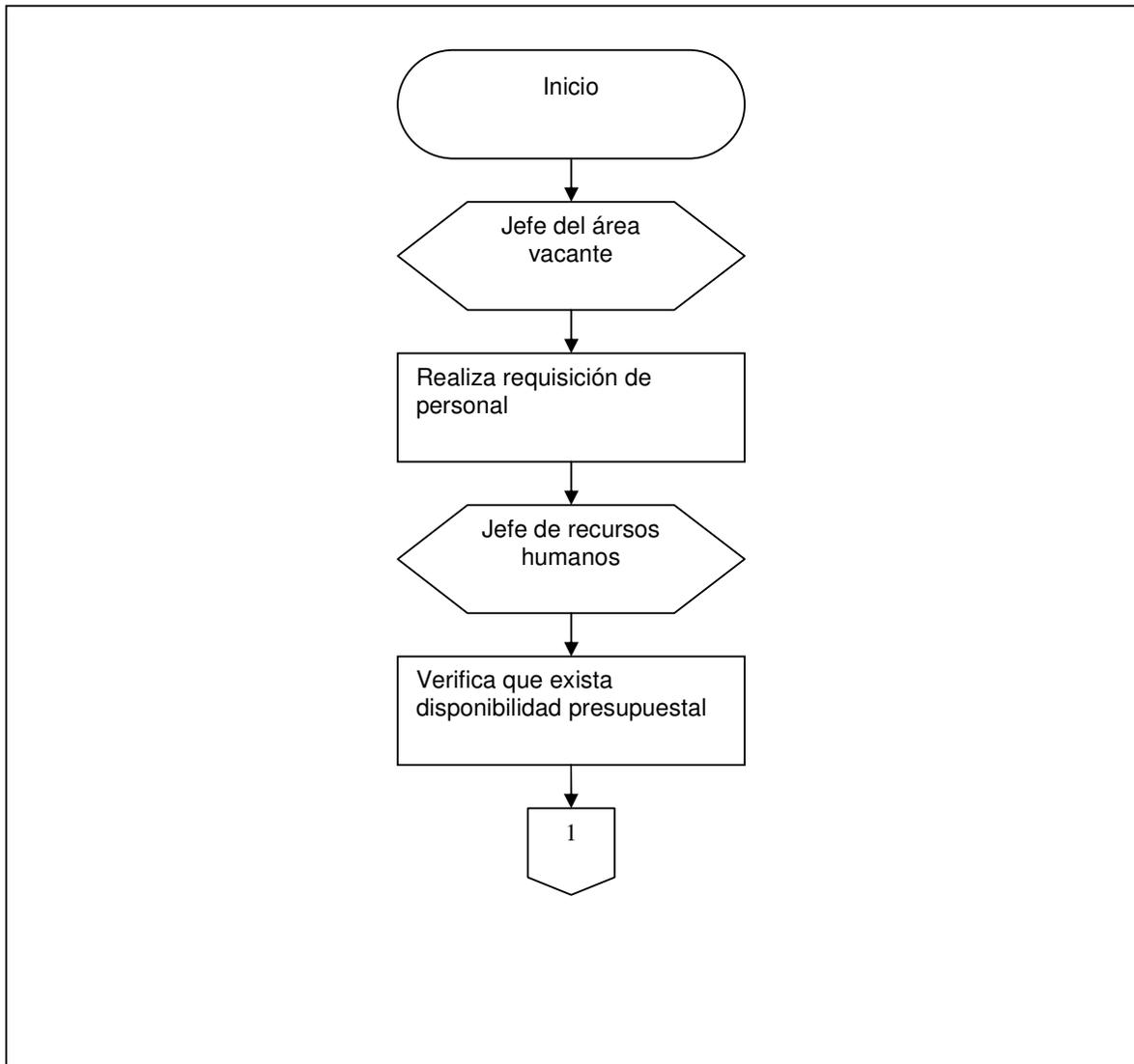
Operación: Representa una etapa del proceso. El nombre de la etapa y de quien la ejecuta se registra al interior del rectángulo:

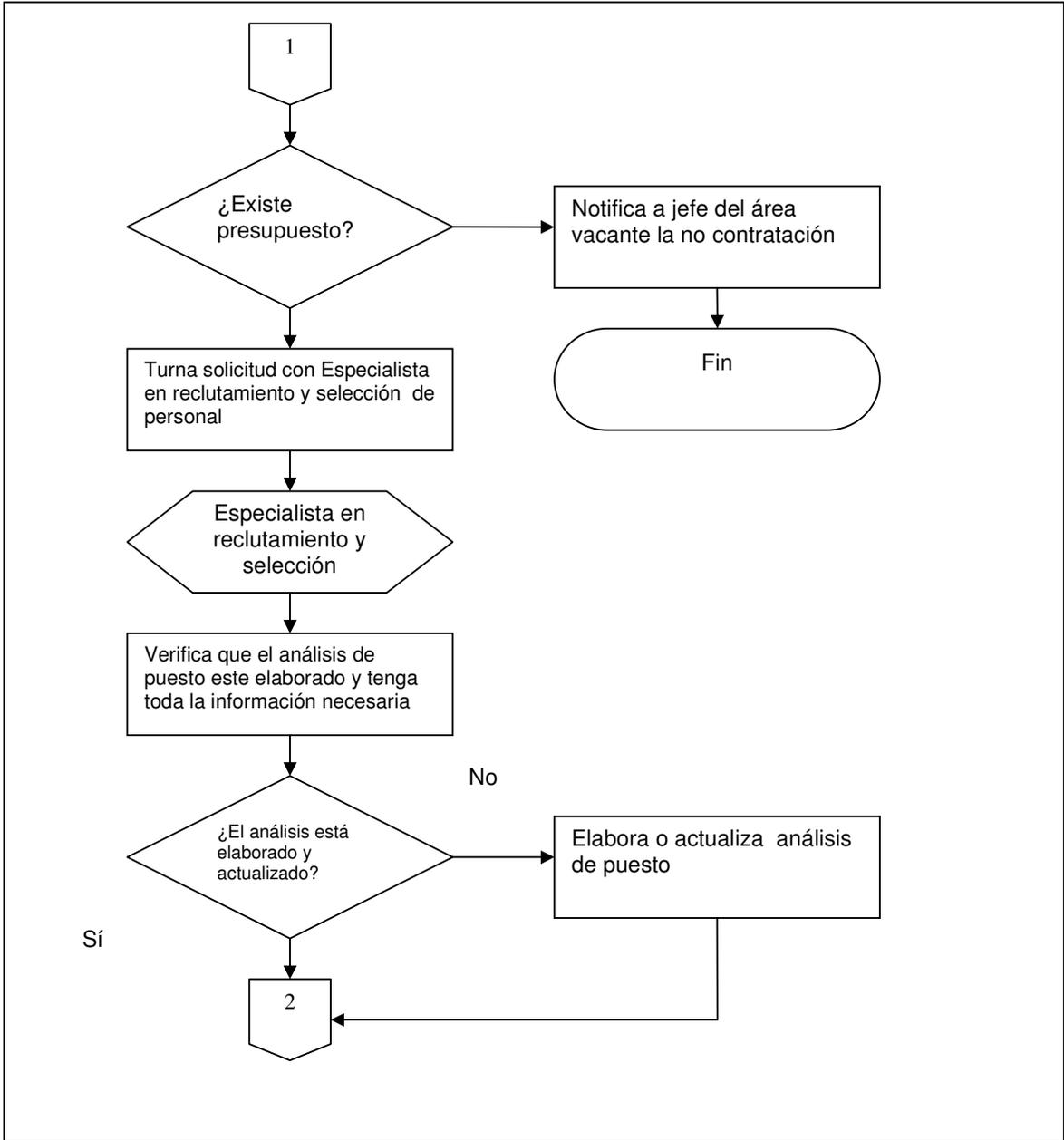


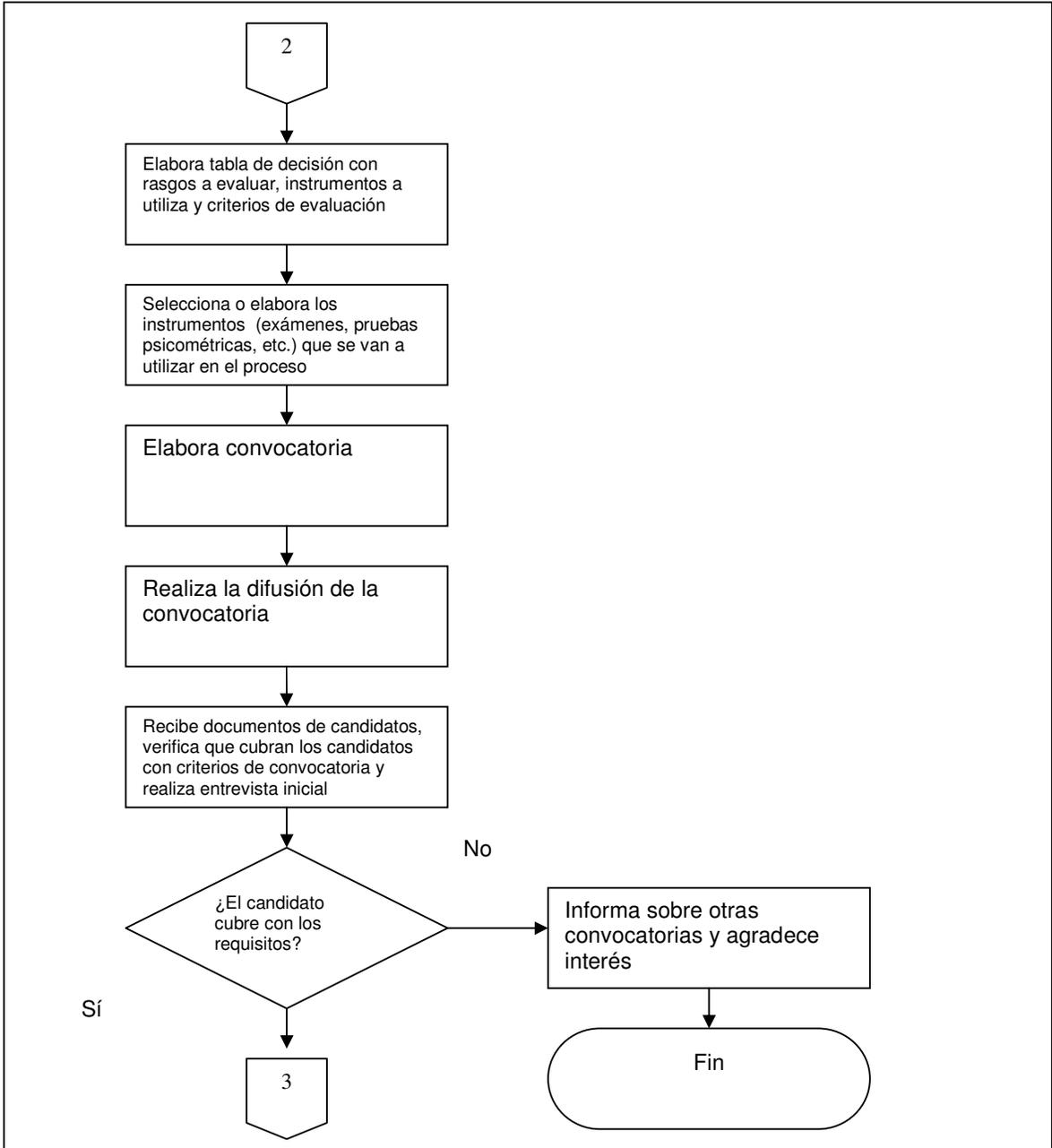
Decisión: Representa al punto del proceso donde se debe tomar una decisión. La pregunta se escribe dentro del rombo. Dos flechas que salen del rombo muestran la dirección del proceso, en función de la respuesta real:

