

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA OUTSOURCING DE
RECURSOS HUMANOS QUE BRINDE SERVICIOS DE CALIDAD A LA MEDIANA Y PEQUEÑA
EMPRESA DEL SECTOR SERVICIOS EN EL MUNICIPIO DE SANTA ANA.**

PRESENTADO POR
AYALA VALLADARES, KEVIN BENJAMÍN
FLORES HERNANDEZ, JENNIFER LYLY
MANZANO BELTRAN, GABRIELA ALEJANDRA

PARA OPTAR AL GRADO DE:
LICENCIADO (A) EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SAN SALVADOR

EL SALVADOR

CENTROAMÉRICA

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR: INGENIERO MARIO ROBERTO NIETO LOVO

SECRETARIO GENERAL: DOCTORA ANA LETICIA ZAVALA DE AMAYA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

DECANO: MASTER ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

SECRETARIO: M.B.A JOSE CIRIACO GUITIERREZ CONTRERAS

TRIBUNAL CALIFICADOR

LICENCIADO RAFAEL ARÍSTIDES CAMPOS (COORDINADOR DE SEMINARIO)

LICENCIADO MAURICIO LIMA JACO (DOCENTE OBSERVADOR)

INGENIERO MAURICIO ALBERTO RIVAS ROMERO (DOCENTE ASESOR)

JULIO 2015

SAN SALVADOR

EL SALVADOR

CENTROAMERICA

AGRADECIMIENTOS

AYALA VALLADARES, KEVIN BENJAMÍN

Primeramente le quiero dar gracias a Dios por ser mi guía ya que alejados de él no podemos lograr nada, por brindarme sabiduría y salud en el camino y así haber logrado este triunfo tan importante. Agradezco a mis padres porque fueron el sustento, respaldo y apoyo en todo este largo camino, a mi novia que siempre estuvo en las buenas y en las malas apoyando de la mejor manera y agradezco a mis amigas y compañeras con quienes tuve el gusto de compartir todo este tiempo realizando este trabajo. Si plantas una semilla de amistad, recogerás un ramo de felicidad.

FLORES HERNANDEZ, JENNIFER LYLY

Inmensamente agradecida con DIOS por permitirme llegar a este punto, por darme sabiduría e inteligencia para tomar las decisiones que me han encaminado a cumplir parte de mis sueños. A mis padres y a mis abuelos que con amor me educaron, disciplinaron y motivaron a salir adelante. Este título les pertenece. A todos los que han estado desde el principio y a los que se han incorporado, GRACIAS por formar parte de este sueño, por desvelarse conmigo, por motivarme y animarme cada vez que lo necesité.

MANZANO BELTRAN, GABRIELA ALEJANDRA

Gracias primeramente a Dios, por darme fuerzas para poder seguir luchando por mi sueño, a mis padres y hermanas por su inmenso apoyo en este proceso, a mi esposo por ser mi pilar en la vida y a mi hijo por ser mi principal motivación para esforzarme al máximo en el logro de esta etapa. Gracias a todos los que formaron parte de este proceso y a los que guiaron nuestro camino.

INDICE

Contenido

RESUMEN.....	i
INTRODUCCION.....	iii
I. MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA SOBRE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA OUTSOURCING EN RECURSOS HUMANOS QUE BRINDE SERVICIOS DE CALIDAD A LA MEDIANA Y PEQUEÑA EMPRESA DEL SECTOR SERVICIOS EN EL MUNICIPIO DE SANTA ANA.....	1
A. GENERALIDADES DE ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN PROYECTO.....	1
1. Proyecto y Proyecto de Inversión.....	1
1.1 Definición de Proyecto y Proyecto de Inversión.....	1
1.2 Factibilidad.....	4
1.3 Estudio de Factibilidad.....	4
1.3.1 Objetivos de un Estudio de Factibilidad.....	4
1.4 Componentes de Estudio de Factibilidad para un Proyecto.....	5
1.4.1 Estudio de Factibilidad de Mercado	6
1.4.2 Estudio de Factibilidad Técnica.....	9
1.4.3 Estudio de Factibilidad Social.....	11
1.4.4 Estudio de Impacto Ambiental.....	11
1.4.5 Estudio de Factibilidad Económica y Financiera.....	12
1.5 Evaluación del Proyecto.....	14
B. GENERALIDADES DEL OUTSOURCING.....	15
1. Definición del Outsourcing.....	15
2. Antecedentes del Outsourcing.....	17
3. Importancia del Outsourcing.....	19
4. Ventajas del Outsourcing.....	20
5. Desventajas del Outsourcing	21
6. Áreas de la Empresa que Pueden Aplicarse en el Outsourcing	22
7. Áreas de la Empresa que no pueden Aplicarse en el Outsourcing	22
8. Proceso de Contratación de Servicios Outsourcing	23
C. GENERALIDADES DE ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS.....	25
1. Definición de Recursos Humanos	25

2.	Administración de Recursos Humanos.....	25
3.	Importancia de la Administración de Recursos Humanos.....	27
4.	Procesos Básicos de la Administración de Recursos Humanos.	27
5.	El Outsourcing de Recursos Humanos	32
D.	GENERALIDADES DE LA MEDIANA Y PEQUEÑA EMPRESA	33
1.	Definición de la Pequeña y Mediana Empresa.	33
2.	Estructura de la Pequeña y Mediana Empresa.	34
E.	GENERALIDADES DEL SECTOR SERVICIOS.	34
1.	Definición de Servicios.....	34
2.	Características del Sector Servicios.....	35
3.	Administración de la Calidad del Servicios.....	35
F.	GENERALIDADES DEL MUNICIPIO DE SANTA ANA.	36
1.	Departamento de Santa Ana.....	36
2.	Municipios de Santa Ana	36
2.1	Localización Geográfica del Municipio.....	36
2.2	Características de la Población.....	38
2.3	Idiomas y Alfabetización	38
2.4	Economía del Municipio de Santa Ana	38
G.	BASE LEGAL PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA	39
1.	Principales Leyes a Tomar en Cuenta para la Creación de un Empresa..	39
2.	Pasos para Fundar un Negocio.....	40
II. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA OUTSOURCING DE RECURSOS HUMANOS QUE BRINDE SERVICIOS DE CALIDAD A LA MEDIANA Y PEQUEÑA EMPRESA DEL SECTOR SERVICIOS EN EL MUNICIPIO DE SANTA ANA.		
A.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	41
1.	Importancia de la Investigación.	41
2.	Métodos y Técnicas de la Investigación.....	42
2.1	Problema de Investigación.....	42
2.2	Método de la Investigación.....	42
2.3	Tipo de Investigación.....	43
2.3.1.	Diseño del Tipo de Investigación.....	43
3.	Técnicas e Instrumentos de Recolección de la Información.	43
3.1	Técnicas Cuantitativa	44

3.1.1. Entrevista.....	44
3.1.2. Encuesta.....	45
3.1.3. La Observación	46
4. Fuentes de Recolección de la Información	46
4.1. Fuentes Primarias	46
4.2. Fuentes Secundarias	47
5. Ámbito de la Información	47
6. Unidades de Análisis	47
7. Determinación de la Población y Muestra.....	48
7.1. Población.....	49
7.2. Muestra	49
B. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN.....	51
1. Tabulación, Análisis e Interpretación de los Datos	51
2. Resultados de Instrumento Dirigido a las Medianas y Pequeñas Empresas Establecidas en el Municipio de Santa Ana.	52
3. Cruces de información de preguntas del cuestionario	69
4. Resultados de Instrumento dirigido a las Empresas Outsourcing de Recursos Humanos que brindan servicios en el Municipio de Santa Ana	80
5. Cuadro resumen de los aspectos observados de las Empresas Outsourcing que prestan servicios de Administración de Recursos Humanos en el Municipio de Santa Ana.	88
C. SITUACIÓN ACTUAL Y DIAGNÓSTICO DE LA INVESTIGACIÓN	90
1. Situación Actual para la creación de una empresa Outsourcing de Recursos Humanos que brinde servicios de calidad a la Mediana y Pequeña Empresa del sector servicio del Municipio de Santa Ana.....	90
1.1 Situación Actual de las Medianas y Pequeñas Empresas del Municipio de Santa Ana	90
1.2 Situación Actual de las empresas Outsourcing que prestan servicios de Administración de Recursos Humanos en el Municipio de Santa Ana.....	91
2. Diagnóstico de la situación actual para la creación de una empresa Outsourcing de Recursos Humanos que brinde servicios de calidad a la Mediana y Pequeña Empresa del sector servicio del Municipio de Santa Ana..	93
3. Logros y Limitaciones Encontrados en la Investigación	95

III. PROPUESTA PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA OUTSORCING DE RECURSOS HUMANOS QUE BRINDE SERVICIOS DE CALIDAD A LA MEDIANA Y PEQUEÑA EMPRESA DEL SECTOR SERVICIOS EN EL MUNICIPIO DE SANTA ANA.	96
A. IMPORTANCIA DE LA PROPUESTA.....	97
B. ESTUDIO DE MERCADO	98
1. El Consumidor y las Demandas del Mercado y del Proyecto	98
2. La Competencia y las Ofertas del Mercado y del Proyecto.....	100
3. Demanda Potencial Insatisfecha.....	106
4. Comercialización del Servicio Generado del Proyecto	107
4.1 Las 8 P's de Marketing de Servicios.....	107
4.1.1 Producto	107
4.1.2 Precio.....	108
4.1.3 Comercialización (Plaza)	109
4.1.4 Promoción	109
4.1.5 Personas.....	110
4.1.6 Physical (Entorno)	110
4.1.7 Proceso.....	110
4.1.8 Productividad	111
4.2 Imagen de la empresa.....	111
4.2.1 Isotopo.....	111
4.2.2 Logo	112
4.2.3 Slogan.....	112
4.2.4 Logotipo.....	112
C. ESTUDIO TECNICO	113
1. Tamaño Óptimo del Proyecto.....	113
2. Localización optima del proyecto	114
a. Macrolocalización	116
b. Microlocalización	116
3. Ingeniería del Proyecto.....	118
a. Proceso de Producción	119
b. Diseño de las Instalaciones.....	130
c. Distribución de las Instalaciones.....	132
d. Distribución de las Áreas de Oficinas	133

e. Requerimiento de Mobiliario y Equipo	134
4. Análisis Organizativo, Administrativo y Legal	139
4.1 Estructura Organizacional y Administrativa	139
4.2 Organización de la Empresa	142
4.3 Aspectos Legales.....	143
D. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD SOCIAL.....	148
E. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL	149
F. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO	150
1. Inversiones del Proyecto	150
2. Operaciones del Proyecto	151
3. Ingresos del Proyecto.....	152
4. Depreciación de Activo Fijo	152
5. Determinación de Gastos de Administración y Ventas	152
6. Fuentes de Financiamiento	153
7. Flujo de Efectivo Proyectado	153
8. Estado de Resultado Proyectado.....	154
9. Balance General Proyectado.....	155
10. Evaluación Financiera del Proyecto	156
CONCLUSIONES.....	159
RECOMENDACIONES.....	160
BIBLIOGRAFÍA	161
ANEXOS.....	i

RESUMEN

Las empresas Outsourcing son una modalidad de empresas que prestan diferentes servicios especializados a otra empresa por medio de un contrato, permitiendo a estas empresas contratantes poder enfocarse en otros puntos importantes que les permitan mayor crecimiento.

El Origen de este Proyecto se basa en Fuentes Secundarias que arrojaron información donde el Municipio de Santa Ana cuenta con un considerable número de Medianas y Pequeñas Empresas con una necesidad de crecimiento. Una Empresa Outsourcing enfocada en el área de Recursos Humanos podría satisfacer esa necesidad al ofrecer servicios de calidad y con precios justos que apoyen a los empresarios del Municipio. De la identificación de esta necesidad nace la idea del proyecto de creación de una empresa Outsourcing de Recursos Humanos que brinde servicios de calidad a las Medianas y Pequeñas Empresas localizadas en el Municipio de Santa Ana. Para que el proyecto se ha considerado los siguientes objetivos:

Establecer una base teórica que sirva como guía para sustentar el Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa Outsourcing de Recursos Humanos que brinde servicios de calidad a la Mediana y Pequeña Empresa del Sector Servicios ubicada en el Municipio de Santa Ana.

Diagnosticar la Situación Actual para la aceptación de una empresa Outsourcing de Recursos Humanos que brinde servicios de calidad a la Mediana y Pequeña Empresa del Sector Servicios ubicadas en el Municipio de Santa Ana.

Diseñar una propuesta que contribuya a la creación de una empresa Outsourcing de Recursos Humanos y Mercadotecnia que brinde servicios de calidad a la Mediana y Pequeña Empresa del Sector Servicios ubicadas en el Municipio de Santa Ana.

En el contenido del presente trabajo se da a conocer los resultados del Estudio de Mercado realizado en el Municipio de Santa Ana, para el cual se utilizó el Método Hipotético Deductivo, los instrumentos de investigación que se utilizaron fueron la Entrevista, la Encuesta y la Observación Directa. Los resultados de este estudio encaminaron al proyecto original hacia otra dirección pues según los análisis se demuestran que los servicios relacionados al Área de Mercadotecnia son fuertemente

demandados así como los servicios en el Área de Recursos Humanos, por lo tanto se replantea la idea de proyecto hacia la creación de una empresas que brinde los servicios en ambas ramas.

Tomando en cuenta el Estudio de Mercado como un punto de partida en el Estudio de Factibilidad se procede a realizar el Estudio Técnico, Estudio Social, Estudio de Impacto Ambiental y el Estudio Económico que reúne los resultados de los cuatro estudios anteriores. Según los resultados del Estudio Económico Financiero demuestra que el proyecto de creación de una empresa Outsourcing de Recursos Humanos y de Mercadotecnia tendría la capacidad de generar los ingresos suficientes que le permita ser auto sostenible en el tiempo, lo que quiere decir que desde el punto de vista financiero es factible por lo tanto se recomienda poner en marcha el proyecto en el menor tiempo posible ya que las empresas del Municipio de Santa Ana demuestran tener una necesidad actual que al satisfacerla se iniciará el camino hacia el desarrollo de estas.