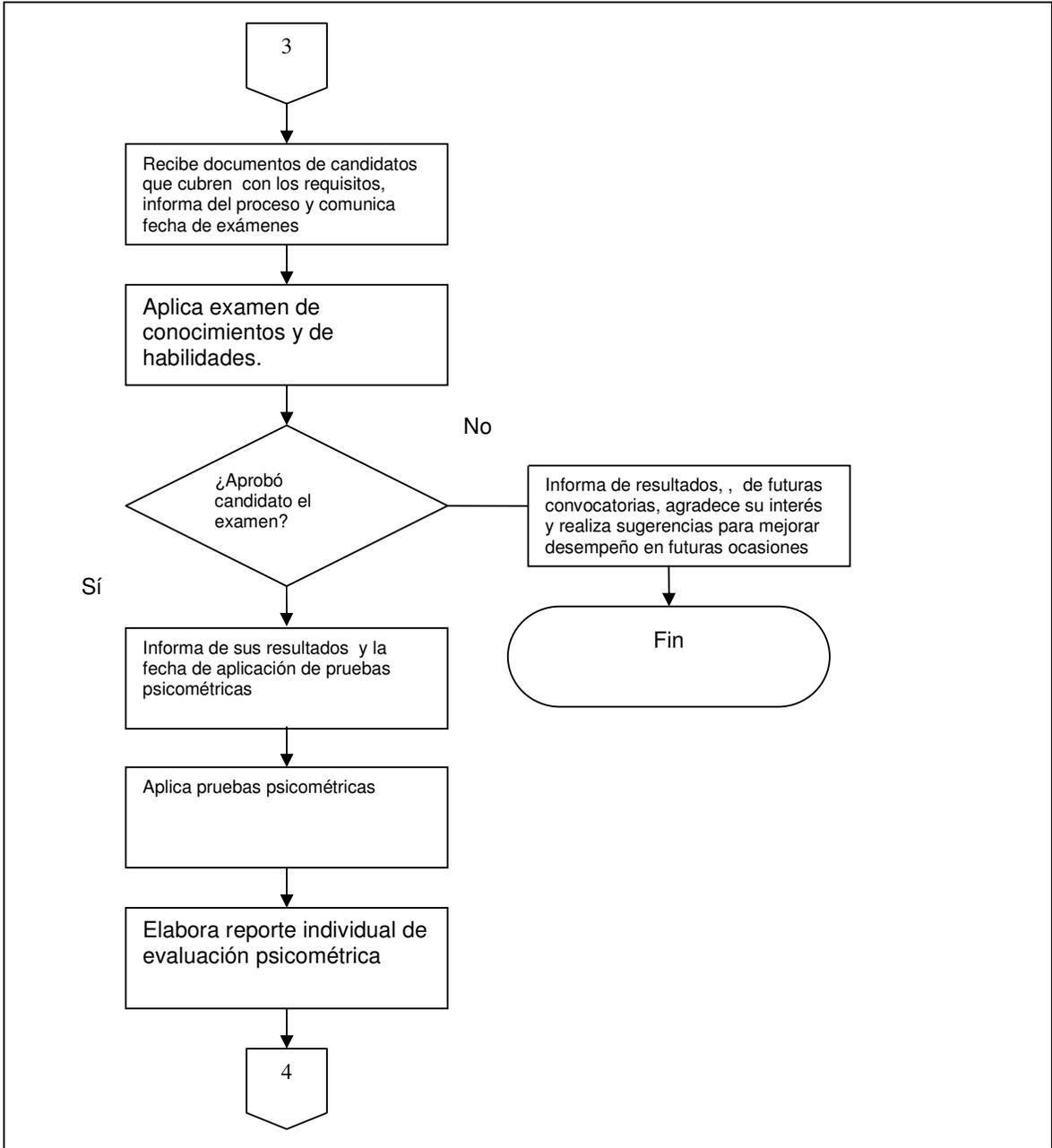


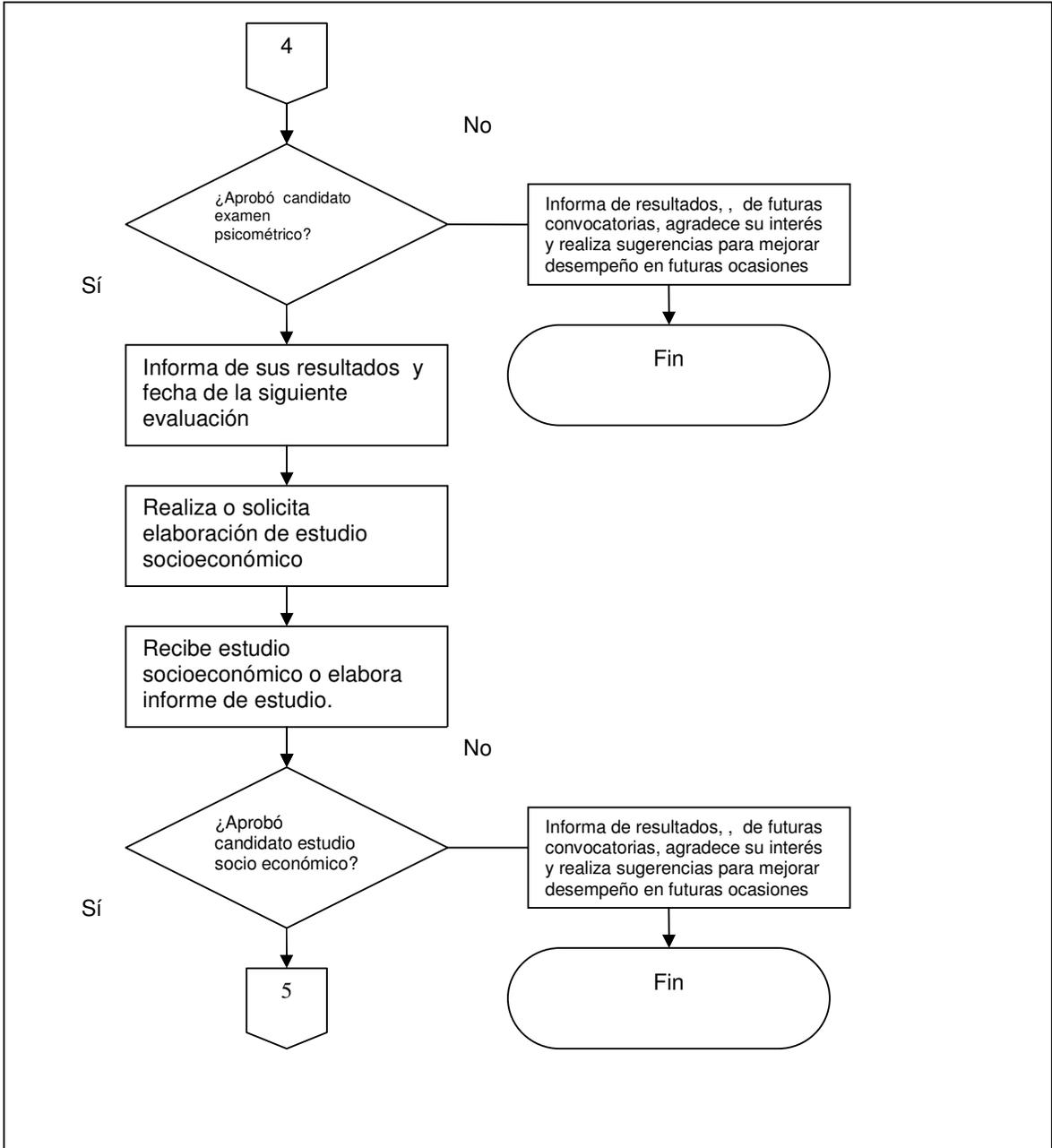
PROCESO CONTRATACIÓN DE TALENTO HUMANO

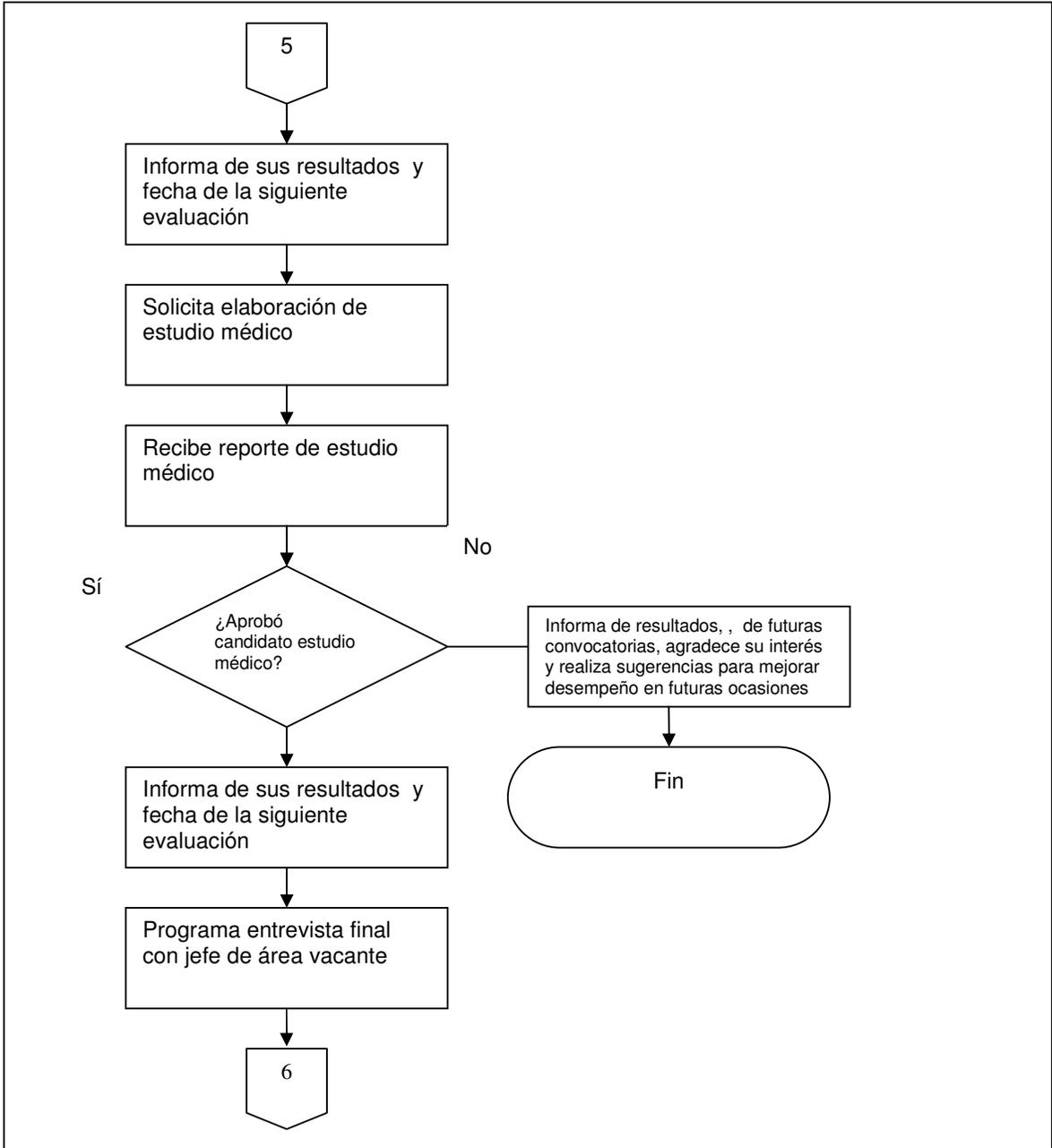


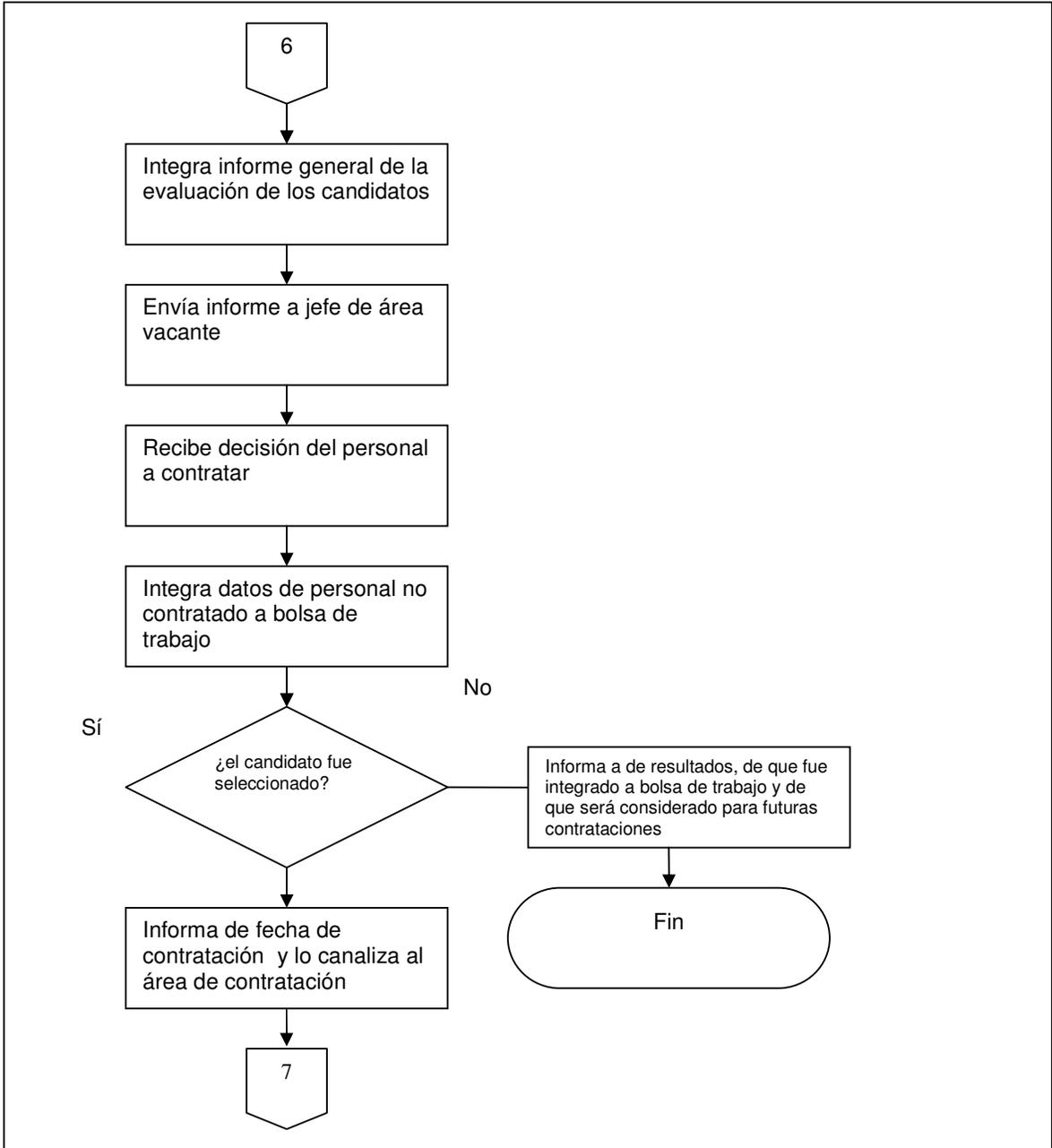


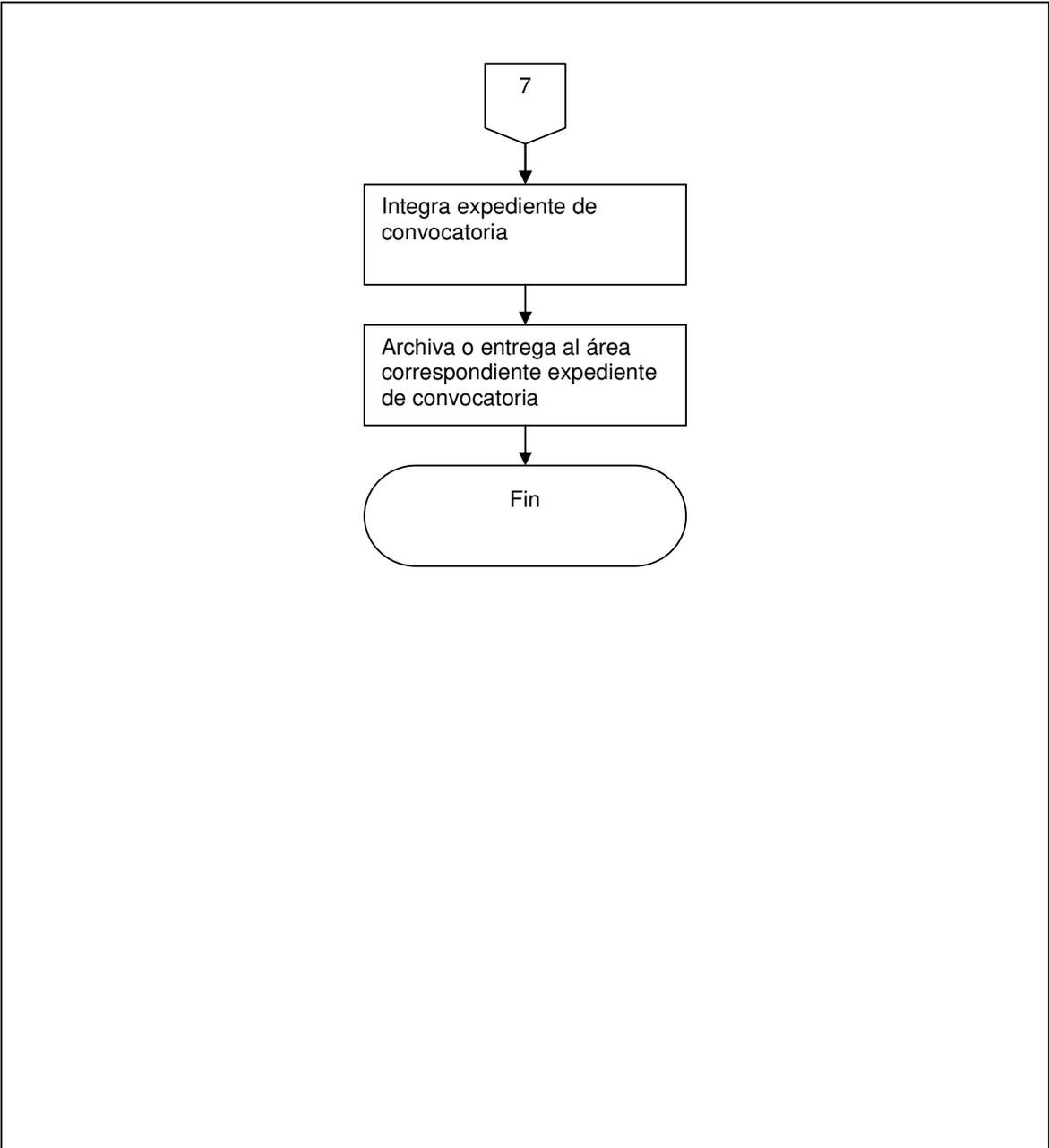




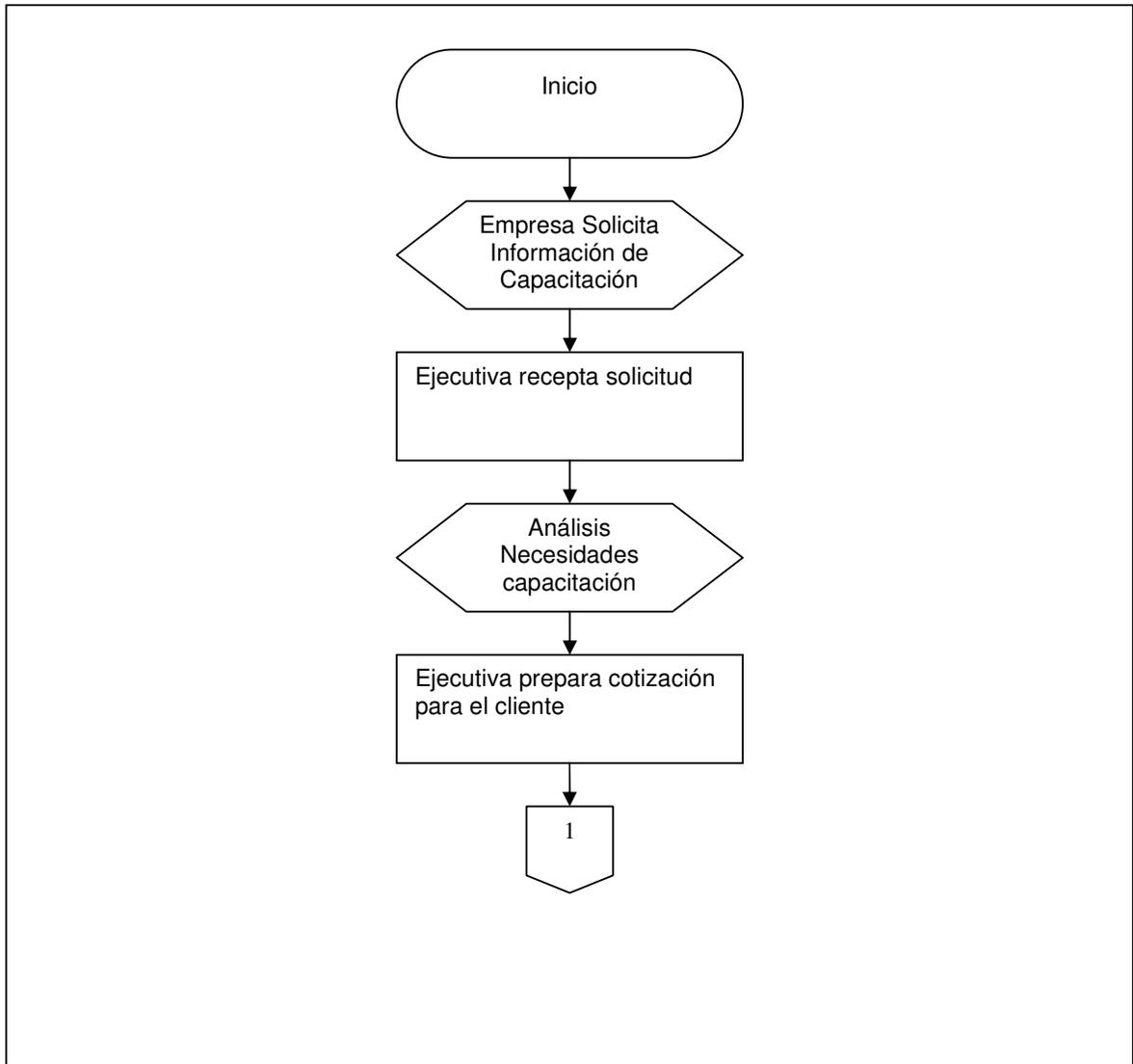


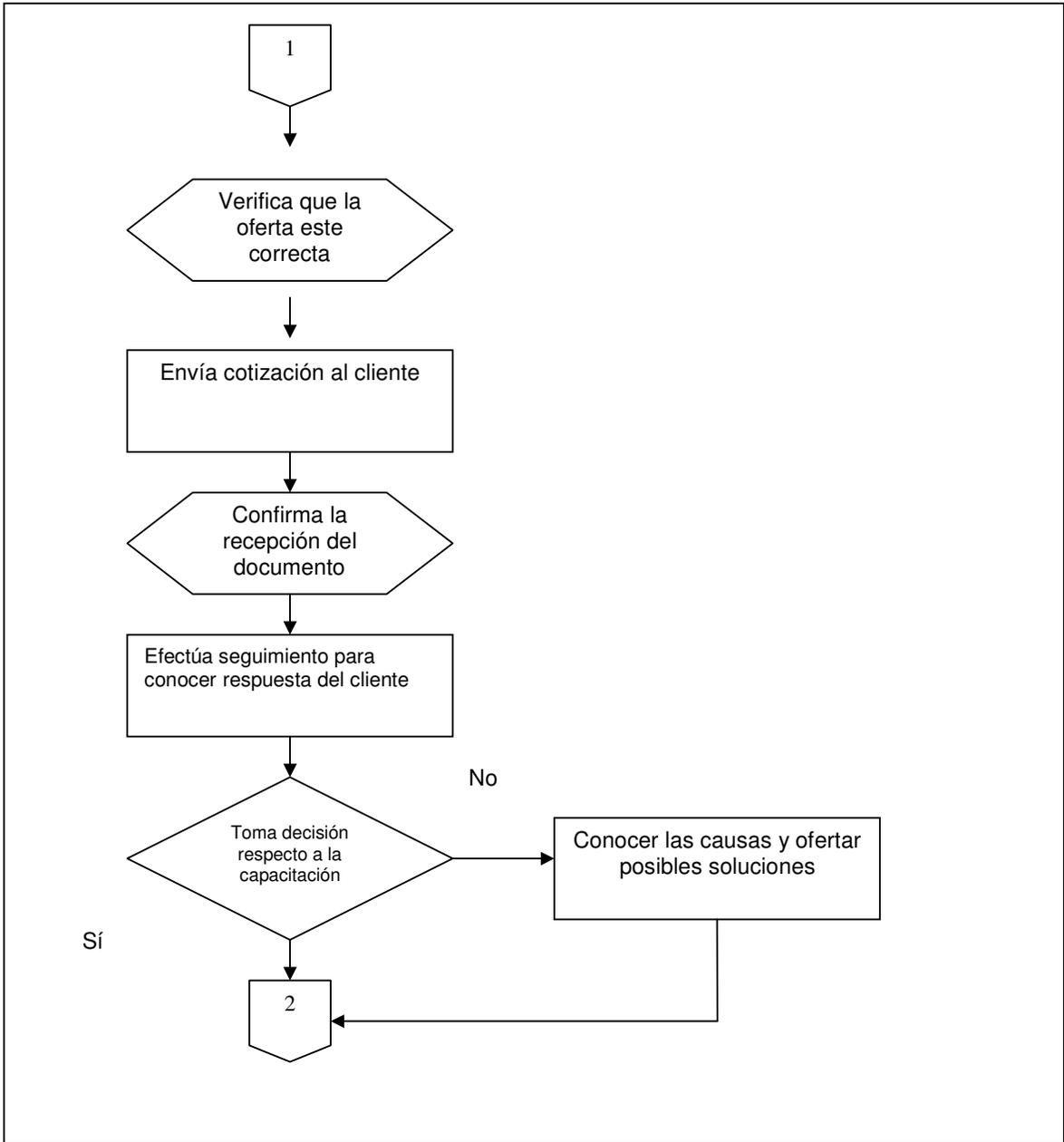


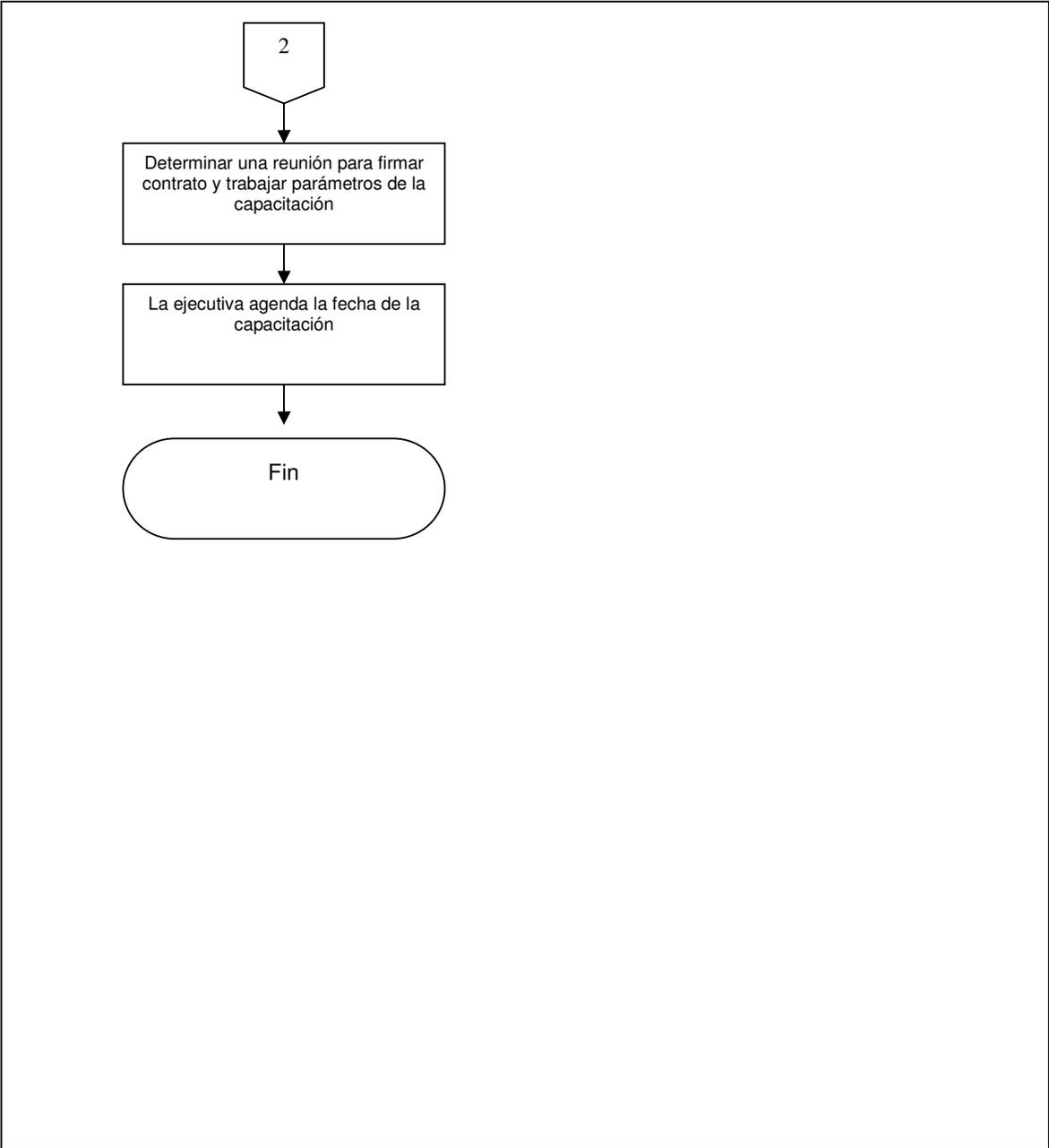




**PROCESO CONTRATACIÓN SERVICIO DE CAPACITACIÓN
EN TOBLE S.A.**

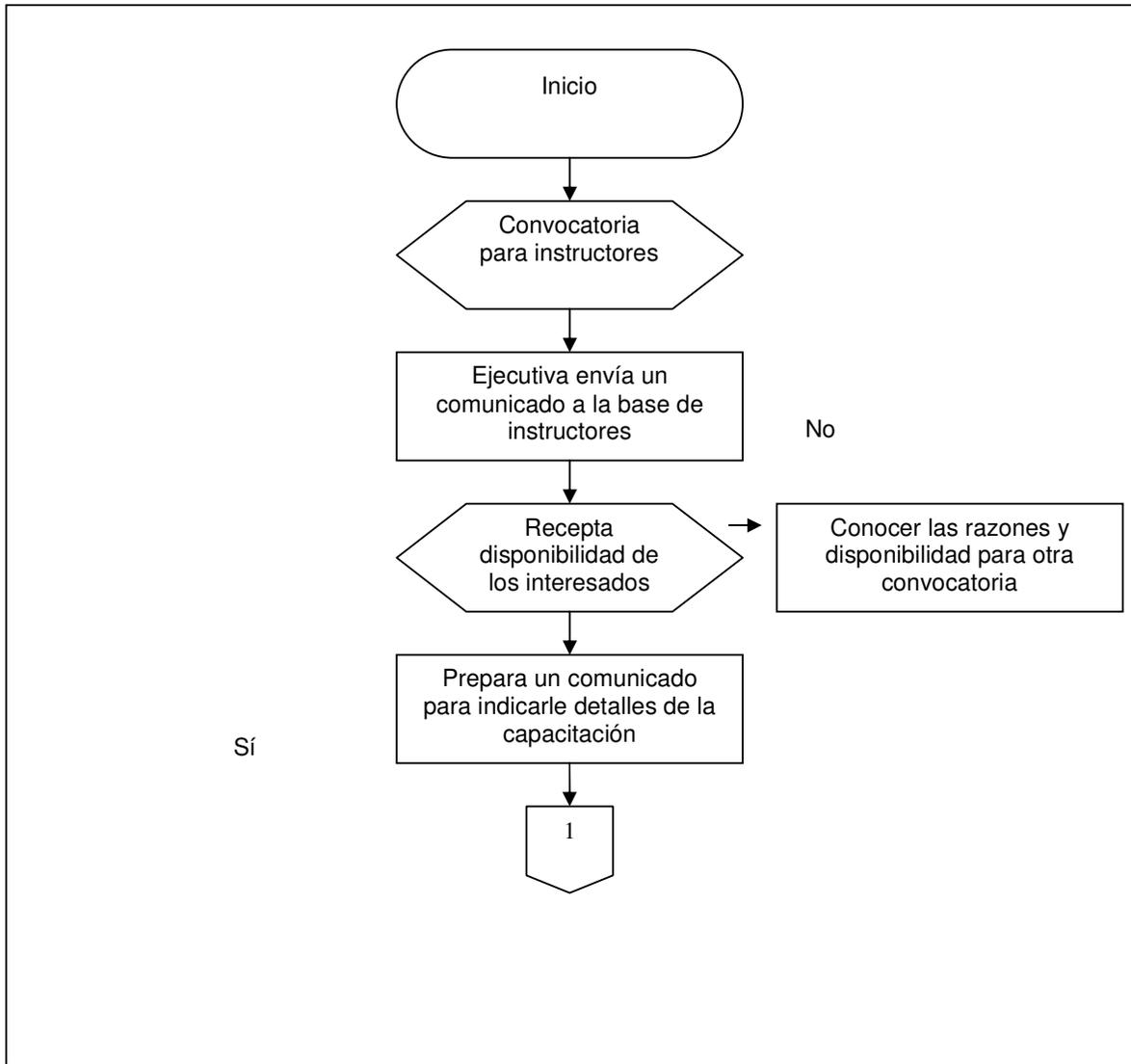


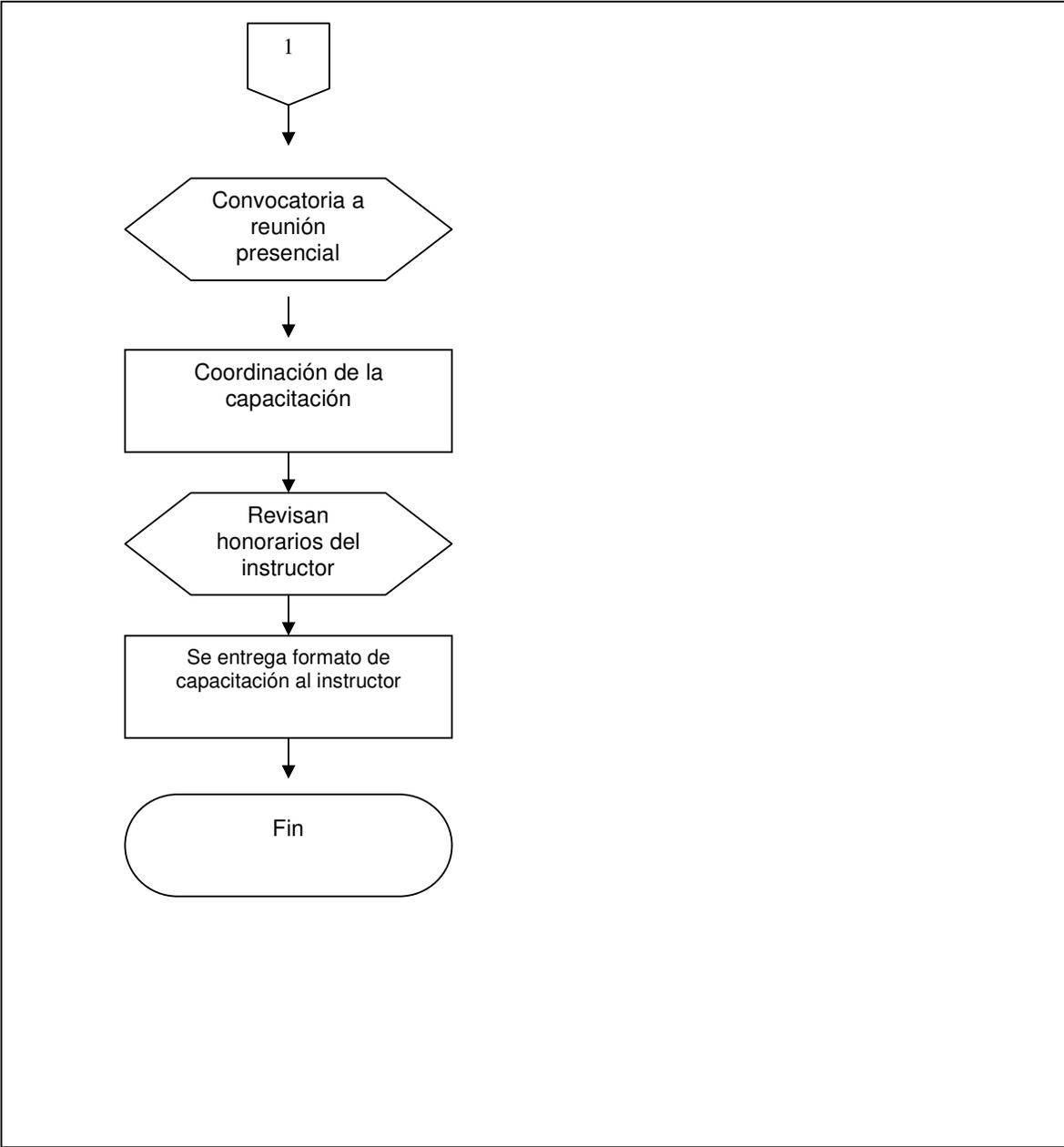




PROCESO CONTRATACIÓN SERVICIO DE INSTRUCTORES

EN TOBLE S.A.





PLANIFICACIÓN

RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE FACILITADORES

Resulta indispensable para nosotros contar con el recurso humano adecuado. Entendiendo por adecuado, que reúna no solo los requisitos técnicos para desempeñar el puesto, sino toda una serie de características como:

- La presentación
- Dicción
- Actitud adecuada para las labores que desempeñará

Para el reclutamiento y selección de personal elegiremos entre un conjunto de candidatos o postulantes a las personas más adecuadas, para ser parte de nuestro selecto grupo de capacitadores; Por ello nuestro objetivo principal, es tener el mayor número de personas disponibles, que reúnan el perfil requerido por TOBLE S.A.

Descripción del puesto

También desarrollaremos una breve descripción del puesto, con la finalidad de que en la entrevista se cotejen los resultados de ésta y las pruebas de selección.

Una vez definido el perfil, lo siguiente sería elegir los medios de reclutamiento, a través de un sistema propio basado en estándares de competitividad y experiencias en áreas similares.

Compatibilidad con la empresa