INTRODUCCION

Al año 2014 las empresas generalmente funcionan a un ritmo acelerado ya que el medio así lo exige, el hecho de enfocarse más en el giro principal de la empresa causa que algunas organizaciones descuiden ciertas áreas o departamentos que las constituyen, lo cual no es adecuado pues el funcionamiento sostenible es lo que genera el éxito seguro de las entidades. Ante esta situación surgieron las empresas Outsourcing o conocidas también como empresas de subcontratación o tercerización, que han venido a brindar un servicio con enfoque.

Es por ello que se ha generado el interés de la realización de un estudio que determine la factibilidad de una empresa Outsourcing de Recursos Humanos. Según las investigaciones de fuentes secundarias, en El Salvador las empresas que brindan servicios Outsourcing se encuentran geográficamente localizadas en el Departamento de San Salvador ya que es la ubicación donde más se están desarrollando las compañías; sin embargo, se cree que en lo que resta del territorio salvadoreño existen ciertas áreas donde puede haber un fuerte potencial de desarrollo económico como lo es el Departamento de Santa Ana.

Con este proyecto se pretende satisfacer las necesidades de aquellas empresas que se encuentran en vías de desarrollo y necesitan adquirir servicios a precios más cómodos y a la vez de buena calidad, colaborando no solo con el crecimiento de las Medianas y Pequeñas Empresas, sino también con el Desarrollo Económico del Municipio de Santa Ana en general.

He ahí el interés de realizar un Estudio de Factibilidad en dicha zona, por lo cual el Capítulo I muestra la base teórica recopilada que permite ayudar a la realización del mismo, así como la información básica sobre los proyectos y su evaluación. Se hace énfasis en la teoría existente de las empresas Outsourcing ya que es un término bastante actual el cual sería adecuado incorporarlo en la teoría impartida en las cátedras de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad de El Salvador.

El Capítulo II da a conocer los resultados de la investigación de campo realizada en el Municipio de Santa Ana. Así mismo, a través de la investigación se realizó el Diagnóstico de las Situación Actual, la cual determinó si es o no factible el seguir con el proyecto de creación de una empresa Outsourcing de Recursos Humanos en dicho Municipio.

En el Capítulo III se muestra una propuesta en base a los resultados aportados por el Estudio de Mercado ya que este encaminó a determinar la Factibilidad Técnica, Social, Ambiental y Económica. Por último se demuestran los resultados de la Evaluación del Proyecto para conocer si este puede obtener los ingresos que le permitan ser auto sostenible en el tiempo.

I. MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA SOBRE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA OUTSOURCING EN RECURSOS HUMANOS QUE BRINDE SERVICIOS DE CALIDAD A LA MEDIANA Y PEQUEÑA EMPRESA DEL SECTOR SERVICIOS EN EL MUNICIPIO DE SANTA ANA.

A. GENERALIDADES DE ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN PROYECTO

1. Proyecto y Proyecto de Inversión.

1.1 Definición de Proyecto y Proyecto de Inversión

Un Proyecto es: “Ni más ni menos la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver entre tantas una necesidad humana. Cualquiera que sea la idea que se pretende implementar, la inversión, la metodología o la tecnología por aplicar, ella conlleva necesariamente la búsqueda de proposiciones coherentes destinadas a resolver las necesidades de las personas humanas”.¹

Proyecto de Inversión: “Es un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporciona insumos de varios tipos, producirá un bien o un servicio, útil a la sociedad”.²

La definición que más se adecua al presente trabajo de investigación es la siguiente: “Un Proyecto es una serie de acciones conducentes a lograr objetivos de bienestar, bien sea para una persona natural o jurídica, o para una comunidad independiente de número de personas que la conformen”³

Esta definición es de tipo integral ya que se aplica tanto a los proyectos privados como a los sociales, a los proyectos de servicios o de fabricación de bienes, pues el fin último de un proyecto independiente de que tipo sea, es la búsqueda de bienestar ya sea para los

¹ Sapag Chain, Nassir; “Preparación y Evaluación de Proyectos”, Mc Graw Hill interamericana S.A, Quinta Edición, pág. 1

² Baca Urbina, Gabriel. “Evaluación de Proyectos”, Mc Graw Hill interamericana S.A, Séptima Edición, México D.F, pág. 2

³ Palacios Salazar, Ivarth; “Guía Práctica para la Identificación, Formulación y Evaluación de Proyectos”, Editorial Universidad del Rosario, Primera Edición, Bogotá, pág. 16.

dueños de la compañía o para sus consumidores es decir quiénes van a recibir un mejor servicio o producto.

Proyectos de Servicios: Son todos aquellos proyectos que prestan servicios de carácter personal, material o técnico, ya sea a través del ejercicio profesional o a través de instituciones. Dentro de este tipo de proyectos se incluyen los servicios Outsourcing, las consultorías, las investigaciones técnicas y la comercialización de productos y servicios sociales que no estén incluidos en la infraestructura social.

Para que se implementen las iniciativas de inversión de un proyecto dado; es decir, para dar inicio a las etapas de asignación de recursos disponibles, es necesario que el proyecto sea preparado y evaluado, permitiendo que los Agentes Económicos tengan un juicio cualitativo y cuantitativo de las ventajas y desventajas de la asignación de recursos.

Gracias a los alcances de las Ciencias Económicas y las distintas técnicas es posible medir de una forma adecuada las ventajas y desventajas de un proyecto; es decir, se determinará si un proyecto es o no factible para invertir en él. Se debe tomar en cuenta que si un proyecto es considerado bueno o malo siempre está asociado a una variedad de circunstancias ya sean sociales, políticas y económicas que pueden cambiar la concepción en la rentabilidad que se espera de él.

1.1.1. Fases de un Proyecto de Inversión

El Proyecto de Inversión tiene un ciclo de vida que corresponde a un proceso de transformación de ideas surgidas de la detección de necesidades, problemas u oportunidades en soluciones concretas para la provisión de bienes o servicios que mejor resuelven dichas necesidades, problemas o aprovechen las oportunidades. Este ciclo de vida de un Proyecto se compone de las siguientes fases:

Figura 1. Fases de un Proyecto de Inversión



Referencia: CEPAL (Comisión Económica para América Latina)⁴

⁴ Cohen, Ernesto; "Manual Formulación, Evaluación y Monitoreo de proyectos sociales", CEPAL, División de Desarrollo Social, pág. 16

Cuadro 1. Fases de un Proyecto de Inversión

Fases de Proyecto de Inversión	Nivel de Proyecto de Inversión	Descripción
Pre-Operativa (Estudios)	Idea	Se inicia el proyecto incluyendo un diagnóstico preliminar que busca dar respuesta a un conjunto de preguntas que se profundizan en las fases posteriores, la primera pregunta que se debe responder es ¿Cuál o cuáles son los problemas que se pretenden resolver?
	Perfil	En esta etapa se profundiza los antecedentes del diagnóstico. Se realiza una formulación preliminar de las alternativas de implementación del proyecto y se analiza su viabilidad con una primera estimación de los costos e impacto. Si a este nivel la evaluación es positiva se continúa con la fase siguiente.
	Pre-Factibilidad	Se examina en detalle las alternativas consideradas de forma general en la etapa anterior. Para determinar la rentabilidad socioeconómica de las alternativas se requiere estimaciones más detalladas de los costos de inversión y costos de operación además de cifras aproximadas de ingresos que se generaran, si los resultados sugieren la ejecución del proyecto se procede al estudio de factibilidad.
	Factibilidad	Se formula con base en información obtenida de fuentes primarias. En esta etapa se realiza la programación de las actividades, organización y programa de desembolsos correspondientes a la alternativa seleccionada. Concluido este análisis el proyecto está completamente formulado y corresponde a tomar la decisión de su puesta en marcha.
Inversión	Diseño	En este nivel se elaboran los estudios definitivos de ingeniería. Este estado se considera solo en aquellos proyectos que requieren activos fijos para su operación.
	Ejecución	Esta fase consiste en la ejecución concreta de las actividades planificadas en el diseño aprobado.
Operación	Funcionamiento	El proyecto inicia su funcionamiento e ingresa a competir en su sector del mercado. Se inicia con la formación de los equipos de trabajo, la compra de insumos y la operación programada según los procesos y actividades previstos.

Referencia: CEPAL (Comisión Económica para América Latina) ⁵

⁵ Cohen, Ernesto; “Manual Formulación, Evaluación y Monitoreo de Proyectos Sociales”, CEPAL, División de Desarrollo Social, pág. 16

1.2 Factibilidad.

Se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señaladas en un determinado proyecto.

Es el requisito o prueba al que es sometido un proyecto y que califica las posibilidades de éxito que este tiene una vez la coherencia y la viabilidad son probadas; es decir, que si un proyecto viable no es factible ya no se lleva a cabo.

1.3 Estudio de Factibilidad.

Un Estudio de Factibilidad permite la recopilación de toda aquella información necesaria para establecer si un proyecto determinado es posible; es decir, permite el estudio de las alternativas más llamativas o atractivas.

El Estudio de Factibilidad: “Es el análisis de una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe de desarrollar para que sea exitoso. También si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección y la restauración de los recursos naturales y el ambiente”.⁶

1.3.1 Objetivos de un Estudio de Factibilidad.

Un Estudio de Factibilidad se prepara para atender dos tipos de necesidades que con alguna frecuencia puede requerir orientaciones generales diferentes.

- El primer y más importante objetivo de un Estudio de Factibilidad debe ser “Proporcionar información adecuada y suficiente para que los inversionistas potenciales tengan elementos de juicio suficientes para tomar la decisión de adelantar o de descartar el proyecto propuesto”.
- El segundo objetivo de un Estudio de Factibilidad es: “Servir de soporte ante las entidades financieras para las solicitudes de crédito que se presenten, y debe incluir básicamente los resultados de la alternativa seleccionada. Las cifras del

⁶ Luna, Rafael; “Guía para Elaborar Estudios de Factibilidad de Proyectos de Ecoturismo”, PROARCA (Programa Regional Ambiental para Centro América), Marzo ,2001

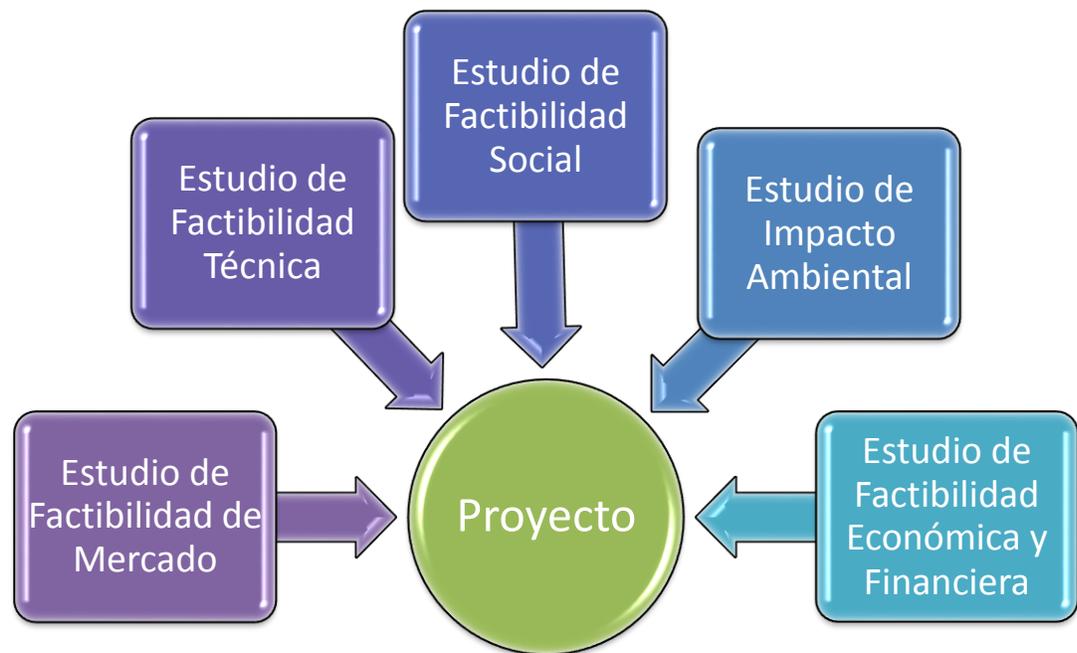
Estudio deben reflejar hasta donde resulte posible la verdadera situación del proyecto”.⁷

1.4 Componentes de Estudio de Factibilidad para un Proyecto.

Los Componentes de un Estudio de Factibilidad profundizan la investigación, los cuales apoyan a los inversionistas para tomar una decisión.

A continuación se detallan los componentes de un Estudio de Factibilidad para un Proyecto:

Figura 2. Componentes de Estudio de Factibilidad para un Proyecto.



Referencia: Por Sapag Chain, Nassir: "Preparación y Evaluación de Proyectos".

⁷ Castillo Niño, Álvaro. "Manual sobre Preparación de Estudios de Factibilidad para Almacenamiento de Granos", Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura- Ilca", publicación número 530, Bogotá, pág. 49.

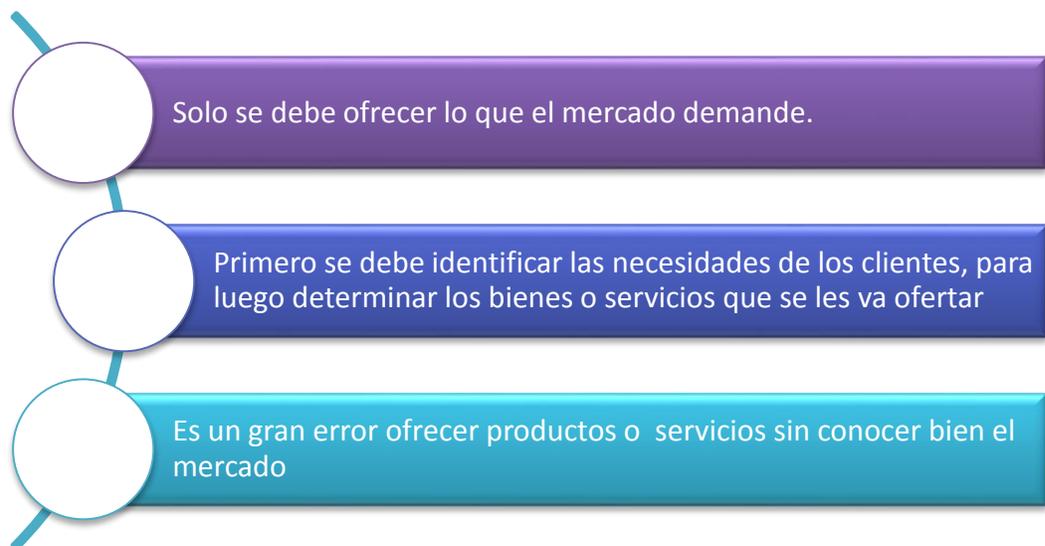
1.4.1 Estudio de Factibilidad de Mercado

Los resultados del Estudio de Mercado fundamentan gran parte de la formulación del proyecto de inversión. La determinación de su mercado es uno de los factores más críticos por el hecho que aquí se define la cuantía de su demanda ya sea de los bienes o servicios y los ingresos o beneficios a obtenerse.