Es muy importante tomar en cuenta el “feeling” o “química” entre el aspirante y el director, ya que en todo caso la preparación, metas, actitudes, aptitudes, etc. no garantizan por completo un alto desempeño en un puesto por parte del candidato si éste desde un inicio no es del agrado, del jefe inmediato.

Para llevar un registro y archivo de perfiles ocupacionales el cual determina técnicamente las competencias y características necesarias del puesto materia de la selección en términos de su contenido funcional básico y factores de exigencia ocupacional y personal; hemos desarrollado la siguiente ficha o formulario para cada puesto:

PLANIFICACIÓN

CAPACITACIÓN DEL TALENTO HUMANO

En TOBLE S.A. creemos que para que una empresa triunfe necesita obligatoriamente que su talento humano este altamente capacitado y en aprendizaje continuo. Es por ello, que diseñamos programas y cursos de formación con el objetivo de potenciar el desarrollo en excelencia ejecutiva, a través de herramientas prácticas e indispensables para la optimización en el desempeño empresarial.

Adaptamos nuestros cursos y programas a las necesidades particulares de cada empresa.

Contamos con instructores de un alto nivel académico permitiendo alcanzar los objetivos esperados por quienes integran la capacitación. Se utiliza como modalidad de trabajo técnicas especialmente diseñadas por los facilitadores permitiendo que el aprendizaje sea más efectivo y dinámico. Los programas y cursos están dirigidos a todos aquellos

miembros de la organización que tengan responsabilidades en diferentes áreas de incumbencias.

Nosotros trabajamos con los grupos para el fortalecimiento, para el crecimiento, para un cambio actitudinal, a través de dinámicas grupales, profundizando de esta manera la comunicación, interrelación, motivación, desaparición de conflictos. Afianzando los lazos hacia una actitud positiva, equitativa, de respeto, de cooperación, y de participación.