“El Estudio de Mercado es uno de los estudios más importantes y complejos que deben realizarse para la evaluación de proyectos, ya que, define el medio en el que habrá de llevarse a cabo el proyecto. En este estudio se analiza el mercado o entorno del proyecto, la demanda, la oferta y la mezcla comercial. Pero siempre desde el punto de vista del evaluador, es decir en cuanto al costo/beneficio que cada una de estas variables pudiesen tener sobre la rentabilidad del proyecto”.⁸

El éxito de la empresa depende del conocimiento del mercado. Los siguientes son puntos importantes que se deben tener en cuenta:

Figura 3. Puntos Importantes para un Estudio de Mercado.



Referencia: Por Hamilton Wilson Martin "Formulación y Evaluación de Proyectos Tecnológicos Empresariales Aplicados".

⁸ Orjuela Córdova, Soledad; "Guía del Estudio de Mercado para la Evaluación de Proyectos", Universidad de Chile, Seminario de Prueba para optar al título de Ingeniero Comercial, Santiago de Chile, Pág. 9

Con el nombre Estudio de Mercado se denomina a la primera parte de la investigación formal del estudio. “Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización”.⁹

En el marco de la evaluación de proyectos de inversión el Estudio de Mercado tiene básicamente dos objetivos:

Figura 4. Objetivos de un Estudio de Mercado.



Referencia: Por Hamilton Wilson Martin “Formulación y Evaluación de Proyectos Tecnológicos Empresariales Aplicados”.

En resumen el Estudio de Mercado tiene por objeto identificar las condiciones para colocar productos o servicios adecuados en el lugar idóneo, con la promoción correcta y el precio más conveniente.

Decisiones como el precio de introducción, inversiones para fortalecer una imagen, acondicionamiento de los locales en función de los requerimientos observados en el estudio de los clientes potenciales, políticas de crédito recomendadas por el mismo estudio, entre otros, pueden constituirse en variables pertinentes para el resultado de la evaluación

En la siguiente página se detallan ciertos aspectos metodológicos que se deben tomar en cuenta para un Estudio de Mercado.

⁹ Baca Urbina, Gabriel. “ Evaluación de Proyectos “,Mc Graw Hill Interamericana S.A, Séptima Edición, México D.F, pág. 5

Figura 5. Aspectos Metodológicos para un Estudio de Mercado.



Referencia: Por Hamilton Wilson Martin "Formulación y Evaluación de Proyectos Tecnológicos Empresariales Aplicados".

a) El Consumidor y las Demandas del Mercado y del Proyecto, Actuales y Projectadas:

El análisis del consumidor tiene por objeto caracterizar a los consumidores actuales y potenciales, identificando sus preferencias, hábitos de consumo, motivaciones, etc., para obtener un perfil sobre el cual deba basarse la estrategia comercial.

El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a los bienes o servicios.

b) La Competencia y las Ofertas del Mercado y del Proyecto, Actuales y Projectadas.

El estudio de la competencia es fundamental por varias razones. Por ejemplo, la estrategia comercial que se defina para el proyecto no puede ser indiferente a ella. Es preciso conocer la estrategia que sigue la competencia, para aprovechar sus ventajas y evitar sus desventajas; al mismo tiempo, se constituye en una buena fuente de información para calcular las posibilidades de captarle el mercado y también para el cálculo de los costos probables involucrados.

c) Comercialización del Producto o Servicio del Proyecto.

Comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar bienes o servicios al consumidor con los beneficios de tiempo, lugar y calidad que este espera.

El análisis de la comercialización del proyecto es quizás uno de los factores más difíciles de precisar, por cuanto la simulación de sus estrategias se enfrenta al problema de estimar reacciones y variaciones del medio durante la operación del proyecto.

d) Los Proveedores y la Disponibilidad y Precio de los Insumos, Actuales y Projectados.

El mercado de los proveedores puede llegar a ser determinante en el éxito o fracaso de un proyecto. De ahí la necesidad de estudiar si existe disponibilidad de los insumos requeridos y cuál es el precio que deberá pagarse para garantizar su abastecimiento.

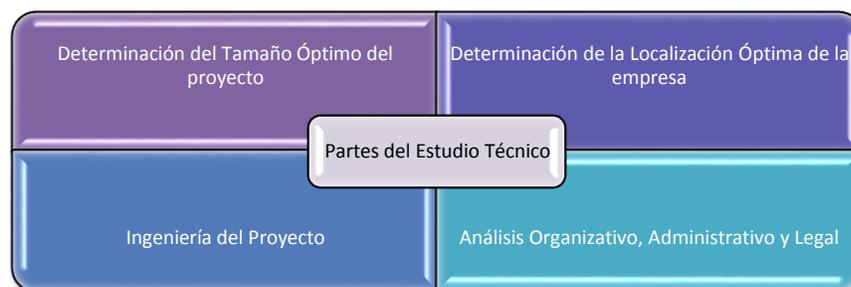
Considerando que cada proyecto es diferente, en el caso de un proyecto enfocado en el ofrecimiento de servicios y que este no cuente con proveedores de insumos, entonces este punto no se es tomado en cuenta para la evaluación.

1.4.2 Estudio de Factibilidad Técnica.

En el Estudio de Factibilidad de un Proyecto, el Estudio Técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esa área.

Técnicamente para los proyectos relacionados a la fabricación de bienes pueden existir diversos procesos productivos opcionales, cuya jerarquización puede diferir de lo que pudiera realizarse en función de su grado de perfección financiera. Por lo general se estima que deben aplicarse los procedimientos y tecnologías más modernos, solución que puede ser óptima técnicamente, pero no serlo financieramente. En la siguiente página se detallan las partes de un Estudio Técnico.

Cuadro 2. Partes de Estudio Técnico



Referencia: Por Baca Urbina, Gabriel. "Evaluación de proyectos"

a. Determinación del Tamaño Óptimo del Proyecto.

El Tamaño del Proyecto es su Capacidad Instalada y se expresa en unidades de producción por año (en una empresa industrial) o en su capacidad de generar un número determinado de servicios en un tiempo dado (en una empresa de servicios).

Para determinar el Tamaño del Proyecto es necesario conocer al detalle la tecnología que se empleará en los servicios prestados a la población; así como la cantidad de mano de obra requerida, su ubicación geográfica y los insumos necesarios para su funcionamiento.

b. Determinación de la Localización Óptima de la Empresa.

El análisis de la Localización del Proyecto pretende encontrar entre una serie de alternativas, la ubicación más factible para las instalaciones, aquella que brinde el mayor número de beneficios al proyecto.

Algunos factores que influyen comúnmente en la decisión de la Localización del Proyecto son: costos de transporte, disponibilidad y costos de la mano de obra, cercanía de las fuentes de abastecimiento, costo y disponibilidad del terreno, cercanía del mercado, disponibilidad de suministros básicos como energía eléctrica y agua, factores ambientales, entre otros.

c. Ingeniería del Proyecto.

Teniendo definido en donde estará ubicado el proyecto y la capacidad de prestación de servicios, es necesario determinar en la Ingeniería del Proyecto aspectos tales como: el proceso que se llevará a cabo para la prestación de los servicios, las necesidades de maquinaria y equipo, qué tipo de tecnología se utilizará y la ubicación del equipo en el local.

Otro aspecto a tomar en cuenta en la Ingeniería del Proyecto es la Distribución de la Planta o Distribución de las Instalaciones en caso de ser una empresa que brinde servicios. La distribución de las instalaciones consiste en proporcionar condiciones de trabajo aceptables, condiciones óptimas de seguridad para sus trabajadores y una buena utilización de los espacios.

d. Análisis Organizativo, Administrativo y Legal.

Estos aspectos son algunos de los cuales no se analizan con profundidad en el Estudio de Factibilidad. Se debe a que son considerados aspectos que por su importancia y delicadeza merecen ser tratados a fondo en la etapa de proyecto definitivo. Esto no implica que deba pasarse por alto, sino, simplemente, que debe mencionarse la idea general que se tiene sobre ellos, pues de otra manera se debería hacer una selección adecuada y precisa del personal, elaborar un manual de procedimientos y un desglose de funciones, extraer y analizar los principales artículos de las distintas leyes que sean de importancia para la empresa.

1.4.3 Estudio de Factibilidad Social.

Este estudio compara los beneficios y costos que una determinada inversión puede tener para la comunidad de un país en su conjunto. No siempre un proyecto que es rentable para un particular también es rentable para la comunidad, y viceversa.

“Tanto la evaluación social como la privada usan criterios similares para estudiar la viabilidad de un proyecto, aunque difieren en la valoración de las variables determinantes de los costos y beneficios que se asocian. A este respecto, la evaluación privada trabaja con el criterio de precios de mercado, mientras que la evaluación social lo hace con precios sombras o sociales. Estos últimos con el objetivo de medir el efecto de implementar un proyecto sobre la comunidad, deben tener en cuenta los efectos indirectos y externalidades que generan sobre su bienestar”.¹⁰

Los beneficios directos se miden por el incremento que el proyecto provocará en el ingreso nacional o de un sector específico mediante la cuantificación de la venta monetaria de los productos o servicios.

1.4.4 Estudio de Impacto Ambiental.

Es el procedimiento técnico-administrativo que sirve para identificar y prevenir los impactos ambientales que producirá un proyecto en su entorno en caso de ser ejecutado,

¹⁰ Sapag Chain, Nassir; “Preparación y Evaluación de Proyectos “, Mc Graw Hill Interamericana S.A, Quinta Edición, pág. 9.

todo ello con el fin de que la administración competente pueda aceptarlo, rechazarlo o modificarlo.

“El Enfoque de la Gestión Ambiental sugiere introducir en la evaluación de proyectos las normas ISO 14000, las cuales consisten en una serie de procedimientos asociados con dar a los consumidores una mejora ambiental continua de los productos y servicios que proporcionara la inversión, asociada con los menores costos futuros de una eventual reparación de los daños causados sobre el medio ambiente”.¹¹

La Legislación Ambiental para la Protección del Medio Ambiente y de los Recursos Naturales en El Salvador, es variada en su aplicación, debido a que es compartido su competencia y manejo institucional. La Constitución de la Republica sienta las bases para la protección legal permitiendo así la existencia de la normativa secundaria como especiales entre las cuales se encuentran La Ley de Conservación de la Vida Silvestre, Ley de Áreas Naturales Protegidas, El Código Municipal entre otras, más sus reglamentos respectivos; también se cuenta con los convenios internacionales ratificados por el Estado, entre ellos el protocolo de Kioto. Estas leyes se toman en cuenta dependiendo el tipo de proyecto que se estima llevar a cabo. (Ver Anexo 1)

1.4.5 Estudio de Factibilidad Económica y Financiera.

Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto, evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad.

La sistematización de la información financiera consiste en identificar y ordenar todos los ítems de inversiones, costos e ingresos que puedan deducirse de los estudios previos. Sin embargo, y debido a que no se ha proporcionado toda la información necesaria para la evaluación, en esta etapa deben definirse todos aquellos elementos que debe suministrar el propio Estudio Financiero. Las inversiones del proyecto pueden clasificarse en terrenos, obras físicas, equipamiento de fábrica y oficina, capital de trabajo, puesta en marcha y otros.

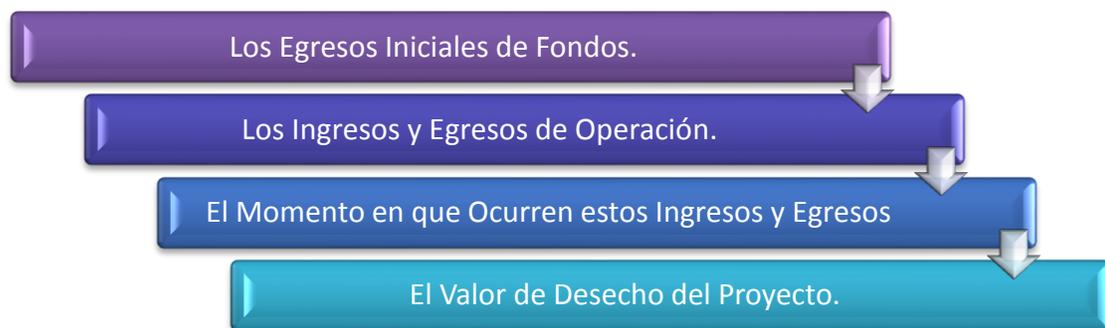
¹¹ Sapag Chain, Nassir; “Preparación y Evaluación de Proyectos “, Mc Graw Hill Interamericana S.A, Quinta Edición, pg. 31.

Los aspectos que sirven de base para la siguiente etapa, que es la Evaluación Financiera son la Tasa de Rendimiento Mínima Aceptable y el cálculo de los Flujos Netos de Efectivo. Los flujos provienen del Estado de Resultado Proyectado para el horizonte de tiempo seleccionado.

El pleno conocimiento de las distintas alternativas de financiación del proyecto es factor clave, puesto que en función de estas alternativas los proyectos pueden resultar más o menos rentables, e incluso, a veces, no rentables en relación con la estructura de fuentes de financiamiento utilizadas.

“El Flujo de Caja de cualquier proyecto se compone de cuatro elementos básicos”¹², estos se detallan en la gráfica mostrada en la siguiente página.

Figura 6. Elementos Básicos de Flujo de Caja.



Referencia: Por Sapag Chain, Nassir; “Preparación y Evaluación de Proyectos “

El Flujo de Caja: “Es un estado financiero básico que presenta, de una forma dinámica, el movimiento de entrada y salida de efectivo de una empresa, en un periodo determinado de tiempo y la situación de efectivo al final del mismo periodo”¹³.

Es importante señalar que el Flujo de Caja se expresa en momentos. El momento cero refleja los egresos previos a la puesta en marcha del proyecto. Si se proyecta remplazar un activo durante el periodo de evaluación, se aplicara la convención de que en el momento de remplazo se considerara tanto el ingreso por la venta del equipo antiguo

¹² Sapag Chain, Nassir; “Preparación y Evaluación de Proyectos “, Mc Graw Hill Interamericana S.A, quinta edición, pág. 291.

¹³ <http://es.slideshare.net/yeimithculman/flujo-de-caja>

como el egreso por la compra del nuevo. Con esto se evitara las distorsiones ocasionadas por los supuestos de cuando vender efectivamente un equipo o de las condiciones de crédito de un equipo que se adquiere.

Los Egresos Iniciales de Fondos: Corresponden al total de la inversión requerida para la puesta en marcha del proyecto. El Capital de Trabajo, si bien no implicará siempre un desembolso en su totalidad antes de iniciar la operación, se considera también como un egreso en el momento cero, ya que deberá quedar disponible para que el administrador del proyecto pueda utilizarlo en su gestión.

Los Ingresos y Egresos de Operación: Constituyen todos los Flujos de Entradas y Salidas Reales de Caja. Es usual encontrar cálculos de Ingresos y Egresos basados en los Flujos Contables en evaluaciones de proyectos, los cuales no necesariamente ocurren de forma simultánea con los Flujos Reales.

El Momento en que Ocurren los Ingresos y Egresos: Anteriormente habíamos visto que los Ingresos y Egresos de Operación no necesariamente ocurren de forma simultánea con los Flujos Reales, lo cual constituye el concepto de devengado o causado, y será determinante el momento en que ocurran los Ingresos y Egresos para la Evaluación del Proyecto.

El Valor de Desecho del Proyecto: “Representa el valor de los activos de los cuáles el inversionista va a ser propietario por el sólo hecho de haber invertido en el negocio”.¹⁴

En otras palabras, para medir la conveniencia de una inversión, no sólo se debe considerar el flujo de beneficios operacionales que esa inversión es capaz de generar en el plazo u horizonte de evaluación, sino que además el valor de lo que, al momento final de la evaluación, que no tiene por qué coincidir con la vida real del proyecto, va a ser de su propiedad.

1.5 Evaluación del Proyecto.

Esta parte es muy importante, pues es la que al final permite decidir la implantación del proyecto. La Evaluación de Proyectos, es el medio indicado para aceptar un proyecto, o

¹⁴ <http://www.nassirsapag.cl/art06.htm>

para establecer prioridades para una selección entre diferentes tipos de proyectos. Por medio de la Evaluación se mide la Factibilidad de un Proyecto; la Evaluación de Proyecto se hace a través de coeficientes que expresan cuantitativamente los recursos utilizados. Los criterios de evaluación dependen de los objetivos que se pretenden cubrir con dicha Evaluación.

La Evaluación Financiera del Proyecto describe los métodos actuales de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, como son la Tasa Interna de Rendimiento y el Valor Presente Neto; se anotan sus limitaciones de aplicación y se comparan con métodos contables de evaluación que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, y en ambos se muestra su aplicación práctica.

Cada una de las evaluaciones que se deben realizar, es necesario realizarlo de manera consciente y responsable, ya que el resultado de las mismas ayudan a la toma de decisiones.

Ahora bien, ya teniendo claro lo que es evaluar un proyecto debemos ver la aplicación para el proyecto de servicios Outsourcing de Recursos Humanos, ya que la esencia del trabajo de investigación es poder concretar los pros y los contras de la tercerización de servicios de Recursos Humanos en el Municipio de Santa Ana. Para ello es necesarios conocer a profundidad en qué consiste el Outsourcing como se detalla a continuación.

B. GENERALIDADES DEL OUTSOURCING.

1. Definición del Outsourcing.

El departamento de Recursos Humanos, sigue teniendo una importancia singular, dentro de cualquier empresa o institución, por lo cual tener servicios eficientes de Recursos Humanos es sinónimo de un buen trabajo organizacional dentro de la empresa.

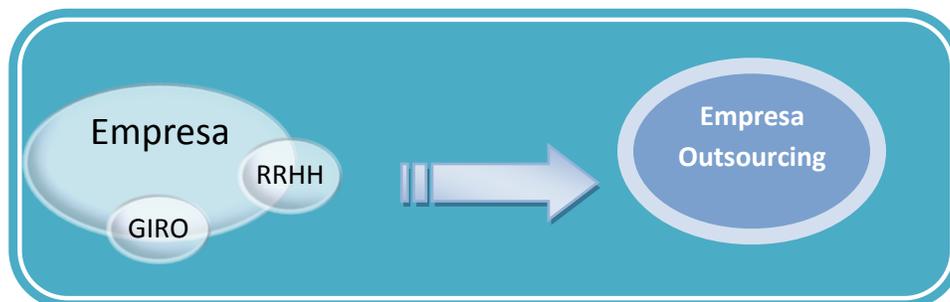
El término Outsourcing viene del neologismo inglés: Outsourcing, en español conocido como Tercerización o Subcontratación. Es el proceso económico empresarial en el que una sociedad mercantil delega los recursos orientados a cumplir ciertas tareas a una sociedad externa dedicada a la prestación de diferentes servicios especializados por

medio de un contrato. La empresa sub contratante deberá transferir parte del control administrativo y operacional a la empresa subcontratada.

El Outsourcing de Recursos Humanos puede ayudar a menudo a satisfacer las metas estratégicas del negocio para reducir costos y tener en cuenta la habilidad del personal fijo actual, de la experiencia y energía que se dirigirán estratégicamente hacia los aspectos y las funciones del negocio en el cual son los más eficaces. Esto hace que el personal en condiciones de proseguir las tareas que serán más rentables para la empresa en su conjunto.

En los últimos años el “Outsourcing ha demostrado ser una herramienta útil para el crecimiento de las empresas, permitiendo su aplicación en diferentes áreas; ayudando de esta manera a que las empresas se enfoquen en su actividad principal”.¹⁵

Figura 7. Funcionamiento del Outsourcing



Referencia: Grafica diseñada por el equipo de investigación

Al hablar de Outsourcing se está refiriendo a una herramienta de gestión que, por sus especiales características en sus bases de negocio, ha llegado a las Pequeñas Empresas y las administraciones locales.

Permite a las empresas no distraer recursos en las actividades que no son esenciales, y dedicarse a su giro principal. De esta manera, las empresas pueden flexibilizar su estructura organizacional y optimizar su estructura de costos operativos, para responder mejor a los cambios del mercado y a las demandas del entorno.

¹⁵ Chorro Hernández, Arturo Enrique; “Outsourcing, Leasing y Alianzas Estratégicas como Alternativas para la Reducción de Costos Operativos en la Gran Empresa de El Salvador. Sector Industria”, Universidad Centroamericana José Simeón Canas, San Salvador, Agosto 2003. Pág. 12.

El Outsourcing resulta eficiente y económico. Es buscar los mejores servicios al menor costo, mediante todas las innovaciones y avances tecnológicos disponibles. Eficiente, porque las empresas contratadas suelen brindar servicios de mayor calidad, ya que son expertas en el campo para el cual se las contrata. Económico, porque resulta menos costoso que mantener en la compañía un departamento interno dedicado a un asunto ajeno a su giro principal, que además no puede mantenerse tan actualizado y competitivo como una empresa dedicada exclusivamente a dicha tarea.

No debe considerarse al Outsourcing solo un método de ahorrar costos fijos, sino de potenciar las capacidades distintivas de una organización. Es una herramienta de liderazgo: los líderes mundiales se concentran en sus mejores capacidades y contratan todo lo demás.

2. Antecedentes del Outsourcing.

En la década de 1960 e inicios de 1970 el principal problema para las empresas era dónde competir, lo que permite la existencia de una estructura jerárquica tradicional y una óptica de gestión por funciones; en una situación de creciente complejidad de la competencia, la cuestión primordial para las empresas es cómo competir, esto es, cómo lograr el éxito respecto a sus más directos competidores, cómo alcanzar una ventaja competitiva sostenible. “Este éxito conlleva para las empresas, la situación de los enfoques de dirección y gestión, así como los modelos organizativos tradicionales por su inadecuación para responder a las nuevas exigencias, y por consiguiente la redefinición de sus procesos y sus estructuras, de sus formas de funcionar, producir y dirigir”.¹⁶

En la década de 1980 el énfasis se puso especialmente en la calidad, imperativo que se mantiene en nuestros días unido a la eliminación del despilfarro, cuyo reflejo se observa en el auge de los sistemas Justo a Tiempo y de los Sistemas de Gestión y Control de Calidad Total. En estos años aparecieron las primeras empresas que con éxito respondieron al entorno actual.

El término Outsourcing fue creado en la década de 1980 para describir la tendencia de las grandes compañías que estaban transfiriendo parte de sus funciones a proveedores.

¹⁶ <http://www.wisis.ufg.edu.sv/www.wisis/documentos>

En El Salvador la historia del Outsourcing no se obtiene por medio de documentos escritos sino a través de las personas que iniciaron las empresas en la década de 1980. En el país se iniciaron con las empresas que brindan servicios de seguridad, se refiere a que diferentes agentes eran colocados en distintas empresas estatales y privadas que requerían del servicio. La subcontratación del personal de agente de seguridad fue un éxito pues ofrecían servicios sin que el contratante interviniera en el proceso de capacitación, reclutamiento, entre otros.

En la década de 1990 surge la contratación que ofrecía personal para el mantenimiento y limpieza interna de las empresas, esto creció hasta las Medianas y Grandes empresas obteniendo excelentes resultados. Así las cosas en la década de 1990 se mantuvo lo anterior afrontando el desafío de la flexibilidad entendida en su sentido más amplio, capacidad de adaptación a los cambios demandados por los clientes, mercado y entorno competitivo que justificó el auge que mantuvo el planteamiento denominado reingeniería de las empresas o diseño de procesos.

Ante las nuevas variables de la competencia y el potencial tecnológico disponible se considera imprescindible, una transformación radical en las empresas por cuanto han de diseñar y redefinir sus procesos, estructuras y sistemas.

En la década de 1990 el Outsourcing era considerado como un medio para reducir los costos; sin embargo en los años más recientes ha demostrado ser una herramienta útil para el crecimiento de las organizaciones.

En San Salvador muchas empresas han logrado su crecimiento gracias a la contratación de servicios Outsourcing ya que estas les han permitido enfocarse en su giro principal, sin embargo; hay muchas empresas en diferentes territorios del país que no tiene fácil acceso a este tipo de servicios. Tomando en cuenta que el Departamento de Santa Ana es el segundo Departamento con mayor Desarrollo Económico, un Estudio de Factibilidad ayudaría a determinar la necesidad de las empresas de contratar servicios Outsourcing de Recursos Humanos.

3. Importancia del Outsourcing.

La creciente intensidad competitiva que se experimenta en la mayoría de sectores, la aceleración del cambio tecnológico, así como la creciente complejidad de los productos y de los procesos para obtenerlos son algunos de los factores que explican el auge del Outsourcing. “Si bien la necesidad de reducir costos e incrementar los niveles de flexibilidad son razones de peso que justifican la utilización de esta estrategia, el hecho de contar con las capacidades de los mejores proveedores y la necesidad de centrarse en la competencia clave está justificando en la actualidad un elevado número de decisiones de Outsourcing”.¹⁷

3.1 Por qué Utilizar el Outsourcing:

- **Reduce y Controla Costos Operativos:** Los Costos Operativos de una organización son más altos que los costos de contratar proveedores externos. En términos de gestión, es más sencillo y económico identificar los costos de un proveedor externo que los costos de transacción internos.
- **Concentración en las Actividades Principales de la Empresa:** Permite reasignar Recursos Humanos a otras funciones más estratégicas para la empresa, lo que da lugar a una mayor flexibilidad en los costos y posibilita agregar valor a las actividades claves de la empresa.
- **Mejora de la Calidad del Servicio:** Los contratos de Outsourcing tienen una cláusula llamada “Acuerdo del Nivel de Servicio”. Ese acuerdo identifica quién es el responsable por la compañía de controlar la calidad del servicio contratado, y qué aspecto debe medir y evaluar para hacerlo. Esto asegura sustancialmente la eficacia de la actividad contratada lo cual permite mejoras de la calidad.

¹⁷ Boulard, Martina Menguzzato, “La Dirección de Empresas ante los Retos del Siglo XXI”, publicación de la Universidad de Valencia, 2009, Pág. 489.

- **Acceso de Personal Altamente Cualificado:** El beneficio más importante que reporta el Outsourcing aplicado a estas áreas es el mayor acceso a la tecnología de última generación y la correspondiente capacitación por especialistas, a un costo muy reducido.
- **Simplificación de los Procesos de Negocio:** Teniendo en cuenta que las actividades determinadas son las que le agregan valor a la propuesta de negocio, se logran importantes ventajas competitivas al utilizar el Outsourcing para aquellas actividades que no fueron identificadas como relevantes; es decir, que por medio del Outsourcing se mejora el enfoque estratégico de la organización.
- En la actualidad, las empresas proveedoras de Outsourcing que concentran sus esfuerzos en realizar la actividad correspondiente a un elemento de la cadena en la forma más eficaz posible, tienen más éxito que las empresas que dispersan sus recursos en realizar la totalidad de las tareas de la cadena de valor, esto es debido a que el Outsourcing puede conseguir que la organización sea más ágil, lo que le permitirá reaccionar de manera más rápida ante los cambios producidos en el entorno.
- **Reducción de los Riesgos Indirectos Asumidos por la Empresa Contratista:** El riesgo del negocio se comparte, pero también se reduce, porque se contrata a un especialista para realizar una actividad que antes desempeñaba un no especialista.

4. Ventajas del Outsourcing.

La compañía contratante, se beneficiara de una relación Outsourcing, ya que logrará en términos generales una funcionalidad mayor a la que tenía internamente con costos inferiores en la mayoría de los casos. “En la siguiente página se hace mención de los beneficios o ventajas del Outsourcing”.¹⁸

¹⁸ Hurtado Cuartas, Darío, “Principios de Administración”, Fondo Editorial Instituto Tecnológico Metropolitano, Colombia, julio 2008, pág. 129

Figura 8. Ventajas del Outsourcing.