Nuestra ventaja diferenciadora es la oferta especial de las capacitaciones en OUTDOOR que ofrece TOBLE S.A., tenemos los outdoor`s:

Actividades de Trabajo en Equipo

Es un taller en el que los asistentes participan de juegos que simbolizan metáforas acerca de la forma en que se comunican y coordinan acciones entre sí.

El objetivo es que los asistentes aprendan distinciones de trabajo en equipo (distinciones lingüísticas, emocionales y corporales) a través de la utilización de juegos.

En este sentido, los juegos no son evaluativos ni hay calificaciones individuales ó grupales. Los juegos son seguros, no presuponen riesgo alguno para los participantes y no necesitan de ninguna habilidad o destreza física particular.

Se asigna un coach a cada grupo para facilitar el seguimiento de las consignas y la posterior devolución de lo sucedido en los juegos.

Este taller permite observar la posibilidad de incorporar distinciones y aprendizajes en un contexto ameno y divertido.

Objetivos: Permitir que los participantes:

- Distingan la forma en que cada integrante puede incrementar su confianza individual y en los integrantes del equipo.
- Identifiquen el tipo de compromiso individual que necesitan manifestar para lograr el resultado deseado.
- Se comuniquen en forma efectiva.
- Distingan la fuente de la motivación individual.
- Observen lo que les falta para enrolar al resto del equipo.
- Vivenciar el modelo para obtener resultados extraordinarios.

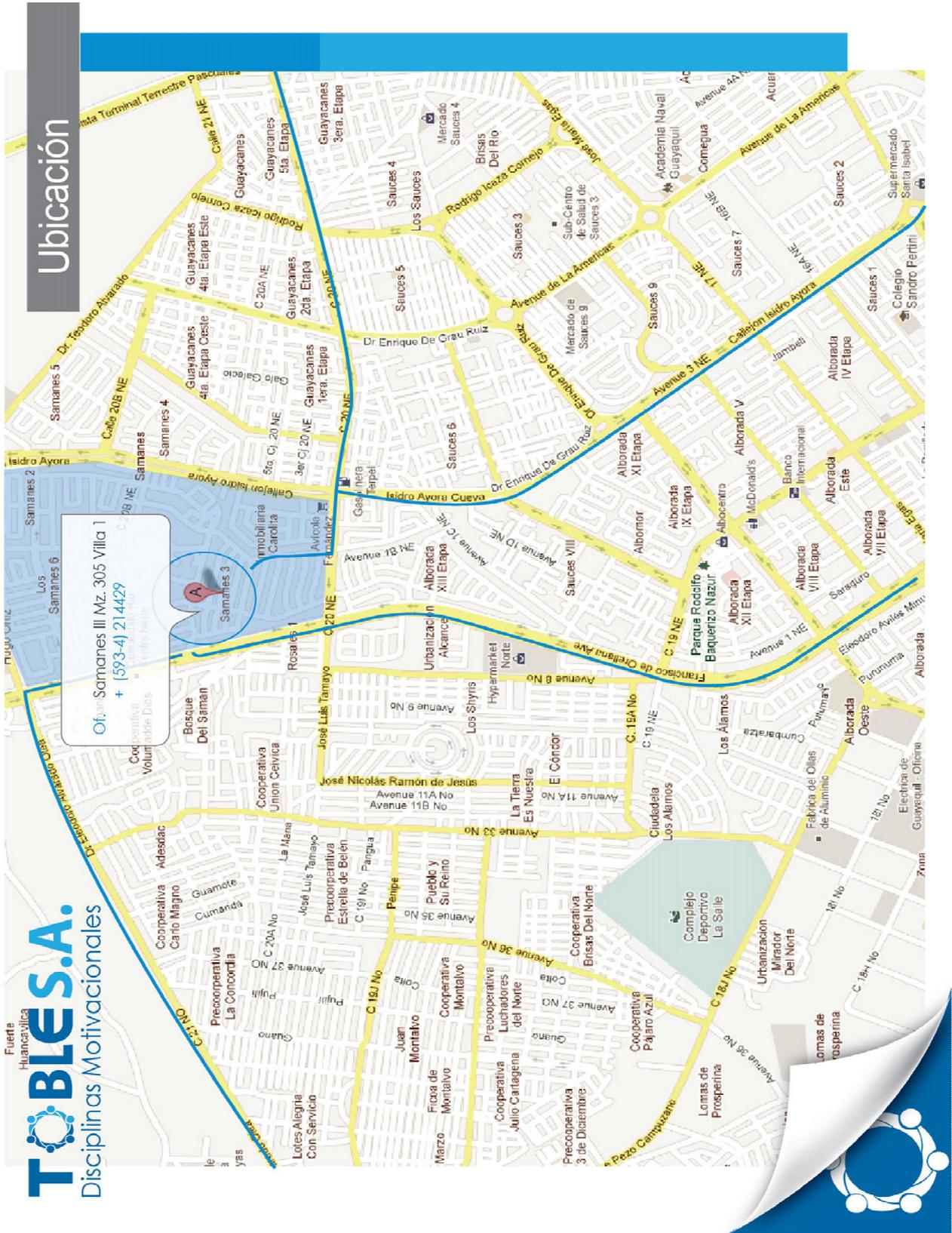
Estructura:

Una actividad de trabajo en equipo comienza con una breve exposición teórica que genera el contexto para las dinámicas posteriores. Se describen en forma sintética las diferencias entre un grupo y un equipo.