1. Permite a la empresa responder con rapidez a los cambios del entorno.
2. Incremento en los puntos fuertes de la empresa.
3. Permite la aplicación de talento y los recursos de la organización a las áreas claves.
4. Ayuda a construir un valor compartido.
5. Ayuda a redefinir la empresa.
6. Construye una larga ventaja competitiva sostenida mediante un cambio de reglas y un mayor alcance de la organización.
7. Ayuda a enfrentar cambios en las condiciones de los negocios.
8. Aumento de la flexibilidad de la organización y disminución de sus costos fijos.

Referencia: Por Hurtado Cuartas Darío, "Principios de Administración"

5. Desventajas del Outsourcing

Como en todo proceso existen aspectos negativos que forman parte integral del mismo. El Outsourcing no queda exento de la realidad y existen ciertos inconvenientes que las empresas pueden sufrir; sin embargo, depende tanto de la empresa contratante como la contratada el disminuir el riesgo de estos. Entre estas desventajas se pueden mencionar las siguientes:

Figura 9. Desventajas del Outsourcing

1. La excesiva dependencia que se puede asumir con los proveedores.
2. La pérdida del control de la actividad.
3. Que la empresa pierda la posibilidad de desarrollar habilidades que puedan ser valiosas en un futuro.
4. El costo ahorrado con el uso de Outsourcing puede que no sea el esperado.

Referencia: Por Hurtado Cuartas Darío, "Principios de Administración"

6. Áreas de la Empresa que Pueden Aplicarse en el Outsourcing

Muchas organizaciones están tomando la decisión estratégica de poner parte de sus funciones en manos de especialistas, permitiéndole a esta concentrarse en lo que mejor saben hacer y así maximizar su rendimiento. Las áreas donde se puede aplicar o desarrollar el Outsourcing son muchas, a continuación se detallan unas de ellas:

Figura 10. Áreas que Pueden Aplicarse en el Outsourcing



Referencia: Por Hurtado Cuartas Darío, "Principios de Administración"

7. Áreas de la Empresa que no pueden Aplicarse en el Outsourcing¹⁹

Así como existen muchas áreas aplicables al Outsourcing, existen áreas que no pueden ser manejadas desde afuera ya que son áreas donde se maneja información importante de la empresa y la cual le brindan ventaja competitiva, por lo tanto cada organización debe manejarlas por sí sola. En la siguiente página se detallan algunas de estas áreas.

¹⁹ Hurtado Cuartas, Darío, "Principios de Administración", fondo editorial Instituto Tecnológico Metropolitano, Colombia, julio 2008, pág. 131

Figura 11 Áreas que No Pueden Aplicarse a Outsourcing



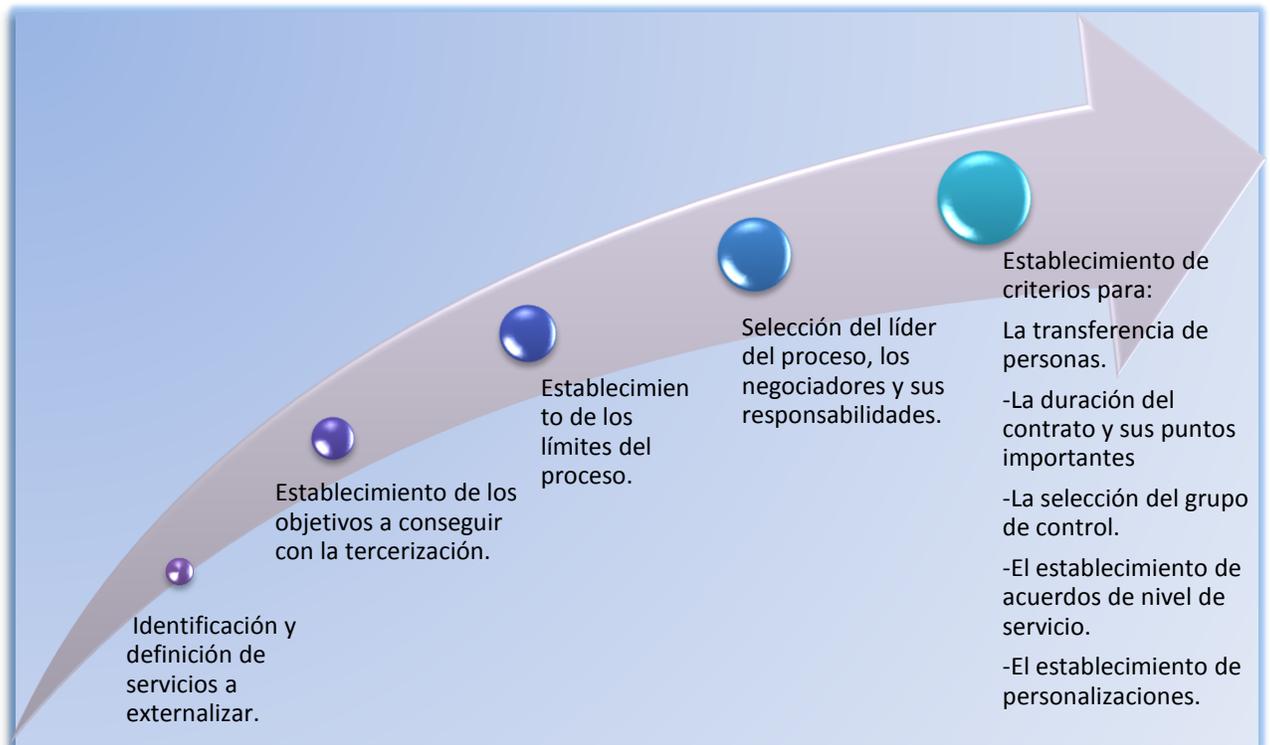
Referencia: Por Hurtado Cuartas Darío, "Principios de Administración"

8. Proceso de Contratación de Servicios Outsourcing²⁰

El Proceso de Contratación de Servicios de Outsourcing comienza mucho antes que el proceso de negociación del contrato propiamente dicho. Podemos establecer que de forma práctica existen una serie de aspectos, comunes a todos los servicios en el proceso de contratación, en la siguiente página se ilustra gráficamente el proceso de contratación.

²⁰ Forneas Carro, José Ramón, "Outsourcing, Saque el Máximo Partido de sus Proveedores", Ediciones Netbiblo, S.L, España 2008, pág. 41.

Figura 12. Proceso de Contratación de Servicios Outsourcing



Referencia: Por Forneas Carro, José Ramon, "Outsourcing, Saque el Máximo Partido de sus Proveedores"

El mercado globalizado requiere compañías eficientes y altamente especializadas, al menor costo posible. Es importante tener en cuenta que el Outsourcing, correctamente implementado, constituye una herramienta valiosa para la efectividad, competitividad y liderazgo de las organizaciones.

Como se vio anteriormente, las áreas para Outsourcing son grandes y variadas, llegando un poco más a fondo sobre el enfoque que se desea tomar, el término Recursos Humanos toma vida, generando así la necesidad de aclarar las diferentes áreas específicas en donde se puede aplicar el Outsourcing. El Área o Departamento de Recursos Humanos es muy amplia por lo tanto en el siguiente apartado se denotara todo lo relacionado a este.

C. GENERALIDADES DE ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS.

1. Definición de Recursos Humanos

Personas que ingresan, permanecen y participan en la organización, en cualquier nivel jerárquico o tarea. Los Recursos Humanos están distribuidos en el nivel institucional de la organización (Dirección), en el nivel intermedio (Gerencia y Asesoría) y en el nivel operacional (técnicos, auxiliares y operarios, además de los supervisores de primera línea). El Recurso Humano es el único recurso vivo y dinámico de la organización y decide el manejo de los demás que son físicos o materiales. Además constituye un tipo de recurso que posee una vocación encaminada hacia el crecimiento y el desarrollo.

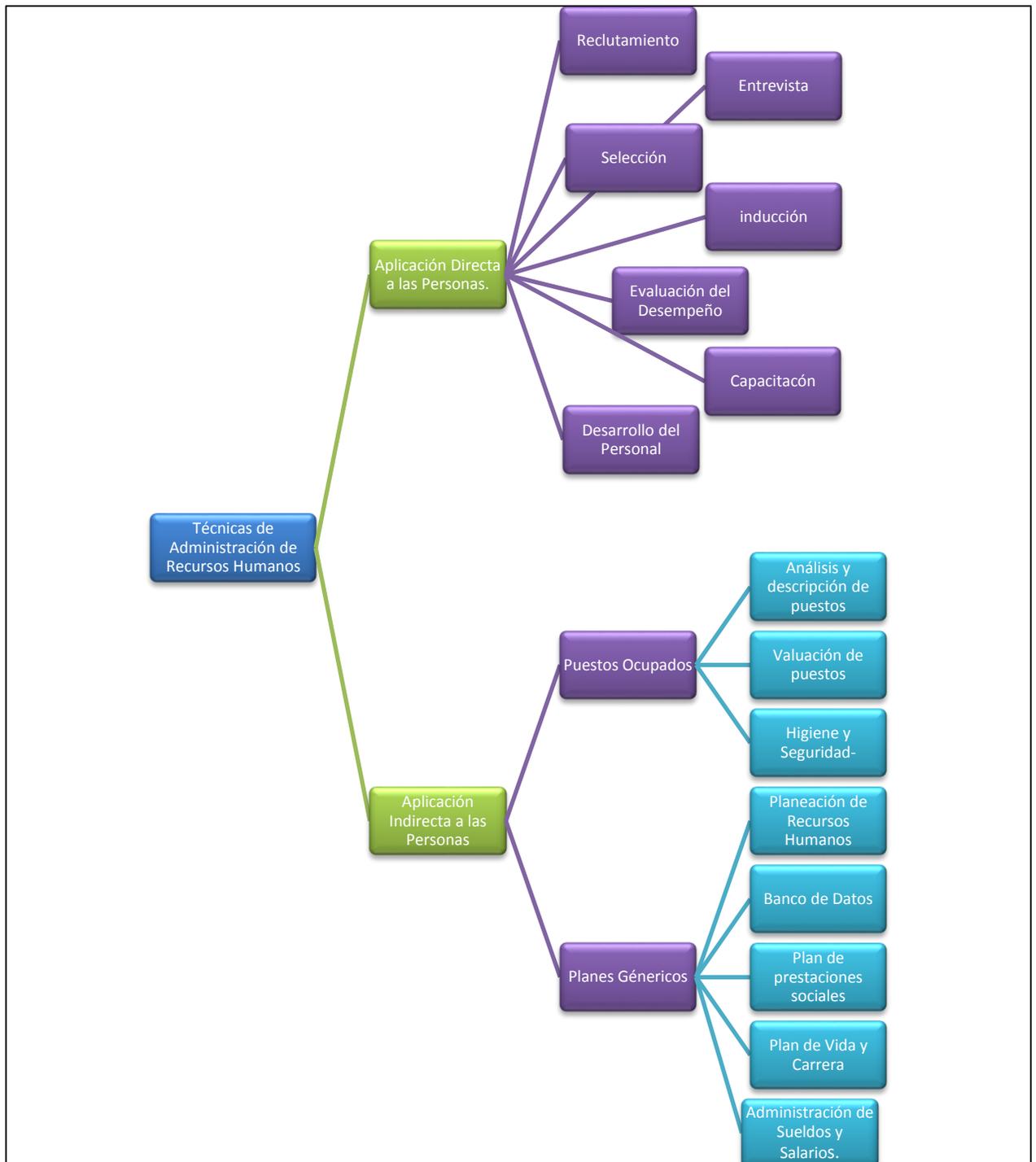
2. Administración de Recursos Humanos

Se debe tener claro que la Administración de Recursos Humanos es un área multidisciplinaria. Los asuntos que se tratan se relacionan con una multiplicidad enorme de campo del conocimiento. Los asuntos tratados por la Administración de Recursos Humanos se refieren tanto a los aspectos internos de la organización (enfoque introvertido), como aspectos externos o ambientales (enfoque extrovertido).

Existen ciertas técnicas de Administración de Recursos Humanos que se aplican directamente a las personas que constituyen los sujetos de su aplicación. Se aplica con las técnicas de Reclutamiento, Entrevista, Elección, Inducción, Evaluación del Desempeño, Capacitación y Desarrollo del Personal.

Otras, se aplican indirectamente, ya sea por medio de los puestos que desempeñan, mediante los Planes o Programas globales o específicos. En los puestos que desempeñan se aplica con las técnicas de Análisis y Descripción de puestos, Valuación de Puestos, Higiene y Seguridad. Por otro lado en los planes genéricos se aplica con las técnicas de Planeación de Recursos Humanos, Banco de Datos, Plan de Prestación Social, Plan de Vida y Carrera y la Administración de Sueldos y Salarios. Todo lo anterior descrito se ilustra en el cuadro que se presenta en la página siguiente.

Figura 13. Técnicas de Administración de Recursos Humanos



Referencia: Por Stoner, James. "Administración"

El cuadro anterior describe básicamente en qué consiste la Administración de Recursos Humanos, pues describe cada una de las técnicas que esta utiliza.

La Administración de Recursos Humanos se define de la siguiente manera: “Es la función administrativa que se ocupa de reclutar, colocar, capacitar y desarrollar a los miembros de la organización”.²¹

La aplicación de la Administración de Recursos Humanos dentro de las empresas es contingente porque depende de la situación organizacional, del ambiente, de la tecnología, de la filosofía administrativa predominante y sobre todo de la cantidad de Recursos Humanos disponibles. A medida que estos elementos cambian, varía también la manera de administrar los Recursos Humanos, es decir que sus técnicas no son rígidas ni inmutables, son flexibles y adaptables pues están sujetas a un desarrollo dinámico. La Administración de Recursos Humanos es un medio para alcanzar la eficiencia y eficacia de las organizaciones a través del trabajo de las personas que permite establecer condiciones favorables para que esta consiga los objetivos individuales.

3. Importancia de la Administración de Recursos Humanos.

La importancia de la Administración de Recursos Humanos radica en muchos factores los cuales benefician en gran magnitud a la empresa. El hecho de garantizar la obtención del personal altamente capacitado y en el momento preciso, ayuda a que la empresa mal gaste recursos que pueden ser aprovechados para ciertas actividades productivas dentro de la misma. Sin olvidar, que un buen rol del departamento ayuda a desarrollar el potencial del ser humano en beneficio mutuo, lo cual permitirá el logro de resultados favorables.