Posteriormente, se desarrollan una serie de juegos con la siguiente organización:

1. El instructor que asiste al equipo explica la consigna del juego.
2. El equipo juega.
3. El instructor efectúa una devolución al equipo acerca de lo sucedido en el juego.
4. El instructor y el equipo conversan acerca de la aplicación de lo visto en el trabajo cotidiano.

CAPÍTULO VI



Plano Empresa





RECEPCIÓN



INFRAESTRUCTURA DISPONIBLE INTERNA

Plano TO -004

SALA TOBLE 1



SALA TOBLE 2



EQUIPOS VARIOS

Los equipos de oficina para TOBLE S.A. estarán compuestos por todas las máquinas y dispositivos que se necesitan para llevar a cabo tareas de oficina.

Computadoras, teléfono, fax, escáner, impresoras, servidores, ups, forman parte del equipo de oficina. Cada uno de estos objetos es necesario para desarrollar el trabajo cotidiano en la oficina.

MOBILIARIO

Los muebles de oficina facilitarán las actividades de las laborales comunes, el trabajo individual, las pequeñas reuniones en el puesto de trabajo, reuniones en las áreas comunes y salas de reunión específicas.

TOBLE S.A. requerirá de tres estaciones de trabajo para las ejecutivas de ventas, dos puestos de trabajo para el área administrativa y académica, uno para el Director General, tres salas de reuniones.

SISTEMAS DE COMUNICACIÓN

La administración apropiada de los sistemas de comunicación es un desafío importante para el director de TOBLE S.A.

Un área funcional principal dentro de la empresa, es tan importante para el éxito empresarial como las funciones de las aéreas de contabilidad, ejecutivos de ventas y dirección.

CAPITULO VII

NÓMINA DEL PERSONAL

A continuación presentamos la constitución personal de TOBLE S.A.

Proyección Inicial

NÓMINA PERSONAL "TOBLE S.A."			
Cargo	Cantidad	SM	Total A
Director	1	\$500,00	\$6.000,00
Administrativo J	1	\$400,00	\$4.800,00
Ejecutivo A	1	\$292,00	\$3.504,00
Ejecutivo B	1	\$0,00	\$0,00
Logística	1	\$ 292,00	\$3.504,00
Académico	1	\$ 0,00	\$0,00
Suman...		\$1.484,00	\$17.808,00

Cuadro TO-009

Fuente: Investigador

Según nuestra política de sueldos tendremos un incremento porcentual anual, basado en la realidad país, es decir tomando como referencia la inflación en nuestra economía.

NÓMINA DEL PERSONAL

A continuación presentamos la constitución personal de TOBLE S.A.

Proyección Anual

Tiempo 10 años

NÓMINA DEL PERSONAL "TOBLE S.A."

Cargo	Cantidad	SM	Total A	AÑOS									
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Director	1	\$500,00	\$6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.120,00	\$ 6.242,40	\$ 6.367,25	\$ 6.494,59	\$ 6.624,48	\$ 6.756,97	\$ 6.892,11	\$ 7.029,96	\$ 7.170,56
Administrativo J	1	\$400,00	\$4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 4.896,00	\$ 4.993,92	\$ 5.093,80	\$ 5.195,67	\$ 5.299,59	\$ 5.405,58	\$ 5.513,69	\$ 5.623,97	\$ 5.736,44
Ejecutivo A	1	\$292,00	\$3.504,00	\$ 3.504,00	\$ 3.574,08	\$ 3.645,56	\$ 3.718,47	\$ 3.792,84	\$ 3.868,70	\$ 3.946,07	\$ 4.024,99	\$ 4.105,49	\$ 4.187,60
Ejecutivo B	1	\$0,00	\$0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Logística	1	\$ 292,00	\$3.504,00	\$ 3.504,00	\$ 3.574,08	\$ 3.645,56	\$ 3.718,47	\$ 3.792,84	\$ 3.868,70	\$ 3.946,07	\$ 4.024,99	\$ 4.105,49	\$ 4.187,60
Académico	1	\$ 0,00	\$0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Suman...		\$1.484,00	\$17.808,00	17.808,00	\$ 18.164,16	\$ 18.527,44	\$ 18.897,99	\$ 19.275,95	\$ 19.661,47	\$ 20.054,70	\$ 20.455,79	\$ 20.864,91	\$ 21.282,21

Cuadro TO-010

PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO

El procedimiento administrativo permitirá regular las actividades tanto de la planta administrativa como operativa de TOBLE S.A. con la finalidad de optimizar sus recursos y maximizar los niveles de productividad del personal de la empresa

TOBLE S.A. tiene como propósito a través del procedimiento establecer lineamientos generales para garantizar el cumplimiento de los objetivos de la Empresa y la seguridad en la ejecución de los procesos administrativos y financieros, generando confianza en sus colaboradores a través de procedimientos ágiles que demuestren transparencia y honestidad en el uso de los recursos generados en sus operaciones.

Contiene bases establecidas de procedimientos para cada una de las unidades administrativas y operativas expuestas en el perfil de puestos del organigrama de TOBLE S.A., (capítulo V literal 5.2) constituyéndose en el marco normativo donde se presentan políticas a seguir por los trabajadores en concordancia con las disposiciones del estatuto, necesarias para lograr un eficiente desarrollo de las actividades que contribuyan para una adecuada y confiable administración.

Para efectos de la aplicación del presente manual La Administración se regirá, bajo los siguientes documentos legales:

- a. Constitución Política del Estado
- b. Estatuto de Constitución de la Compañía
- c. Reglamentos internos de TOBLE S.A. en general
- d. Demás leyes aplicables vigentes en nuestro país.

El presente documento es de propiedad de la administración de TOBLE S.A. y será usado única y exclusivamente dentro de esta empresa para normar y reglamentar sus procesos administrativos y será sujeto a modificaciones de acuerdo a las necesidades que en cada ejercicio económico se vayan presentando previo análisis y resolución por parte del Director.

El objetivo general de este manual es plasmar y entregar al personal ejecutivo, administrativo y operativo de TOBLE S.A., un documento de los procesos administrativos, financieros y operativos ejecutados por la empresa que detalle las actividades y tareas que se deben cumplir según las disposiciones del estatuto, reglamento interno, normas y leyes.

Los objetivos específicos que se espera alcanzar con la aplicación del presente manual son, que en cada área se tengan claros los lineamientos generales de procedimientos a fin de que si se realizan cambios de personal las operaciones de TOBLE S.A. no se vean afectadas, por consiguiente cada área tendrá los siguientes objetivos:

El Directorio: Mantener reuniones ordinarias y extraordinarias dictar resoluciones y velar por que las mismas sean cumplidas, controlar y dirigir los destinos de TOBLE S. A. como lo establece su estatuto de constitución.

Dirección: Gestionar, dirigir y controlar todos los procesos administrativos tomar decisiones encaminadas en beneficio de la empresa.

Contabilidad: Analizar financieramente y registrar todos los movimientos económicos acatando leyes fiscales establecidas para el efecto, proteger y controlar el uso adecuado de los recursos de la empresa

Administrativa: Controlar el buen funcionamiento de las áreas comerciales, protección y custodia del perfecto manejo de las relaciones internas y externas de la empresa.

Académico: Controlar el contenido lúdico de las capacitaciones en el talento humano de las empresas, ofrecer y crear programas continuos de capacitación para los instructores de TOBLE S.A.

Logística: Brindar apoyo permanente a las acciones que emprenda la empresa relacionadas a su naturaleza de capacitaciones dentro y fuera de las oficinas.

Ejecutivo de Ventas: Ofrecer los servicios y productos de la empresa al mercado laboral con la finalidad de concretar contrataciones y planes de capacitación.

Instructores: Capacitar al talento humano de las empresas que contraten los servicios de TOBLE S.A.

CAPITULO VIII

ESTUDIO LEGAL

ASPECTOS LEGALES DE CONSTITUCIÓN

A continuación requisitos para la constitución de TOBLE S.A.

En los anexos encontrará Ley de Compañías

- Denominación social –nombre-
- Aprobación del nombre en la SIC
- Mínimo 2 socios
- Contrato de constitución
- Apertura Cta. De Integración de Capital en un Banco, aportando 25% del total de capital.
- Capital social US\$800.00
- Elevar el contrato de constitución a escritura pública.
- Aprobación de la escritura en la SIC
- Publicación del extracto de aprobación en cualquier Diario de mayor circulación en la ciudad
- Inscripción escritura en el Registro Mercantil
- Elaboración e inscripción de los nombramientos de representación legal en el Registro Mercantil.

Una vez obtenido lo anterior, se debe proceder con el trámite del número de expediente en la SIC para que pueda obtener el R.U.C. de la compañía, previo a eso debe obtener el impuesto de patente en el Municipio de Guayaquil y Cuerpo de Bomberos.

LEY DE COMPAÑÍAS

H. CONGRESO NACIONAL

LA COMISIÓN DE LEGISLACIÓN Y CODIFICACIÓN

En ejercicio de la facultad que le confiere el numeral 2 del artículo 139 de la Constitución Política de la República,

Resuelve:

Expedir la siguiente codificación de la LEY DE COMPAÑÍAS

Sección I

DISPOSICIONES GENERALES

Art. 1.- Contrato de compañía es aquel por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades.

Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.

Art. 2.- Hay cinco especies de compañías de comercio, a saber:

La compañía en nombre colectivo;

La compañía en comandita simple y dividida por acciones;

La compañía de responsabilidad limitada;

La compañía anónima; y,

La compañía de economía mixta.

Estas cinco especies de compañías constituyen personas jurídicas.

La Ley reconoce, además, la compañía accidental o cuentas en participación.

Art. 3.- Se prohíbe la formación y funcionamiento de compañías contrarias al orden público, a las leyes mercantiles y a las buenas costumbres; de las que no tengan un objeto

real y de lícita negociación y de las que tienden al monopolio de las subsistencias o de algún ramo de cualquier industria, mediante prácticas comerciales orientadas a esa finalidad.

Art. 4.- El domicilio de la compañía estará en el lugar que se determine en el contrato constitutivo de la misma.

Si las compañías tuvieran sucursales o establecimientos administrados por un factor, los lugares en que funcionen éstas o éstos se considerarán como domicilio de tales compañías para los efectos judiciales o extrajudiciales derivados de los actos o contratos realizados por los mismos.

Art. 5.- Toda compañía que se constituya en el Ecuador tendrá su domicilio principal dentro del territorio nacional.

Art. 6.- Toda compañía nacional o extranjera que negociare o contrajere obligaciones en el Ecuador deberá tener en la República un apoderado o representante que pueda contestar las demandas y cumplir las obligaciones respectivas.

Sin perjuicio de lo que se dispone en el Art. 415, si las actividades que una compañía extranjera va a ejercer en el Ecuador implicaren la ejecución de obras públicas, la prestación de servicios públicos o la explotación de recursos naturales del país, estará obligada a establecerse en él con arreglo a lo dispuesto en la Sección XIII de la presente Ley.

En los casos mencionados en el inciso anterior, las compañías u otras empresas extranjeras organizadas como personas jurídicas, deberán domiciliarse en el Ecuador antes de la celebración del contrato correspondiente. El incumplimiento de esta obligación, determinará la nulidad del contrato respectivo.

Art. 7.- Si la compañía omitiere el deber puntualizado en el artículo anterior, las acciones correspondientes podrán proponerse contra las personas que ejecutaren los actos o tuvieren los bienes a los que la demanda se refiera, quienes serán personalmente responsables.

Art. 8.- Las personas mencionadas en el artículo precedente podrán, una vez propuesta la demanda, pedir la suspensión del juicio hasta comprobar la existencia del apoderado o representante de que trata el Art. 6 de esta Ley. Si no produjeren esa prueba en el perentorio término de tres días, continuará con ellas el juicio.

Art. 9.- Las compañías u otras personas jurídicas que contrajeran en el Ecuador obligaciones que deban cumplirse en la República y no tuvieren quien las represente, serán consideradas como el deudor que se oculta y podrán ser representadas por un curador dativo, conforme al Art. 512 del Código Civil.

Art. 10.- Las aportaciones de bienes se entenderán traslativos de dominio. El riesgo de la cosa será de cargo de la compañía desde la fecha en que se le haga la entrega respectiva.

Si para la transferencia de los bienes fuere necesaria la inscripción en el Registro de la Propiedad, ésta se hará previamente a la inscripción de la escritura de constitución o de aumento de capital en el Registro Mercantil.

En caso de que no llegare a realizarse la inscripción en el Registro Mercantil, en el plazo de noventa días contados desde la fecha de inscripción en el Registro de la Propiedad, ésta última quedará sin ningún efecto y así lo anotará el Registrador de la Propiedad previa orden del Superintendente de Compañías, o del Juez, según el caso.

Cuando se aporte bienes hipotecados, será por el valor de ellos y su dominio se transferirá totalmente a la Compañía, pero el socio aportante recibirá participaciones o acciones solamente por la diferencia entre el valor del bien aportado y el monto al que ascienda la obligación hipotecaria.

La Compañía deberá pagar el valor de ésta en la forma y fecha en que se hubieren establecido, sin que ello afecte a los derechos del acreedor según el contrato original.

No se podrá aportar a la constitución o al aumento de capital de una compañía, bienes gravados con hipoteca abierta, a menos que ésta se limite exclusivamente a las obligaciones ya establecidas y por pagarse, a la fecha del aporte.

Los créditos sólo podrán aportarse si se cubriera, en numerario o en bienes, el porcentaje mínimo que debe pagarse para la constitución de la compañía según su especie.

Quien entregue, ceda o endose los documentos de crédito quedará solidariamente responsable con el deudor por la existencia, legitimidad y pago del crédito, cuyo plazo de exigibilidad no podrá exceder de doce meses. No quedará satisfecho el pago total con la sola transferencia de los documentos de crédito, y el aporte se considerará cumplido únicamente desde el momento en que el crédito se haya pagado.

En todo caso de aportación de bienes el Superintendente de Compañías, antes de aprobar la constitución de la compañía o el aumento de capital, podrá verificar los avalúos mediante peritos designados por él o por medio de funcionarios de la Institución.

Art. 11.- El que contratare por una compañía que no hubiere sido legalmente constituida, no puede sustraerse, por esta razón, al cumplimiento de sus obligaciones.

Art. 12.- Será ineficaz contra terceros cualquiera limitación de las facultades representativas de los administradores o gerentes que se estipulare en el contrato social o en sus reformas.

Art. 13.- Designado el administrador que tenga la representación legal y presentada la garantía, si se la exigiere, inscribirá su nombramiento, con la razón de su aceptación, en el Registro Mercantil, dentro de los treinta días posteriores a su designación, sin necesidad de la publicación exigida para los poderes ni de la fijación del extracto. La fecha de la inscripción del nombramiento será la del comienzo de sus funciones.

Sin embargo, la falta de inscripción no podrá oponerse a terceros, por quien hubiere obrado en calidad de administrador.

En el contrato social se estipulará el plazo para la duración del cargo de administrador que, con excepción de lo que se refiere a las compañías en nombre colectivo y en comandita simple, no podrá exceder de cinco años, sin perjuicio de que el administrador pueda ser indefinidamente reelegido o removido por las causas legales.

En caso de que el administrador fuere reelegido, estará obligado a inscribir el nuevo nombramiento y la razón de su aceptación.

Art. 14.- La falta de inscripción, una vez vencido el plazo señalado en el artículo anterior, será sancionado por el Superintendente de Compañías o el juez, en su caso, con multa de diez a doscientos sucres por cada día de retardo, sin que la multa pueda exceder del monto fijado en el Art. 457 de esta Ley.

Nota:

El Art. 457 corresponde actualmente al Art. 451 de esta Ley.

Art. 15.- Los socios podrán examinar los libros y documentos de la compañía relativos a la administración social; pero los accionistas de las compañías anónimas, en comandita por acciones y de economía mixta, sólo tendrán derecho a que se les confiera copia certificada de los balances generales, del estado de la cuenta de pérdidas y ganancias, de las memorias o informes de los administradores y comisarios, y de las actas de las juntas generales; así mismo, podrán solicitar la lista de accionistas e informes acerca de los asuntos tratados o por tratarse en dichas juntas.

Art. 16.- La razón social o la denominación de cada compañía, que deberá ser claramente distinguida de la de cualquiera otra, constituye una propiedad suya y no puede ser adoptada por ninguna otra compañía.

Art. 17.- Por los fraudes, abusos o vías de hecho que se cometan a nombre de compañías y otras personas naturales o jurídicas, serán personal y solidariamente responsables:

- 1.- Quienes los ordenaren o ejecutaren, sin perjuicio de la responsabilidad que a dichas personas pueda afectar;
- 2.- Los que obtuvieren provecho, hasta lo que valga éste; y,
- 3.- Los tenedores de los bienes para el efecto de la restitución.

Art. 18.- La Superintendencia de Compañías organizará, bajo su responsabilidad, un registro de sociedades, teniendo como base las copias que, según la reglamentación que expida para el efecto, estarán obligados a proporcionar los funcionarios que tengan a su cargo el Registro Mercantil.

Las copias que los funcionarios antedichos deben remitir a la Superintendencia para los efectos de conformación del registro no causarán derecho o gravamen alguno.

En el reglamento que expida la Superintendencia de Compañías se señalarán las sanciones de multa que podrá imponer a los funcionarios a los que se refieren los incisos anteriores, en caso de incumplimiento de las obligaciones que en dicho reglamento se prescriban.

La Superintendencia de Compañías vigilará la prontitud del despacho y la correcta percepción de derechos por tales funcionarios, en la inscripción de todos los actos relativos a las compañías sujetas a su control.

La multa no podrá exceder del monto fijado en el Art. 457 de esta Ley.

De producirse reincidencia el Superintendente podrá solicitar a la Corte Suprema de Justicia la destitución del funcionario.

Art. 19.- La inscripción en el Registro Mercantil surtirá los mismos efectos que la matrícula de comercio. Por lo tanto, queda suprimida la obligación de inscribir a las compañías en el libro de matrículas de comercio.

Para inscribir la escritura pública en el Registro Mercantil se acreditará la inscripción de la compañía en la Cámara de la Producción correspondiente.

Art. 20.- Las compañías constituidas en el Ecuador, sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías, enviarán a ésta, en el primer cuatrimestre de cada año:

- a) Copias autorizadas del balance general anual, del estado de la cuenta de pérdidas y ganancias, así como de las memorias e informes de los administradores y de los organismos de fiscalización establecidos por la Ley;
- b) La nómina de los administradores, representantes legales y socios o accionistas; y,
- c) Los demás datos que se contemplaren en el reglamento expedido por la Superintendencia de Compañías.

El balance general anual y el estado de la cuenta de pérdidas y ganancias estarán aprobados por la junta general de socios o accionistas, según el caso; dichos documentos, lo mismo que aquellos a los que aluden los literales b) y c) del inciso anterior, estarán firmados por las personas que determine el reglamento y se presentarán en la forma que señale la Superintendencia.

Art. 21.- Las transferencias de acciones y de participaciones de las compañías constituidas en el Ecuador, sujetas a la vigilancia de la Superintendencia de Compañías, serán comunicadas a ésta, con indicación de nombre y nacionalidad de cedente y cesionario, por los administradores de la compañía respectiva, dentro de los ocho días posteriores a la inscripción en los libros correspondientes.

Art. 22.- La inversión extranjera que se realice en las sociedades y demás entidades sujetas al control y vigilancia de la Superintendencia de Compañías no requerirá de autorización previa de ningún organismo del Estado.

CAPITULO IX

ESTUDIO FINANCIERO

FLUJO DE INVERSIÓN

Cuadro TO-011

Concepto	Años										
	Año 0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS											
Outdoors	0,00	69.000,00	84.000,00	96.000,00	108.000,00	117.000,00	119.340,00	121.726,80	124.161,34	126.644,56	129.177,45
Cursos Cortos	0,00	33.120,00	40.320,00	46.080,00	51.840,00	56.160,00	57.283,20	58.428,86	59.597,44	60.789,39	62.005,18
Cursos Medios y Seminarios	0,00	24.840,00	30.240,00	34.560,00	38.880,00	42.120,00	42.962,40	43.821,65	44.698,08	45.592,04	46.503,88
Otros Gestión Comercial	0,00	5.000,00	5.750,00	6.500,00	7.250,00	8.000,00	8.750,00	9.500,00	10.250,00	11.000,00	11.750,00
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total Ingresos	0,00	131.960,00	160.310,00	183.140,00	205.970,00	223.280,00	228.335,60	233.477,31	238.706,86	244.026,00	249.436,52
EGRESOS											
Costo outdoors	0,00	17.250,00	25.200,00	19.200,00	21.600,00	16.848,00	16.039,30	16.360,08	14.899,36	15.197,35	15.501,29
Costo Cortos	0,00	6.624,00	10.080,00	10.137,60	10.368,00	11.232,00	11.456,64	11.685,77	11.919,49	12.157,88	12.401,04
Costo Medios	0,00	6.210,00	6.048,00	8.640,00	9.720,00	10.530,00	10.740,60	10.955,41	11.174,52	11.398,01	11.625,97
Salarios	0,00	17.808,00	18.164,16	18.527,44	18.897,99	19.275,95	19.661,47	20.054,70	20.455,79	20.864,91	21.282,21
Contador	0,00	292,00	306,60	321,93	338,03	361,69	387,01	414,10	455,51	501,06	551,16
IESS Patronal 11,15%	0,00	1.985,59	2.025,30	2.065,81	2.107,13	2.149,27	2.192,25	2.236,10	2.280,82	2.326,44	2.372,97
Seguro Corporativo Salud	0,00	12.000,00	12.240,00	12.484,80	12.734,50	12.989,19	13.248,97	13.513,95	13.784,23	14.059,91	14.341,11
Publicidad y Medios	0,00	6.598,00	24.046,50	27.471,00	30.895,50	33.492,00	38.817,05	39.691,14	40.580,17	41.484,42	42.404,21
Servicios Básicos (Agua y Luz)	0,00	660,00	660,00	679,80	679,80	700,19	700,19	728,20	728,20	750,05	750,05
Teléfono	0,00	240,00	240,00	244,80	244,80	249,70	249,70	254,69	254,69	259,78	259,78
Internet	0,00	132,00	132,00	132,00	132,00	132,00	138,60	138,60	138,60	138,60	138,60
Uniformes	0,00	0,00	1.510,00	0,00	1.510,00	0,00	1.661,00	0,00	1.661,00	0,00	1.661,00

Servicio de Limpieza	0,00	480,00	504,00	529,20	555,66	583,44	612,62	643,25	675,41	709,18	744,64
Utiles de Oficina	200,90	401,80	421,89	442,98	465,13	465,13	488,39	512,81	538,45	565,37	593,64
Varios Oficina	0,00	80,00	81,60	83,23	84,90	86,59	88,33	90,09	91,89	93,73	95,61
Gastos de Comida	0,00	1.488,00	1.517,76	1.548,12	1.579,08	1.610,66	1.642,87	1.675,73	1.709,24	1.743,43	1.778,30
Gastos Legales	1.200,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Faltantes de Caja	0,00	6,60	8,02	9,16	10,30	11,16	11,42	11,67	11,94	12,20	12,47
Envíos Correspondencia	0,00	50,00	55,00	60,50	66,55	73,21	80,53	88,58	97,44	107,18	117,90
Suscripciones	0,00	20,00	22,00	23,10	24,26	25,47	26,74	28,08	29,48	30,96	32,50
Gastos de Apertura	1.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Compras Arranque	15.738,90	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Depreciación Equipos	0,00	973,00	973,00	973,00	973,00	973,00	973,00	973,00	973,00	973,00	973,00
Gastos de Constitución	2.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total Egresos	20.139,80	73.298,99	104.235,83	103.574,47	112.986,61	111.788,65	119.216,66	120.055,95	122.459,22	123.373,45	127.637,44
Subtotal antes de impuestos	-20.139,80	58.661,01	56.074,17	79.565,53	92.983,39	111.491,35	109.118,94	113.421,36	116.247,64	120.652,55	121.799,08
Impuesto Renta Industria	-5.034,95	14.665,25	14.018,54	19.891,38	23.245,85	27.872,84	27.279,73	28.355,34	29.061,91	30.163,14	30.449,77
Subtotal despues impuestos	-15.104,85	43.995,76	42.055,63	59.674,15	69.737,54	83.618,51	81.839,20	85.066,02	87.185,73	90.489,41	91.349,31
Más Depreciaciones	0,00	973,00	973,00	973,00	973,00	973,00	973,00	973,00	973,00	973,00	973,00
Más Amortizaciones	0,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
INVERSIONES											
Inversiones Fijas											
Vehículos	0,00	15.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Equipo Tecnológico	0,00	0,00	0,00	5.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Decoración e Instalaciones Especiales	500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total Inversiones Fijas	500,00	15.000,00	3.000,00	8.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Inversiones Temporales											
Capital de Trabajo/ Inversiones circulantes	3.600,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total Inversiones Temp.	3.600,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Otras Inversiones											
Ensayos de funcionamiento	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Estudios de Mercado	0,00	0,00	500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Viajes	0,00	150,00	0,00	150,00	0,00	150,00	0,00	150,00	0,00	150,00	0,00
Honorarios	0,00	37,50	0,00	37,50	0,00	37,50	0,00	37,50	0,00	37,50	0,00
Total Otras Inversiones	0,00	187,50	500,00	187,50	0,00	187,50	0,00	187,50	0,00	187,50	0,00
Total Inversiones	4.100,00	15.187,50	3.500,00	8.187,50	3.000,00	3.187,50	3.000,00	187,50	0,00	187,50	0,00
Valores de Rescate											
Decoración e Instalaciones Especiales	500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total Valores de Rescate	500,00	0,00									
Flujo de Fondos Enfoque Inversión	-20.139,80	30.181,26	39.928,63	52.859,65	68.110,54	81.804,01	79.812,20	85.851,52	88.158,73	91.274,91	92.322,31
FINANCIAMIENTO											
Préstamo	20.200,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Amortización de capital	0,00	2.020,00	2.020,00	2.020,00	2.020,00	2.020,00	2.020,00	2.020,00	2.020,00	2.020,00	2.020,00
Interés	0,00	241,39	241,39	241,39	241,39	241,39	241,39	241,39	241,39	241,39	241,39
EF Fiscal s/intereses	0,00	60,35	60,35	60,35	60,35	60,35	60,35	60,35	60,35	60,35	60,35
Flujo de Fondos Enfoque Inversor	60,20	27.980,22	37.727,59	50.658,60	65.909,50	79.602,97	77.611,16	83.650,48	85.957,68	89.073,87	90.121,26