4. Procesos Básicos de la Administración de Recursos Humanos.

Figura 14. Proceso Básico de la Administración de Recursos Humanos



Referencia: Por Idalberto Chiavenato. “Gestión del Talento Humano”

²¹ Stoner, James, Administración, Sexta Edición

4.1 Reclutamiento de Personal.

El Reclutamiento corresponde al proceso mediante el cual la organización atrae candidatos del mercado de Recursos Humanos para abastecer su proceso selectivo. Funciona como un proceso de comunicación: la organización divulga y ofrece oportunidades de trabajo en el mercado de Recursos Humanos. El Reclutamiento, como ocurre al proceso de comunicación, “Es un proceso de doble vía que comunica y divulga las oportunidades de empleo, al tiempo que atrae los candidatos para el proceso selectivo”.²²

La función del Reclutamiento es la de proporcionar la Materia Prima Básica (candidatos) para el funcionamiento de la organización. Surge a partir de las necesidades de Recursos Humanos presentes y futuras de la organización. Se debe investigar e intervenir las fuentes capaces de proveer a la organización del número suficiente de personas que son necesarias para la consecución de sus objetivos.

Figura 15. Técnicas de Administración de Recursos Humanos



Referencia: Por Idalberto Chiavenato "Administración de Recursos Humanos"

²² Idalberto Chiavenato. Gestión del Talento Humano; Colombia: Editorial Mc GRAW HILL, 2002. Pág. 96

4.1.1 Planeación de Personal.

Es el proceso de decisión respecto a los Recursos Humanos necesarios para alcanzar los objetivos organizacionales en determinado tiempo. Se trata de anticipar cuál es la fuerza de trabajo y los talentos humanos necesarios para la realización de las actividades organizacionales futuras.

4.1.2 Investigación Interna de las Necesidades.

Es la identificación de las necesidades de la organización con respecto a Recursos Humanos a corto, mediano y largo plazo. La investigación debe ser continua y constante, debe abarcar todas las áreas y niveles organizacionales para que refleje sus necesidades de personal, así como el perfil y características que los nuevos integrantes deberán tener y ofrecer.

➤ **Modelo Basado en la Demanda Estimada de Productos o Servicios.**

Las necesidades de personal son una variable dependiente de la demanda estimada de los servicios. La relación entre dos variables (número de personas y demanda del servicios) son influidas por las variaciones en la productividad, la tecnología, la disponibilidad interna y externa de recursos financieros y la disponibilidad de personas en la organización.

➤ **Modelo de Gráfica de Reemplazo.**

Muchas organizaciones utilizan gráficas de reemplazo u organigramas de carrera. Son una representación gráfica de quien sustituye a quién, si se presenta la eventualidad de una vacante futura dentro de la organización.

4.1.3 Investigación Externa de las Necesidades.

Es una investigación de Recursos Humanos con objeto de segmentarlo y diferenciarlo para facilitar análisis y posteriormente abordarlo. Así, en la investigación externa

sobresalen dos aspectos importantes: La Segmentación del Mercado de Recursos Humanos y la identificación de las fuentes de Reclutamiento.

El Reclutamiento no siempre involucra al Mercado de Recursos Humanos en su totalidad. Eso no siempre funciona, cuesta caro e inevitablemente da en blancos imprevistos, cuando no logra dar en los blancos pretendidos. Se trata sobre un problema de localización.

4.2 Selección del Personal Idóneo

Se debe tomar en cuenta que el periodo para seleccionar y contratar a las personas, varía de acuerdo el puesto. La selección de personas funciona como un filtro que permite que solo algunas personas puedan ingresar en la organización, las que presenten características deseadas por la organización. Si no hubiese diferencias individuales y si todas las personas fuesen iguales y reuniesen las mismas condiciones para aprender y trabajar, la selección de personas seria innecesaria, pero la variación humana es enorme.

4.3 Inducción del Personal a la Empresa

Conjunto de actividades que se realizan dentro de la administración de personal con el objeto de guiar, orientar e integrar al elemento nuevo al ambiente de trabajo. Desde el punto de vista administrativo, la inducción debe estar perfectamente planeada.

4.4 Planeación de Personas

La planeación estratégica de Recursos Humanos se refiere a la manera como la función de Recursos Humanos puede contribuir a la consecución de los objetivos organizacionales y al mismo tiempo favorecer e incentivar la consecución de los objetivos individuales de los empleados.

4.5 Desarrollo de Personas

Es el aumento en la capacidad de la producción del trabajo alcanzado con mejoras en las capacidades de trabajadores. Estas capacidades realizadas se adquieren con el entrenamiento, la educación y la experiencia. Se refiere al conocimiento práctico, las habilidades adquiridas y las capacidades aprendidas de un individuo que lo hacen

potencialmente. Cada factor productivo debe trabajar de manera eficaz en el logro de los objetivos que estos cambios conllevan; y es aquí donde se llega a realizar el tratamiento del Recurso Humano como Capital Humano.

4.6 Higiene y Seguridad Industrial.

Según la Ley General de Prevención de Riesgos en los Lugares de Trabajo, “en el área de trabajo se deben de adoptar y poner en práctica las medidas adecuadas de seguridad e higiene para proteger la vida, la salud y la integridad corporal de sus trabajadores”.²³

Figura 16. Aspectos que toma en cuenta la Ley General de Prevención de Riesgos en los Lugares de Trabajo



Referencia: "Ley General de Prevención de Riesgos en los Lugares de Trabajo"

La Seguridad Industrial es la técnica que estudia y norma la prevención de actos y condiciones inseguras causantes de los accidentes de trabajo. Conforma un conjunto de conocimientos técnicos que se aplican en la reducción, control y eliminación de accidentes en el trabajo, previo estudio de sus causas.

²³ <http://www.transparenciafiscal.gob.sv>

La Higiene busca conservar y mejorar la salud de los trabajadores en relación con la labor que realicen. En el trabajo abarca el ambiente laboral, es decir, las condiciones del lugar donde se trabaja. Es la relación que existe entre el medio de trabajo y los hábitos personales del trabajador.

4.7 Estrategia para Alcanzar Ventaja Competitiva

Es el patrón de los principales objetivos, propósitos o metas y las políticas y planes esenciales para lograrlos, establecidos de forma que definan en qué clase de negocio la empresa está, o quiere estar, y qué clase de empresa es o quiere ser.

Tiene que ver con posicionar a una organización para que alcance una Ventaja Competitiva sostenible. Esto implica decidir cuáles son las industrias en las que queremos participar, cuáles son los productos y servicios que queremos ofrecer y como asignar los recursos corporativos para lograr una Ventaja Competitiva.

5. El Outsourcing de Recursos Humanos

Todas las empresas tienen diferentes necesidades de Recursos Humanos en función del tamaño y el alcance de la misma. Hay un surtido grande de firmas de Outsourcing de Recursos Humanos que resuelvan las necesidades de una variedad de negocios. Mientras que algunas firmas del Outsourcing proporcionan amplios servicios relacionados con los Recursos Humanos, otras pueden especializarse en apenas una porción de funciones, tales como Reclutamiento o Administración de la Nómina de Pago.

Las empresas que subcontratan en materia de Recursos Humanos tienden a ser pequeñas para las empresas de tamaño medio con un número de empleados que van desde 10 a 1500. Para estas empresas, el Outsourcing de Recursos Humanos se utiliza como un enfoque estratégico para aliviar los aspectos relacionados con las responsabilidades y centrarse en las operaciones básicas de la empresa. En el Outsourcing, las funciones del departamento de Recursos Humanos, la empresa puede tener acceso a la experiencia y al conocimiento de los profesionales de Recursos Humanos para mejorar relaciones del empleado, velar por el cumplimiento de la normativa, y ayudar a gestionar y reducir los gastos de funcionamiento.

Este departamento, sigue teniendo una importancia singular, dentro de cualquier empresa o institución, por lo cual tener servicios eficientes es sinónimo de buen trabajo organizacional dentro de la misma. No olvidando mencionar que ayuda a reducir costes y tener en cuenta la habilidad del personal fijo actual, de la experiencia y energía que se dirigirán estratégicamente hacia los aspectos y las funciones del negocio en el cual son los más eficaces. Esto hace que el personal esté en condiciones de proseguir las tareas que serán más rentables para la empresa en su conjunto.

El enfoque esencial del presente trabajo de investigación es el ofrecer servicios de calidad sobre Outsourcing de Recursos Humanos a las Pequeñas y Medianas Empresas del Municipio de Santa Ana. Esto principalmente para brindarles apoyo en su camino hacia el desarrollo. Es por ello que las Pequeñas y Medianas Empresas son un aspecto primordial en la investigación para ello es necesario identificarlas y ahondar en sus características principales así descritas en el siguiente apartado.

D. GENERALIDADES DE LA MEDIANA Y PEQUEÑA EMPRESA

1. Definición de la Pequeña y Mediana Empresa.

De acuerdo al Ministerio de Economía de El Salvador, la definición de Pequeña y Mediana Empresa en El Salvador está determinada por tres dimensiones: laboral (número máximos de trabajadores empleados remunerados y permanentes), financiera (valor de las ventas brutas de las empresas) y establecimiento o local fijo para realizar sus operaciones empresariales. A partir de lo cual, se establece la siguiente definición.

1.1 Pequeña Empresa: persona natural o jurídica que opera en el mercado, produciendo y/o comercializando bienes o servicios por riesgo propio, a través de una unidad organizativa, con un nivel de ventas brutas anuales hasta de \$1,000,000; y hasta 50 trabajadores remunerados.

1.2 Mediana Empresa: “persona natural o jurídica que opera en el mercado produciendo y/o comercializando bienes o servicios por riesgo propio, a través de una unidad

organizativa, con un nivel de ventas brutas hasta de \$7.0 millones y hasta 100 trabajadores remunerados”.²⁴

2. Estructura de la Pequeña y Mediana Empresa.

Cada PYME utiliza el tipo de estructura que le resulta más conveniente en relación a su nivel de desarrollo, actividad, composición interna y objetivo. Esta organización va cambiando en función de la evolución de la PYME en el tiempo.

Las Pequeñas Empresas se rigen por lo general en el control individual de una persona, es una estructura simple, en el caso, el Gerente o Propietario controla todas las actividades y toma decisiones referentes al funcionamiento de la empresa. Asimismo, suele tener actividades como asesoría legal o contable la cual es provista por una tercera persona fuera de la empresa (subcontratación).

Sus principales características son: La realización de las tareas es supervisada directamente por el propietario, el sistema de coordinación, evaluación y recompensa es altamente informal, la toma de decisiones se centraliza en una sola persona, por lo general, el propietario de la empresa, posee poca especialización en las tareas internas.

Si bien se mencionó que el enfoque principal de la investigación, el brindar los servicios de Outsourcing de Recursos Humanos a las Medianas y Pequeñas Empresas establecidas en el Municipio de Santa Ana, cabe recalcar que se especifica más la investigación al focalizar los estudios en las Medianas y Pequeñas Empresas pertenecientes al Sector Servicios. Dicho esto a continuación se detalla algunos aspectos a considerar del Sector Servicios.

E. GENERALIDADES DEL SECTOR SERVICIOS.

1. Definición de Servicios

“Es una actividad o beneficio que una parte ofrece a otra, es esencialmente intangible y no resulta en la propiedad de nada. También son las actividades identificables que satisfacen las necesidades y no están necesariamente ligadas a la venta de productos o

²⁴<http://www.minec.gob.sv/index>

servicios. Para poder producir servicios puede o no requerirse el uso de productos tangibles. Sin embargo, cuando así se requiere no hay transferencia de los derechos (propiedad permanente hacia esos productos)".²⁵

"La primera interpretación de servicios, ha sido, entenderlo como un valor agregado al producto. Luego fue concebido como una utilidad en si misma que en oportunidades, requiere presentarse a través de bienes tangibles y en otras por medio de la comunicación cliente-proveedor".²⁶

Servicios son un conjunto de actividades desempeñadas por las entidades que buscan satisfacer las necesidades de los miembros de una comunidad ya sea con fines lucrativos o no. A diferencia de un bien, el servicio no se desgasta ni se consume.

2. Características del Sector Servicios.

- **Intangibilidad:** Los servicios a diferencia de los bienes no se pueden tocar, oler o degustar; sin embargo, es tarea del prestador de servicios lograr hacer de los servicios algo tangible para enviar a los clientes las señales correctas sobre la calidad.
- **Variabilidad:** Quien proporciona servicios es de quien depende la calidad de este, es por ello que la calidad de los servicios llega a variar mucho.
- **Inseparabilidad:** Los servicios se produce y se consume al mismo tiempo por lo tanto no puede separarse de sus proveedores.
- **Caducidad:** Los servicios no pueden almacenarse para su uso posterior, en el momento que se es dado y este es pagado se termina su existencia.

3. Administración de la Calidad del Servicios

Una de las principales formas en que una empresa de servicios se puede diferenciar de otras, es entregando consistentemente mayor calidad que sus competidores. La calidad de servicios se podría determinar por ejemplo en la capacidad de una empresa para

²⁵ Ortiz Palma, Ana del Carmen. "Estrategias de Mercadológicas de Operaciones de Turismo y Empresas del Sector Servicio para el Desarrollo Turístico de El Salvador.

²⁶ Vargas Quiñones, Martha Elena. "Calidad y Servicio. Conceptos y Servicio", Ediciones ECOE, Bogotá, 2006, página 47.

retener a sus clientes y esta retiene a sus clientes en la medida que estos perciban un valor agregado por parte de la empresa de servicio.

“El primer paso para ofrecer una calidad en los servicios es facultando a los empleados de atención en la línea frontal: Concederles la autoridad, la responsabilidad y los incentivos que necesitan para reconocer, interesarse y ocuparse de las necesidades del cliente”.²⁷

Los ofrecimientos de servicios Outsourcing de Recursos Humanos se apegan al compromiso de dar servicios diferenciados de los competidores ya que el pilar de los servicios a ofrecer será un enfoque de calidad, para ello es primordial el estudio de las necesidades, características y motivaciones de los consumidores. A continuación se presenta un breve estudio del Municipio de Santa Ana y el comportamiento de su población ya que esta es el mercado potencial del proyecto.