TIR ENFOQUE INVERSION	180%
VAN ENFOQUE INVERSION	344.377,43
VAN ENFOQUE INVERSOR	352.115,55

ESTUDIO FINANCIERO

ARRANQUE

Cuadro TO-012

RECURSOS	Unidades	Costo Unitario	Costo Total
Utiles de Oficina			
Borradores	4	\$0,25	\$1,00
Carpetas Colgantes	25	\$0,50	\$12,50
Carpetas Leitz	10	\$1,00	\$10,00
Carpetas Manila	50	\$0,10	\$5,00
Carpetas Membretadas	50	\$0,25	\$12,50
CD RW 120mb	10	\$1,20	\$12,00
Cinta adhesiva	4	\$0,80	\$3,20
Clips (Caja)	4	\$1,00	\$4,00
Clips mariposa (Caja)	1	\$2,00	\$2,00
Estilete	4	\$0,80	\$3,20
Etiquetas Multipeg	4	\$0,80	\$3,20
Grapadora	4	\$5,00	\$20,00
Grapas (cajas)	4	\$1,50	\$6,00
Hojas Bond (resma)	1	\$4,00	\$4,00
Hojas Membretadas	100	\$0,05	\$5,00
Lápices dos colores	4	\$0,80	\$3,20
Lápices de papel	4	\$0,20	\$0,80
Liquid Paper	4	\$1,00	\$4,00
Marcadores de pizarra	10	\$0,80	\$8,00
Perforadora	4	\$4,00	\$16,00
Plumas	8	\$0,25	\$2,00
Post it	4	\$0,80	\$3,20
Reglas	4	\$1,00	\$4,00
Resaltadores	8	\$0,70	\$5,60
Sobres Bolsa	50	\$0,20	\$10,00
Sobres Bond	100	\$0,10	\$10,00
Sobres Membretados	100	\$0,20	\$20,00
Tijeras	4	\$2,00	\$8,00
Tachuelas (caja)	1	\$1,00	\$1,00
Vinchas para carpeta (caja)	1	\$1,50	\$1,50
SUBTOTAL			\$200,90
Uniformes			
Blusas	\$80,00	\$10,00	\$800,00
Camisetas tipo polo	\$60,00	\$4,80	\$288,00
Pantalones y faldas	\$55,00	\$6,80	\$374,00
Gorras	\$15,00	\$3,20	\$48,00
SUBTOTAL			\$1.510,00

Material Publicitario			
Brochure Institucional	1.000	\$0,35	\$350,00
Tríptico	600	\$0,25	\$150,00
Bolígrafos	1.000	\$0,27	\$270,00
Tarjetas de Presentación	400	\$0,07	\$28,00
Web Site	1	\$600,00	\$600,00
SUBTOTAL			\$1.398,00
Equipos			
Computador Personal	1	\$800,00	\$800,00
Computador Portátil	4	\$1.500,00	\$6.000,00
In Focus	1	\$1.500,00	\$1.500,00
Impresora a colores	1	\$300,00	\$300,00
Telefax	1	\$200,00	\$200,00
Pen Drive 256	1	\$50,00	\$50,00
Cámara digital	1	\$300,00	\$300,00
Filmadora	1	\$500,00	\$500,00
Teléfono	1	\$80,00	\$80,00
SUBTOTAL			\$9.730,00
Muebles y Enseres			
Sacapuntas eléctrico	1	50	\$50,00
Guillotina	1	60	\$60,00
Anilladora	1	200	\$200,00
Pizarra	1	80	\$80,00
Archivador	1	100	\$100,00
Escritorios	4	200	\$800,00
Sillas ergonómicas	4	80	\$320,00
Sillas de visita	8	50	\$400,00
Mesa de Reuniones	1	150	\$150,00
Sillas reuniones	6	50	\$300,00
Cartelera de corcho	2	25	\$50,00
Archivador aéreo	2	150	\$300,00
Tachos de basura	4	10	\$40,00
Cafetera	1	30	\$30,00
Vajilla	1	20	\$20,00
SUBTOTAL			\$2.900,00
TOTAL			\$15.738,90

ESTUDIO FINANCIERO

INGRESOS MÍNIMOS

Cuadro TO-013

Cursos	P.P.P	#MINP	Total	50%	65%
Outdoors	\$ 50,00	50	\$ 2.500,00	5000	6500
C.Cortas	\$ 30,00	20	\$ 600,00	2400	12480
C.Medias	\$ 45,00	20	\$ 900,00	3600	2340

P.P.P. = Precio por participante

MINP = Número mínimo de participantes

Cuadro TO-014

Cursos		100%	50%	65%	75%	85%	95%
Outdoors	M	4	2	2,60	2,86	3,15	3,46
C.Cortas	M	8	4	5,20	5,72	6,29	6,92
C. Medias	M	4	2	2,60	2,86	3,15	3,46
Outdoors	A	48	24	31	34	38	42
C.Cortas	A	96	48	62	69	76	83
C. Medias	A	48	24	31	34	38	42

Cuadro TO-015

	%	100%	50%	65%	75%	85%	95%
INGRESOS		Esc 1	Esc 2	Esc 3	Esc 4	Esc 5	Esc 6
Semanalmente		\$ 4.600,00	\$ 2.300	\$ 2.990,00	\$ 3.450,00	\$ 3.910,00	\$ 4.370,00
Mensualmente		\$ 18.400,00	\$ 9.200	\$ 11.960,00	\$ 13.800,00	\$ 15.640,00	\$ 17.480,00
Outdoors	54,35%	\$ 10.000,00	\$ 5.000,00	\$ 6.500,00	\$ 7.150,00	\$ 7.865,00	\$ 8.651,50
C.Cortos	26,09%	\$ 4.800,00	\$ 2.400,00	\$ 3.120,00	\$ 3.432,00	\$ 3.775,20	\$ 4.152,72
C. Medios	19,57%	\$ 3.600,00	\$ 1.800,00	\$ 2.340,00	\$ 2.574,00	\$ 2.831,40	\$ 3.114,54
	100,00%						

ESTUDIO FINANCIERO

ESTADO DE RESULTADO

Cuadro TO-016

Concepto	Años				
	1	2	3	4	5
INGRESOS					
Outdoors	69.000,00	84.000,00	96.000,00	108.000,00	117.000,00
C.Cortas	33.120,00	40.320,00	46.080,00	51.840,00	56.160,00
C. Medias	24.840,00	30.240,00	34.560,00	38.880,00	42.120,00
Otros Gestión Comercial	5.000,00	5.750,00	6.500,00	7.250,00	8.000,00
Total Ingresos	131.960,00	160.310,00	183.140,00	205.970,00	223.280,00
EGRESOS					
Gastos Operativos					
Compras	15.738,90	16.525,85	17.352,14	18.219,74	19.130,73
IVA Pagado	1.888,67	1.983,10	2.082,26	2.186,37	2.295,69
Salarios	17.808,00	18.164,16	18.527,44	18.897,99	19.275,95
Contador	2.400,00	2.448,00	2.496,96	2.546,90	2.597,84
Compañía de Seguridad	9.600,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00
Publicidad y Medios	6.598,00	8.015,50	9.157,00	10.298,50	11.164,00
Gastos de Mantenimiento	1.500,00	1.500,00	1.500,00	3.000,00	3.000,00
Servicios Básicos (Agua y Luz)	660,00	673,20	686,66	700,40	714,41
Teléfono	300,00	306,00	312,12	318,36	324,73
Internet	252,00	252,00	252,00	252,00	252,00
Uniformes	0,00	1.510,00	0,00	1.510,00	0,00
Servicio de Limpieza	480,00	504,00	529,20	555,66	583,44
Faltantes de Caja	6,60	8,02	9,16	10,30	11,16
Total Gastos Operativos	57.232,17	61.489,82	62.504,94	68.096,22	68.949,95
Gastos No Operativos					
Útiles de Oficina	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
Varios Oficina	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00
Gastos de Comida	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Gastos Legales	0,00	2.753,64	2.753,64	2.753,64	2.753,64
Envíos	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Suscripciones	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
Depreciación Equipos	973,00	973,00	973,00	973,00	973,00
Gastos de Constitución	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total Gastos No Operativos	12.613,00	15.366,64	15.366,64	15.366,64	15.366,64
Total Egresos	69.845,17	76.856,46	77.871,58	83.462,86	84.316,59
Utilidad Antes de Impuestos	62.114,83	83.453,54	105.268,42	122.507,14	138.963,41
Impuesto Renta Industria	15.528,71	20.863,38	26.317,11	30.626,78	34.740,85
Utilidad Neta	46.586,13	62.590,15	78.951,32	91.880,35	104.222,56
Reserva Legal 10%	4.658,61	6.259,02	7.895,13	9.188,04	10.422,26
Utilidad del Ejercicio	41.927,51	56.331,14	71.056,18	82.692,32	93.800,30

CAPÍTULO X

CONCLUSIONES

Las conclusiones son tomadas de todo el proceso de estudio de esta tesis, que va dirigida en su totalidad a presentar una alternativa especializada en capacitación basadas en disciplinas motivacionales para mejorar la calidad y productividad en el talento humano de las empresas.

Este trabajo de investigación sintetiza las conclusiones más relevantes que se han ido descubriendo a lo largo de toda el tiempo asignado al proceso de construcción de este trabajo de investigación.

El aporte de esta tesis es investigativo y metodológico. Investigativo porque se recaudó información acerca del clima laboral y la importancia de las capacitaciones en las empresas publicas y privadas de sectores: Industrial, comercial, bancario, educativo, y gubernamental.

Metodológico porque se siguieron procedimientos organizados que permitieron evaluar y conocer factores relevantes del desempeño laboral del talento humano en las empresas, y a su vez proponer un plan de mejora en el campo de las capacitaciones según el tiempo estipulado en nuestro estudio de mercado.

A continuación se sintetiza los resultados de nuestras conclusiones:

Entender la importancia de las capacitaciones para el talento humano de las organizaciones, se cumplió este objetivo por medio del análisis del estudio de mercado

realizado en el capítulo 4 del ítem 4.3 y 4.4, nuestra herramienta de investigación utilizada fue la encuesta

De igual forma se detalla todo el proceso de investigación realizada, la cual ayudó a detectar y clasificar las opiniones de 400 diferentes personas pertenecientes a 80 empresas ecuatorianas publicas y privadas, esta última en su mayoría.

Estudiar, analizar y entender el impacto productivo de las capacitaciones en el talento humano de las organizaciones, estudiado y analizado en el capítulo 2 en el ítem 2.1

Analizando las preferencias respecto a la convocatoria, se encontró que el sector laboral prefiere que las capacitaciones sean en días laborales.

Debido a que los procesos de contratación de servicios de capacitación son muy similares, las empresas en diversos sectores necesitan encontrar nuevos factores que incentiven la puesta en marcha de la contratación, razón por la cual presentamos en la propuesta atención especializada a los clientes según sus necesidades.

RECOMENDACIONES

Las recomendaciones que podemos rescatar en la elaboración de este trabajo, son diversas y están dirigidas a diferentes tipos de empresas.

Las empresas modernas buscan el alcance de objetivos y potencializar su talento humano por esa razón se acrecienta la necesidad de estar capacitado.

La iniciativa que tenga la empresa y su preocupación en implementar planes de capacitación marcan la diferencia frente a otras empresas.

Las empresas que se proyectan a obtener una certificación en el mundo globalizado, requieren un personal altamente capacitado y en continuo crecimiento profesional, para lo cual nuestra propuesta de creación de TOBLE S.A. es un valor agregado para este fin.

Las capacitaciones constituyen una inversión a largo plazo para la empresa.

Las capacitaciones se dan una vez sobre un tema específico pero permanecen en los miembros de la organización para siempre.

El proceso de instrucción crea fidelización en el talento humano aportando con sus conocimientos y ayudando al crecimiento de la empresa.

Un personal motivado trae cambios significativos para la productividad de la empresa, para lo cual las capacitaciones y outdoors recobran efecto.

Se debe establecer lazos de vinculación y comunicación entre patronos y empleados de la empresa, ofrecer un buen clima laboral, definir objetivos y políticas para los empleados.

Realzar el aporte individual del talento humano de la empresa, para lo cual las capacitaciones en disciplinas motivacionales son una manifestación de su compromiso con la organización.

BIBLIOGRAFIA

IMPRESA

LUTHANS, Fred.- “*COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL*”.- Edit. McGraw Hill, 2008. México

ALLES MARTHA.- “*DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO*”.- Edit. Granica, 2006. Argentina

GARCÍA JOSE.- “*EQUINERGIA, LA FUERZA DE LOS EQUIPOS HUMANOS*”.- Edit. Mad, SL , 2006. Argentina

DAVIS, K.- “*COMPORTAMIENTO HUMANO EN EL TRABAJO*”.- Edit. McGraw Hill, 1996. Colombia

MAXWELL JOHN, C.- “*LAS 17 LEYES INDISCUTIBLES DEL TRABAJO EN EQUIPO*” .- Edit. Caribe, 2003. USA

HAROLD LEAVITT, JEAN LIPMAN. - “*HOT GROUPS*”.- Edit. Oxford University Press, 2001. USA