F. GENERALIDADES DEL MUNICIPIO DE SANTA ANA.

1. Departamento de Santa Ana

Santa Ana es un Departamento ubicado en la zona occidental de El Salvador, el cual limita al Norte con la República de Guatemala y parte del Departamento de Chalatenango; al Este con los Departamentos de Chalatenango y La Libertad; al Sur con el Departamento de Sonsonate y al Oeste con el Departamento de Ahuachapán y la República de Guatemala. El Departamento fue creado en el año de 1855 durante la presidencia de José María San Martín y su cabecera es la Ciudad de Santa Ana.

2. Municipios de Santa Ana

2.1 Localización Geográfica del Municipio

El Municipio de Santa Ana está ubicado en el Departamento homónimo, localizado en el extremo norte de la zona occidental de El Salvador. Limita al Norte con Texistepeque y Nueva Concepción, al Este con San Pablo Tacachico, Coatepeque y el Lago de Coatepeque, al Sur con Izalco y al Oeste con Nahuizalco, Chalchuapa, San Sebastián Salitrillo, El Porvenir y Candelaria de la Frontera.

²⁷ Kotler Philip, “Marketing Versión para Latinoamérica”, Decimo Primera Edición, Pearson Educación, Mexico, 2007, Pagina 266.

Su término Municipal tiene un área de 400.1 km² abarcando un 19.8% del área total del Departamento. La Ciudad está ubicada en una altitud de 665 msnm y se encuentra a 65 km de la Capital.

Un dato muy relevante es que La Ciudad de Santa Ana es el segundo Centro Industrial del país, lo cual justifica la importancia de estudiar una parte geográfica de este Departamento.

La Ciudad de Santa Ana es Cabecera Departamental; y la principal Ciudad de la Zona Occidental y segunda en importancia del país, ubicada a 65 km de la Capital, San Salvador. Tiene una población estimada de 264,091 habitantes en el presente año 2014, con una densidad poblacional de 660.02 habitantes por km².

Figura 17. Mapa de Santa Ana



2.2 Características de la Población

Como se ha mencionado con anterioridad el Municipio de Santa Ana tiene una población estimada de 264.091 habitantes para el año 2014, ocupando el segundo lugar en población. Para su administración se divide en 34 cantones y 312 caseríos, mientras que la propia Ciudad se divide en 12 barrios y varias colonias.

De la población total del Municipio, el 83% es urbano y 17% rural; según sexo, el 48% son hombres y 52% mujeres. En lo referente a extrema pobreza, el Municipio de Santa Ana está catalogado dentro de los municipios donde hay extrema pobreza baja.

2.3 Idiomas y Alfabetización

El idioma más hablado en el Municipio es el castellano. En lo que se refiere a la alfabetización, el 78.07% de la población sabe escribir el alfabeto.

Durante la época dorada del café, a principios del siglo XX, fue la ciudad más rica del país. En la década de 1980, Santa Ana se vio afectada por la Guerra Civil de El Salvador. Con el inicio del tercer milenio, la localidad tuvo que hacer frente al aumento de la delincuencia por el surgimiento de las pandillas o maras y a la vez experimentó un aumento de la población urbana debido a la emigración de habitantes de las áreas rurales y una expansión urbana acelerada con la construcción de nuevas colonias.

2.4 Economía del Municipio de Santa Ana

Las principales actividades económicas del Municipio son los restaurantes y las ventas de comidas. También sobresale por la producción artesanal (como la talabartería, confitería, hojalatería, entre otras) e industrial, sobre todo textil y alimentaria (principalmente el cultivo y tratamiento del café).

Los Sectores Económicos más representativos de la población son: el comercio, los servicios (también conocido como sector terciario y que engloba todas aquellas actividades económicas cuya funcionalidad no incluye la producción de bienes y que incluye todos aquellos trabajos relacionadas a la banca, hospitales, centros educativos, etc.), la industria y el transporte tanto público como privado; los cuales son seguidos por: la agroindustria, electricidad, construcción, minas y canteras, a los cuales pertenecen un sector pequeño de la población.

Una vez analizadas las características del Municipio de Santa Ana se identifica un territorio óptimo para el establecimiento de una empresa, sin embargo esto no basta pues es importante saber cómo crear una empresa nueva y sobre qué base legal hay que registrarse para crearla. A continuación se hace referencia de lo anterior.

G. BASE LEGAL PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA

1. Principales Leyes a Tomar en Cuenta para la Creación de un Empresa.

En la toma de decisiones para la creación de una empresa es necesario, en primer lugar, conocer los distintos tipos de forma jurídica que la ley recoge, sus requisitos, ventajas e inconvenientes. Además deberán valorarse otros factores. Consultar el apartado elección de la forma jurídica de la Empresa. Las Leyes son una de las principales herramientas a tomarse en cuenta. Detallar cada una de ellas es de suma importancia.

Es indispensable tener claro la forma jurídica a adoptar, debe explicarse qué trámites serán necesarios realizar para la constitución de la sociedad y/o puesta en marcha de la empresa. A continuación se detallan las principales leyes a tomar en cuenta:

1.1 Código de Comercio: Es un cuerpo legal que tiene por objeto regular las relaciones mercantiles. Indispensable para el funcionamiento de una empresa, ya que permite conocer cuáles son las reglas a seguir, proporciona los indicadores que establecen el tamaño y el tipo de sociedad que se pueden formar.

1.2 Código Civil: Proporciona leyes que son de vital importancia para la formación y funcionamiento de una entidad, establece las bases legales para formar una empresa y que el funcionamiento de esta se encuentre dentro del marco legal.

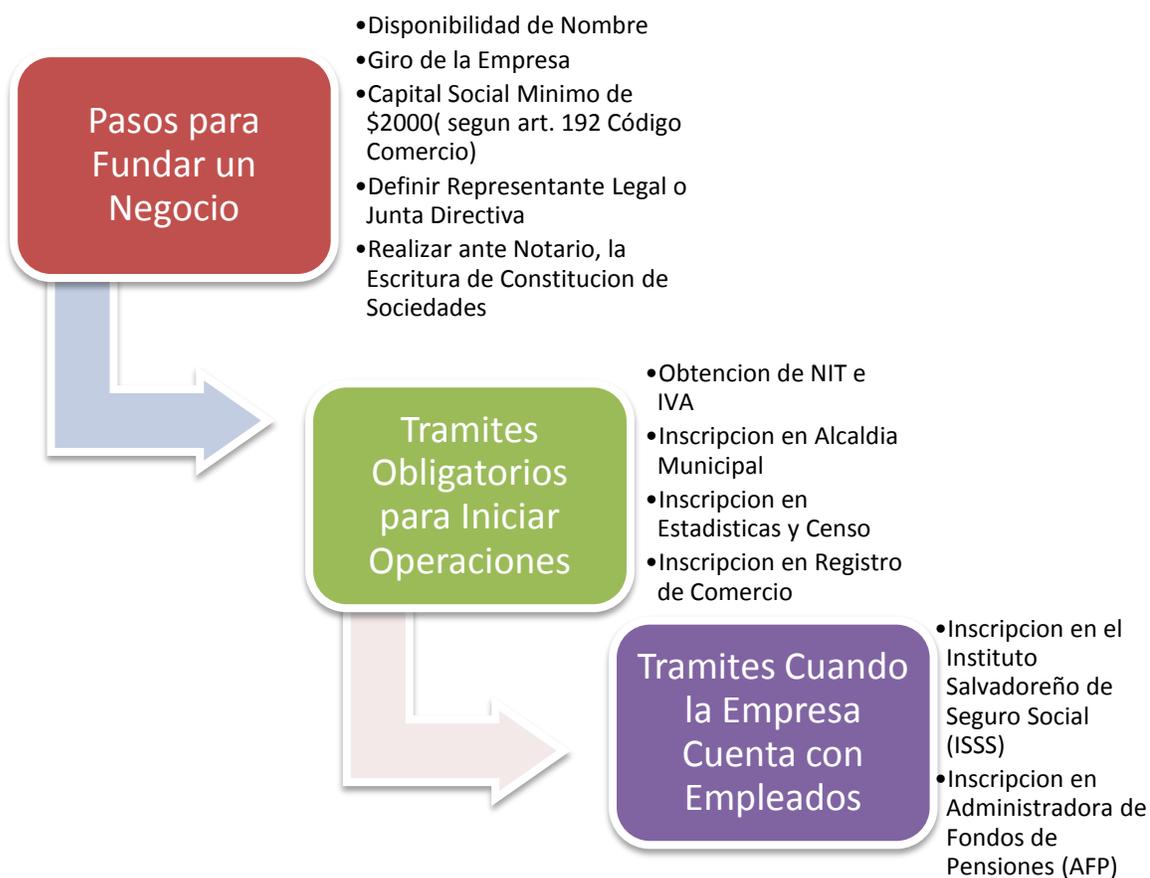
1.3 Código de Trabajo: Como se es conocido esta base legal ayuda a regir todo lo referente a los derechos y obligaciones que se tiene con los trabajadores.

1.4 Código Tributario: Tiene como objeto regular la relación entre el Fisco y Los Contribuyente respecto a los Tributos. Los Tributos son obligaciones que establece el Estado, en ejercicio de su poder cuya prestación en dinero se exige con el propósito de obtener recursos para el cumplimiento de sus fines. Los Tributos se clarifican en impuestos, tasas y contribuciones especiales.

2. Pasos para Fundar un Negocio.

Emprender un negocio implica muchas cosas, muchas obligaciones adquiridas y trámites que realizar. “A continuación se detallan los trámites que se deben seguir”:²⁸

Figura 18. Pasos Para Fundar un Negocio



²⁸<http://www.elsalvador.law>

II. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA OUTSOURCING DE RECURSOS HUMANOS QUE BRINDE SERVICIOS DE CALIDAD A LA MEDIANA Y PEQUEÑA EMPRESA DEL SECTOR SERVICIOS EN EL MUNICIPIO DE SANTA ANA.

A. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1. Importancia de la Investigación.

La investigación de mercado como parte de un Estudio de Factibilidad suele ser amplia, este caso no es la excepción. Al realizar la investigación fue esencial, desde la recolección de información por medio de las diferentes fuentes hasta los resultados arrojados por la información procesada, estos mismos ayudaron a determinar las necesidades, dificultades o problemáticas que día a día se presentaron en las empresas.

La Investigación del Mercado para la creación de una empresa Outsourcing de Recursos Humanos en el Municipio de Santa Ana fue el punto de partida para dar seguimiento a todas las fases del Estudio de Factibilidad; por lo tanto, fue de vital importancia realizar un estudio minucioso de todos los elementos del mercado que ayudaron a clarificar aspectos de los servicios Outsourcing de Recursos Humanos, determinando qué características poseen las empresas a las cuales van orientadas el ofrecimiento de los servicios, que servicios son los más demandados, que tan fuerte es la competencia y que características de esta se pueden tomar en cuenta o cuales mejorar para ofrecer servicios diferenciados.

En base a este estudio fue posible destacar aspectos del mercado que orienten al estudio técnico, medioambiental y económico. Se pretendía garantizar que los análisis reflejen al 100% la Situación Actual del Mercado permitiendo así dar respuestas concretas y reales a las necesidades que se presentan en este. El Estudio de Factibilidad de Mercado brinda los parámetros e indicadores que se necesitan; éstos serán precisos y confiables para la toma de decisiones.

Para poder llevar a cabo la investigación y extraer la información que sea útil para analizar el mercado, fue necesario elegir los métodos y técnicas más apropiados. Estos son detallados en el siguiente apartado.

2. Métodos y Técnicas de la Investigación.

2.1 Problema de Investigación.

La realización de un Estudio de Factibilidad de Mercado fue de mucha utilidad para proceder a la creación de una empresa Outsourcing de Recursos Humanos, ya que permitió establecer y determinar las necesidades que afrontan las empresas y los medios más factibles para satisfacer dichas necesidades. A continuación se presenta el problema que se identificó y que se pretende resolver con la realización de la presente investigación:

¿En qué medida la realización de un diagnóstico que determine las necesidades de contratación de servicios Outsourcing de Recursos Humanos, contribuirá a determinar la factibilidad de creación de una empresa Outsourcing de Recursos Humanos en el Municipio de Santa Ana?

2.2 Método de la Investigación.

“El Método Científico es la manera en que se sigue la investigación para descubrir las formas de existencia de los procesos, para generalizar y profundizar así los conocimientos adquiridos para llegar a demostrar con rigor y para comprobarlos en el experimento y con las técnicas de su aplicación”.²⁹

El Razonamiento Hipotético Deductivo es una herramienta del Método Científico, es el procedimiento que se sigue para hacer de una actividad una práctica científica, donde se observa el fenómeno, deducción de consecuencias y la comprobación. Se parte de lo general a lo particular lo cual es de mucha utilidad para el trabajo de investigación ya que se espera estudiar un todo, es decir un mercado potencial para la creación de una empresa que brinde servicios Outsourcing de Recursos Humanos. La investigación de este mercado ayudó a determinar aspectos que caracterizan la localización más idónea para la empresa del proyecto pues se logró determinar dónde están centralizadas las empresas demandantes, que servicios son los más demandados por estas, que beneficios tendrá las Medianas y Pequeñas Empresas del Municipio con la creación de una nueva empresa que fomente su desarrollo.

²⁹ <http://www.uaca.ac.cr/bv/ebooks/estadistica/10.pdf>

2.3 Tipo de Investigación.

La Investigación es un proceso, que mediante la aplicación del Método Científico procura obtener información relevante y fidedigna, le ayuda a entender, verificar, corregir o aplicar el conocimiento.

Para el presente estudio, el tipo de investigación fue Correlacional. Este tipo de investigación tuvo como objetivo medir el grado de relación que existe entre dos variables, una variable independiente (diagnóstico que determine las necesidades de contratación de servicios Outsourcing de Recursos Humanos) y una variable dependiente (Factibilidad de creación de una empresa Outsourcing de Recursos Humanos en el Municipio de Santa Ana). El objetivo principal fue saber cómo se puede comportar una variable conociendo el comportamiento de la otra variable relacionada. Al cambiar la variable independiente de igual modo cambia la variable dependiente.

Es decir que la Factibilidad de creación de una empresa Outsourcing de Recursos Humanos en el Municipio de Santa Ana dependía del diagnóstico que determinó las necesidades de contratación de servicios Outsourcing de Recursos Humanos en dicho Municipio, Sin embargo las necesidades de contratación identificadas demostraron direccionarse hacia dos rubros con una alta demanda, replanteando las opciones de creación de una empresa que ofrezca los servicios tanto en el Área de Recursos Humanos y en el Área de Mercadotecnia.