BIBLIOGRAFIA

DIGITAL

WWW.XCOMPETENCIAS.COM

WWW.GESTIOPOLIS.COM

WWW.DEGERENCIA.COM

WWW.COP.ES

WWW.TRAINING.COM

ANEXOS

DISEÑO DE ENCUESTA DE FACTIBILIDAD

ENCUESTA (usuario)					
El objetivo de esta encuesta es dar a conocer que tan importante es la capacitación y el adiestramiento del talento humano dentro de la empresa, y que tan importante es desarrollar la misma.					
La empresa en la que trabaja es			Nivel de Instrucción		
PÚBLICA	<input type="checkbox"/>	NINGUNA	<input type="checkbox"/>	TÉCNICO/SUPERIOR	<input type="checkbox"/>
PRIVADA	<input type="checkbox"/>	PRIMARIA	<input type="checkbox"/>	MAESTRIA	<input type="checkbox"/>
Cuál?	<input type="checkbox"/>	SECUNDARIA	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
¿Recibiste capacitación al momento de ingresar a la empresa?			¿Existe buena relación entre trabajadores y patrones?		
SI	<input type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Indique el nivel de importancia de una capacitación			Indique con que frecuencia le agradecería recibir capacitación		
MUY IMPORTANTE	<input type="checkbox"/>	MENSUAL	<input type="checkbox"/>	ANUAL	<input type="checkbox"/>
POCO IMPORTANTE	<input type="checkbox"/>	SEMESTRAL	<input type="checkbox"/>	OTROS	<input type="checkbox"/>
¿Por qué crees que necesitas capacitación?					
¿En la empresa usted se desempeña en el área?			¿En su lugar de trabajo el clima laboral es?		
ADMINISTRATIVA	<input type="checkbox"/>	EXCELENTE	<input type="checkbox"/>	MALO	<input type="checkbox"/>
DIRECTIVA	<input type="checkbox"/>	MUY BUENO	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
PLANTA	<input type="checkbox"/>	BUENO	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
OTROS	<input type="checkbox"/>	REGULAR	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
¿La empresa me ayuda a poner en marcha mis iniciativas para mejorar el trabajo en equipo?			¿Dispongo de los recursos necesarios para desarrollar correctamente mi trabajo?		
SI	<input type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
¿Tengo las condiciones laborales, salario y beneficios apropiados al trabajo que desarrollo?			En orden de prioridad ¿Qué tipo de capacitación le gustaría recibir?		
SI	<input type="checkbox"/>	LIDERAZGO	<input type="checkbox"/>	COMUNICACIÓN	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>	TRABAJO EN EQUIPO	<input type="checkbox"/>	RELACIONES HUMANAS	<input type="checkbox"/>
Indique la modalidad que prefiera para las capacitaciones			La convocatoria para capacitaciones prefiere que sea		
TEÓRICA	<input type="checkbox"/>	LUNES A VIERNES	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
PRÁCTICA	<input type="checkbox"/>	FINES DE SEMANA	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
TEÓRICA/PRÁCTICA	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
¿Cuántas horas estima conveniente para una capacitación?					
1 HORA	<input type="checkbox"/>	4 HORAS	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
2 HORAS	<input type="checkbox"/>	5 HORAS	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
3 HORAS	<input type="checkbox"/>	MÁS DE 5 HORAS	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

CUADRO No. 1
NACIONAL URBANO
CLASIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN URBANA SEGÚN CONDICIÓN DE ACTIVIDAD POR REGIONES NATURALES Y SEXO

CONDICIÓN DE ACTIVIDAD	NACIONAL URBANO			SIERRA			COSTA			AMAZONÍA		
	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
POBLACION TOTAL	9.577.583	4.570.220	5.007.363	4.029.014	1.875.664	2.153.349	5.316.014	2.572.167	2.743.846	232.556	122.388	110.168
Población Menor de 10 años	1.576.093	788.878	787.215	594.563	291.906	302.657	920.294	462.939	457.355	61.235	34.033	27.203
Población en Edad de Trabajar (PET)	8.001.490	3.781.342	4.220.148	3.434.450	1.583.758	1.850.692	4.395.720	2.109.229	2.286.491	171.320	88.356	82.965
Población Económicamente Activa (PEA)	4.418.150	2.584.093	1.834.057	1.871.403	1.048.879	822.523	2.458.610	1.478.696	979.913	88.138	56.517	31.620
Ocupados	4.174.111	2.452.318	1.721.793	1.780.286	1.002.267	778.019	2.309.053	1.395.150	913.904	84.772	54.901	29.871
Ocupados Plenos	2.114.217	1.385.387	728.830	985.462	612.350	373.112	1.094.680	749.236	345.444	34.074	23.800	10.274
Subempleados	2.019.410	1.040.411	979.000	768.084	373.600	394.484	1.201.548	636.355	565.193	49.778	30.456	19.323
Visibles	379.315	201.512	177.803	104.640	44.041	60.599	269.126	153.500	115.626	5.548	3.970	1.578
Otras formas	1.640.096	838.899	801.197	663.444	329.559	333.885	932.422	482.855	449.567	44.230	26.485	17.745
Ocupados No clasificados	40.484	26.520	13.964	26.739	16.317	10.422	12.825	9.558	3.267	920	646	274
Desocupados	244.039	131.775	112.264	91.116	46.612	44.504	149.556	83.547	66.010	3.366	1.616	1.749
Desempleo Abierto	212.134	114.661	97.473	72.058	36.121	35.937	137.398	77.236	60.162	2.678	1.304	1.374
Desempleo Oculto	31.905	17.114	14.791	19.058	10.491	8.567	12.158	6.311	5.848	688	312	376
Cesantes (*)	208.005	113.649	94.356	71.244	37.046	34.199	133.807	75.399	58.408	2.954	1.205	1.749
Trabajadores Nuevos (*)	36.034	18.126	17.908	19.872	9.566	10.306	15.750	8.148	7.602	412	412	
Población Económicamente Inactiva (PEI)	3.583.340	1.197.249	2.386.091	1.563.048	534.879	1.028.169	1.937.110	630.532	1.306.578	83.183	31.838	51.344

* Estas variables corresponden a otra desagregación de la Población Desocupada

Cuadro TO-017

Costo del Seminario 8 Horas	Costo Individual por Participante	Valor subsidiado por SETEC Aproximadamente
\$5.000,00	\$50,00	\$36,00
Cantidad de Participantes	Valor Aproximado que cubre el SETEC	Inversión a Pagar
100	\$3.600,00	\$1.400,00

PROPUESTA ECONÓMICA OPCIÓN I

Estos valores incluyen:

Instructor (4)

Material exclusivo para aprendizaje experiencial

Certificado de Participación

Administración académica

Evaluación de los participantes

Informe Instructor

Traslado del material hacia el lugar del evento

Movilización de instructores y staff TOBLE S.A. hacia el lugar del evento

Estos valores NO incluyen:

Lugar de Capacitación

Alimentación para los Participantes

Agua Permanente

Sonido

Movilización de los participantes Hacia el lugar del evento.

Nota: Esta propuesta se la ha realizado considerando que se realice en un día 8 horas en 4 grupos de 25 personas c/u.



Of. Samanes III Mz. 305 Villa 1
+ (593-4) 214429
capacitaciones@toblesa.com
www.toblesa.com.ec

Costo del Seminario 8 Horas	Costo Individual por Participante	Valor subsidiado por SETEC Aproximadamente
\$6.000,00	\$60,00	\$36,00
Cantidad de Participantes	Valor Aproximado que cubre el SETEC	Inversión a Pagar
100	\$3.600,00	\$2.400,00

PROPUESTA ECONÓMICA OPCIÓN II

Estos valores incluyen:

Instructor (4)

Material exclusivo para aprendizaje experiencial

Certificado de Participación

Administración académica

Evaluación de los participantes

Informe Instructor

Traslado del material hacia el lugar del evento

Movilización de instructores y staff TOBLE S.A. hacia el lugar del evento

Estos valores incluyen:

Lugar de Capacitación Instalaciones Colegio Espíritu Santo

Desayuno y Almuerzo para los Participantes, instructores y staff capacitados

Agua Permanente

Sonido

Nota: Esta propuesta se la ha realizado considerando que se realice en un día 8 horas en 4 grupos de 25 personas c/u.



Of. Samanes III Mz. 305 Villa 1
+ (593-4) 214429
capacitaciones@toblesa.com
www.toblesa.com.ec

Costo del Seminario 8 Horas	Costo Individual por Participante	Valor subsidiado por SETEC Aproximadamente
\$7.000,00	\$70,00	\$36,00
Cantidad de Participantes	Valor Aproximado que cubre el SETEC	Inversión a Pagar
100	\$3.600,00	\$3.400,00

PROPUESTA ECONÓMICA OPCIÓN III

Estos valores incluyen:

Instructor (4)

Material exclusivo para aprendizaje experiencial

Certificado de Participación

Administración académica

Evaluación de los participantes

Informe Instructor

Traslado del material hacia el lugar del evento

Movilización de instructores y staff TOBLE S.A. hacia el lugar del evento

Estos valores incluyen:

Lugar de Capacitación Club KEELA WEE <http://clubkeelawee.com/>

Desayuno y Almuerzo para los Participantes, instructores y staff capacitados

Agua Permanente

Sonido

Movilización de los participantes hacia el lugar del evento

Nota: Esta propuesta se la ha realizado considerando que se realice en un día 8 horas en 4 grupos de 25 personas c/u.



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR
FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOGRÁFICO DE TESIS

Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación

TÍTULO: CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE BRINDE
CAPACITACIÓN EN EL ÁREA DE DISCIPLINAS
MOTIVACIONALES PARA MEJORAR LA CALIDAD Y
PRODUCTIVIDAD EN LAS ORGANIZACIONES.

AUTOR: CHRISTIAN JAVIER TORRES BECERRA

DIRECTORA: VERÓNICA BAQUE ESCOBAR

ENTIDAD QUE AUSPICIO LA TESIS: NO

FINANCIAMIENTO: SI NO X PREGADO X POSGRADO

FECHA DE ENTREGA DE TESIS: 21 de marzo de 2012

GRADO ACADÉMICO OBTENIDO: LICENCIADO EN COMUNICACIÓN
SOCIAL CON MENCIÓN EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y
RELACIONES PÚBLICAS

No. Págs: 200 No. Ref. Bibliográfica: 11 No. Anexos: 5 No. Planos: 5

TÍTULO: Creación de una empresa que brinde capacitación en el área de disciplinas motivacionales para mejorar la calidad y productividad en las organizaciones

RESUMEN: La presente tesis de grado está basada en su totalidad a presentar una alternativa especializada en capacitación basadas en disciplinas motivacionales para mejorar la calidad y productividad en el talento humano de las empresas.

Este trabajo de investigación resume lo que se ha ido descubriendo a lo largo de toda el tiempo asignado al proceso de construcción de este trabajo de investigación.

El aporte de esta tesis es investigativo y metodológico. Investigativo porque se recaudó información acerca del clima laboral y la importancia de las capacitaciones en las empresas publicas y privadas de sectores: Industrial, comercial, bancario, educativo, y gubernamental.

Metodológico porque se siguieron procedimientos organizados que permitieron evaluar y conocer factores relevantes del desempeño laboral del talento humano en las empresas, y a su vez proponer un plan de mejora en el campo de las capacitaciones según el tiempo estipulado en nuestro estudio de mercado.

Entender la importancia de las capacitaciones para el talento humano de las organizaciones, se cumplió este objetivo por medio del análisis del estudio de mercado realizado en el capítulo 4 del ítem 4.3 y 4.4, nuestra herramienta de investigación utilizada fue la encuesta

De igual forma se detalla todo el proceso de investigación realizada, la cual ayudó a detectar y clasificar las opiniones de 400 diferentes personas perteneciente a 80 empresas ecuatorianas publicas y privadas, esta última en su mayoría.

Estudiar, analizar y entender el impacto productivo de las capacitaciones en el talento humano de las organizaciones, estudiado y analizado en el capítulo 2 en el ítem 2.1

Analizando las preferencias respecto a la convocatoria, se encontró que el sector laboral prefiere que las capacitaciones sean en días laborales entre semana.

Debido a que los procesos de contratación de servicios de capacitación son muy similares, las empresas en diversos sectores necesitan encontrar nuevos factores que incentiven la puesta en marcha de la contratación, razón por la cual presentamos en la propuesta atención especializada a los clientes según sus necesidades.

Además encontramos un resumen ejecutivo en el capítulo I sobre la importancia del talento humano y la motivación para el crecimiento de las empresas.

En el capítulo II, los antecedentes y justificaciones de la creación de la empresa

La explicación de la metodología de outdoor training, su importancia e impacto en el mundo laboral lo encontramos en el capítulo III.

Localizamos en el capítulo IV el estudio de marketing de la empresa, se analiza la competencia y se estudia mediante encuestas el mercado meta.

Organigramas y perfiles de puestos encontramos en el capítulo V.

En el capítulo VI se ilustra la infraestructura y estudios de localización.

La nómina del personal y descripción de procesos administrativos en el capítulo VII.

Se aborda en el capítulo VIII la constitución legal de la compañía

El estudio financiero se encuentra en el capítulo IX

Se concluye con el capítulo X, manifestando que la capacitación es una inversión en el mundo globalizado de hoy y se sugiere la motivación como herramienta indispensable

PALABRAS CLAVES: Disciplinas motivacionales, clima laboral, productividad, talento humano, capacitaciones, trabajo en equipo, desempeño laboral, aprendizaje, excelencia y calidad

TRANSLATION TO ENGLISH

TITLE: Creating a company that provides training in the motivational disciplines in order to improve the quality and productivity into organizations.

ABSTRACT: This thesis is based on full to show an specialized alternate way in the motivational training field to improve the quality and productivity the human talent from companies. This research summarized what had been discovered during the building time process for the investigation. Research and methodology are the support for this thesis. Research means that it gathers information about the labor environment and the importance of the training into public organizations and private sectors: Industrial, Commerce, Banking, Educational, and Government. Methodology means the organized process which allow to evaluate and knowing the relevant factors about the labor performance of the human talent into companies, and at the same time to propose a plan of improvement in the training field according to the due date of the market research.

Understanding the importance of the training for the human talent from the organizations, it was a successful objective by the analysis of the market research done in the chapter IV from the item 4.3 and 4.4, and the tool used for this research was the survey.

Similarly, it is in detail the process of the research done, which help to detect and classify the opinions of four hundred different people from eighty public and private Ecuadorian companies, mostly the latter.

Studying, analyzing and understanding the productive impact from the training of the human talent from the organizations, studied and analyzed in the chapter II item 2.1

Analyzing the preferences about this called, it was found that the labor sector prefers that the training to be done should be during the weekdays.

Because the procurement process of training services are very similar, companies in various sectors need to find new factors that encourage the implementation of recruitment, which is why the proposal presented in specialized care for clients as needed .

We also find an executive summary in Chapter I of the importance of human talent and motivation for business growth.

It is found in chapter II, background and justifications for the creation of the company

The explanation of the methodology of outdoor training, its importance and impact in the workplace is found in Chapter III.

We located in Chapter IV the study of marketing of the company, competition is analyzed and studied by surveying the target market.

Organizational charts and job profiles found in Chapter V.

Chapter VI illustrates the infrastructure and localization studies.

The list of staff and administrative process description is in Chapter VII.

It is addressed in Chapter VIII the legal constitution of the company

The financial study is found in Chapter IX.

It concludes with Chapter X, showing that training is an investment in today's globalized world and the motivation is suggested as an indispensable tool.

KEY WORDS: Motivational fields, Labor Environment, Productivity, Human Talent,
Workshops, Team Work, Job Performance, Learning, Success and Quality.

FIRMAS:



Verónica Baque Escobar
DIRECTORA



Christian Torres Becerra
GRADUADO