2.3.1. Diseño del Tipo de Investigación.

En el caso del tema de investigación se utilizó el Diseño No Experimental porque es el que se realiza sin manipular deliberadamente variables; es decir, que en la investigación no se hace modificaciones intencionadamente de la variable independiente (diagnóstico que determine las necesidades de contratación de servicios Outsourcing de Recursos Humanos). Lo que se llevó a cabo en la investigación fue la observación del fenómeno tal y como se da en su contexto natural, para después ser analizados.

3. Técnicas e Instrumentos de Recolección de la Información.

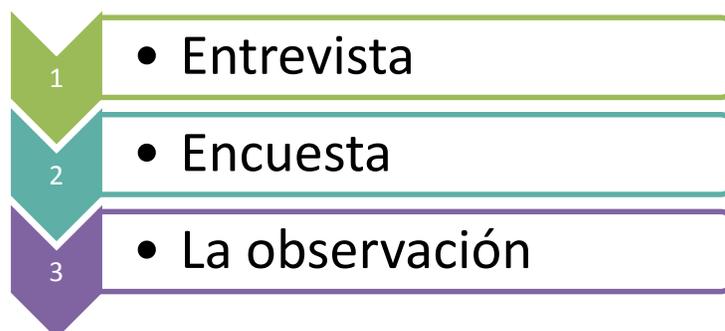
En este apartado se determinaron los procedimientos o actividades que se llevaron a cabo con el fin de recoger la información necesaria para la investigación. Estas técnicas e

instrumentos demostraron ser un apoyo en la recopilación de los datos que sustentaron el estudio y son detallados a continuación:

3.1 Técnicas Cuantitativa

En el presente estudio se seleccionaron “técnicas de tipo cuantitativa que recogían información mediante preguntas cerradas que se plantean al sujeto de forma idéntica y homogénea lo que permite su cuantificación y tratamiento estadístico”³⁰. Las técnicas cuantitativas respondían mejor a la investigación que se realizó, de las cuales se seleccionaron técnicas como encuestas, entrevistas estructuradas y observación directa.

Figura 19. Técnicas Cuantitativas de Recolección de información.



Referencia: www.uam.es/personal

3.1.1. Entrevista

La entrevista no se considera una conversación normal, sino una conversación formal, con una intencionalidad, que lleva implícito un objetivo englobado en una Investigación. En el presente estudio, con la entrevista se pretendía cumplir el objetivo de recopilar información sobre la oferta de servicios Outsourcing de Recursos Humanos que tiene lugar en el Municipio de Santa Ana.

La aplicación de esta técnica permitió obtener información relevante e importante ya que se procedió a entrevistar a personas pertenecientes y conocedoras del manejo de las empresas que ofrecen servicios Outsourcing de Recursos Humanos en el Municipio de Santa Ana.

³⁰ <http://www.um.es/docencia/pguardio/documentos/master2.pdf>

Las Entrevistas fueron llevadas a cabo en las instalaciones de las empresas que ofrecen servicios de Recursos Humanos, sin embargo, estas empresas no están establecidas en el Municipio de Santa Ana sino que ofrecen sus servicios desde San Salvador.

El instrumento con el cual se recopiló la información fue la Guía de Entrevista la cual sirvió como dirección para la obtención de información y cumplimiento de objetivos, donde las principales fuentes de información son como ya se mencionó las empresas que se dedican a la tercerización de servicios. (Ver Anexo 1)

3.1.2. Encuesta

Se realizó una serie de preguntas sobre uno o varios temas a una muestra de personas seleccionadas siguiendo una serie de reglas científicas que hacen que esa muestra sea, en su conjunto, representativa de la población general de la que procede. En el presente estudio se tomó como muestra una porción de aquellas empresas Medianas y Pequeñas que pertenecen al Sector Servicios y están establecidas en el Municipio de Santa Ana. Este conjunto de empresas fueron sometidas a preguntas cuyos objetivos estarían orientados a recopilar información sobre la aceptación de los servicios Outsourcing de Recursos Humanos y sobre su nivel de interés en subcontratar otros servicios del área administrativa.

El instrumento utilizado fue el Cuestionario, el cual permitió obtener opiniones, sugerencias o conocer un poco más a profundidad el entorno de las empresas y si estas demuestran estar interesadas en adquirir servicios de calidad relacionados al área de Recursos Humanos u otras áreas vitales para el funcionamiento óptimo de sus empresas.

El Cuestionario se diseñó para levantar información de manera virtual, es decir que a través de tecnologías como la computadora y el Internet se hizo llegar a la muestra de estudio. Esto con el fin de ahorrar tiempo haciéndoles llegar los respectivos cuestionarios a diferentes empresas al mismo tiempo permitiendo que cada sujeto de estudio conteste el cuestionario en su disposición de tiempo sin interrumpir sus actividades. Sin embargo no se pudo llevar a cabo en su mayoría y por lo tanto se tuvo que hacer el levantamiento de información de manera personal. (Ver Anexo 2)

3.1.3. La Observación

Este método que fue utilizado en la presente investigación para poder determinar aspectos importantes que no dependían de opiniones de los sujetos de investigación, como el entorno de las empresas que se dedican a prestar servicios en el Municipio de Santa Ana y la observación de sus instalaciones con el fin de identificar aquellos aspectos positivos que se podían tomar en cuenta para la creación de una empresa con características similares.

Todo lo anterior explica claramente lo importante que fue esta técnica de investigación por lo cual fue de mucha ayuda en el proceso de investigación. Se llevó a cabo gracias al instrumento denominado Guía de Observación, es una herramienta funcional que consiste en un documento que permitió encausar la acción de observar ciertos fenómenos. Esta guía, por lo general, se estructura a través de columnas que favorecen la organización de los datos recogidos. (Ver Anexo 3)

Para poder realizar la Guía de Observación se visitaron empresas, esta con el objetivo de obtener ayuda para la recolección de información importante en cuanto a aspectos físicos de las instalaciones y aspectos administrativos. Estos aspectos, ayudaron a analizar la forma de operar de las empresas Outsourcing de Recursos Humanos, brindando los aspectos importantes que se deben tomar en cuenta.

4. Fuentes de Recolección de la Información

Las Fuentes permitieron recolectar información ya sea desde una persona o un objeto la cual proporcionaba datos. Para el trabajo de investigación las fuentes tendrían dos orígenes las cuales se complementaron para llevar a cabo una buena investigación estas son las Fuentes Primarias y las Fuentes Secundarias que se utilizaron y a continuación se detalla.

4.1. Fuentes Primarias

Fue necesaria e indispensable para el Estudio de Factibilidad utilizar fuentes primarias, ya que fue una evidencia directa de la investigación, esta fuente de información estaba constituida por aquellos sujetos que proveyeron datos.

Las Fuentes Primarias de esta investigación se detallan a continuación:

- Las personas que atenderían en las empresas (Directivos, Gerentes o Empleados): fueron quienes dieron origen a la información, transmitiendo desde su punto de vista y de forma concreta la información que se necesita.
- Los encargados de las empresas que ya brindan servicios Outsourcing en el Municipio de Santa Ana.

4.2. Fuentes Secundarias

Luego de comprender como fueron las Fuentes Primarias para la investigación, es indispensable detallar cuales fueron las Fuentes Secundarias utilizadas, estas Fuentes contenían información ya manipulada, sintetizada o reorganizada. Para el Estudio de Factibilidad la información secundaria considerada es aquella ya recopilada que poseen las asociaciones relacionadas a la tercerización de servicios, alcaldía y seccional de CONAMYPE.

Las Fuentes Secundarias para el Estudio de Factibilidad fueron libros que se han utilizado, periódicos, Trabajos de Graduación sobre tercerización de Servicios, informes de Estudios de Factibilidad, publicaciones de impacto sobre el Outsourcing, guías o textos de información proporcionados y basados en hechos reales, así como los análisis de la información primaria.

5. Ámbito de la Información

La investigación fue desarrollada en el área geográfica del Municipio de Santa Ana, según información secundaria el Municipio posee alto potencial de Desarrollo Económico. Una vez establecidos los criterios de selección de la muestra se procedió a seleccionar a las empresas que se tomarían en cuenta para el Estudio de Factibilidad.

6. Unidades de Análisis

Las Unidades de Análisis fueron los elementos en los que recayó la obtención de información y que fueron definidos con propiedad, es decir, a quien o a quienes se aplicó la muestra para efectos de obtener la información. Correspondió a la entidad mayor o representativa de lo que fue objeto específico de estudio

Para poder realizar el Análisis de las Unidades para el trabajo de investigación las cuales estaban identificaron como objeto, sujeto y unidades de estudio se utilizó los métodos auxiliares de análisis y síntesis ya que son dos métodos donde se descompone (análisis) y recompone (síntesis) las Unidades de Análisis con el objeto de realizar un estudio exhaustivo.

En la siguiente figura se explican más detalladamente las unidades de análisis correspondientes a la presente investigación:

Figura 20. Unidades de Análisis para un Trabajo de Investigación



Referencia: <http://www.monografias.com/trabajos/teoria-decision-estadistica>³¹

Una vez definida la Unidad de Análisis el grupo dio paso a delimitar la población. Una Población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones. La población debe situarse claramente en torno a sus características de contenido, lugar y tiempo.

7. Determinación de la Población y Muestra

Se debe de identificar los criterios de inclusión y exclusión de la Población y precisar el tamaño. Esta etapa se termina cuando se sabe a cuánto asciende el tamaño de la Población de Estudio, y qué criterios de inclusión y exclusión se emplea para delimitarla.

³¹ <http://www.monografias.com/trabajos72/teoria-decision-estadistica/teoria-decision-estadistica2.shtml#ixzz359Ck0K1q>

7.1. Población

Para efectos de investigación se consultó información en la Dirección General de Estadísticas y Censos (DYGESTIC) el total de Medianas y Pequeñas Empresas cuya instalación se encuentra ubicada en el Municipio de Santa Ana fue de 893.

7.2. Muestra

Para seleccionar una Muestra lo primero fue definir la Unidad de Análisis (“quiénes van a ser estudiados”). La Muestra fue un subconjunto que posee las mismas características de la Población. Esto depende del problema a investigar y de los objetivos de la investigación. La Muestra estuvo conformada por las Medianas y Pequeñas empresas del Sector Servicios que se encuentran localizadas en el Municipio de Santa Ana.

Una vez definidas las características de la Población, con base a los objetivos del estudio y en cuanto a características de contenido, de lugar y en el tiempo, el siguiente paso fue determinar la Muestra. El Método de Muestreo que se utilizó es el Probabilístico.

Para el caso particular de la investigación se sabe que la Población era finita, es decir contable y la variable de tipo categórica. La fórmula a utilizar fue para Población finita la cual se detalla a continuación³²:

$$n = \frac{Z^2 N(p)(q)}{e^2(N-1) + Z^2(p)(q)}$$

Dónde:

n = Tamaño necesario de la muestra.

N = Población.

p = Probabilidad que a las empresas les interese participar en el estudio.

q = Probabilidad que a las empresas no les interese participar en el estudio.

Z = Nivel de confianza

e = Error muestra

³² Manuel Vivanco. Muestreo Estadístico Diseño y Aplicaciones, Santiago de Chile: Editorial Universitaria S.A., 2005. Pág. 62

Para efectos de estudio se tomaron los siguientes valores:

Nivel de Confianza

Los resultados de la investigación fueron confiables en un 95% es decir la probabilidad de que la media se encuentre en el intervalo estimado. Por lo tanto: **Z** es equivalente a 1.96, es decir, si Z se encuentran fuera del rango -1.96 a 1.96 constituyen lo que se llama Región Crítica o Región de Rechazo de la Hipótesis o Región de Significación.

El conjunto de la Z que se encuentran dentro del rango -1,96 a 1,96 podía entonces llamarse Región de Aceptación de la Hipótesis o Región de No Significación.³³

Probabilidad de Éxito y Fracaso.

En la investigación se asignó **0.95** a la probabilidad de éxito y **0.05** la probabilidad de fracaso. Este dato fue atribuido debido a la realización de una prueba piloto donde se pudo observar la disposición de las empresas a colaborar en la investigación.

Error Máximo Permitido.

Se considera que en los resultados existe un error máximo del **5%**, esto debido a que la investigación necesita ser lo más confiable posible y con una cantidad de error muy mínima.

Calculo de la Muestra:

$$n = \frac{(1.96)^2(893)(0.95)(0.05)}{(0.05)^2(893 - 1) + (1.96)^2(0.95)(0.05)}$$

$$n = 67.55 \approx 68$$

Según el tamaño de la Población se tomó una Muestra de 68 empresas cuyas instalaciones se encuentren en el Municipio de Santa Ana.

³³ <http://www.monografias.com/trabajos72/teoria-decision-estadistica/teoria-decision-estadistica2.shtml#ixzz359Ck0K1q>

B. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

1. Tabulación, Análisis e Interpretación de los Datos

a) Tabulación

La información recopilada se tabuló con base a cada una de las preguntas, ordenando en concordancia al objetivo perseguido, su representación es a través de cuadros y gráficos estadísticos. Para la tabulación de Datos se estableció lo siguiente:

- El Cuestionarios fue estructurado con dos clases de preguntas, cerradas y semi abiertas.
- Para cada pregunta se estableció un objetivo que se persigue con la misma.
- Se elaboró una tabla dinámica que contendría las alternativas que refleja las frecuencias y los porcentajes.
- Se hizo un cruce de variables utilizando tablas dinámicas para obtener mejores resultados de información.
- Se realizaron gráficos dinámicos para comprender los resultados de cada pregunta.

b) Cruces de Información

- Actividad principal de la empresa y años de funcionamiento
- Subcontratación de servicios y años de funcionamiento
- Actividad principal de la empresa y el elemento que tomaría en cuenta para subcontratar.
- Actividad principal de la empresa y medio de Comunicación más adecuado para informarse de servicios.
- Actividad principal de la empresa y si está interesado en adquirir servicios de Recursos Humanos
- Actividad Principal de la empresa y Área que le interesaría más

c) Análisis e Interpretación de Datos

Una vez realizado el proceso de tabulación de los datos, se realizó el análisis respectivo de los resultados, la interpretación fue a través de gráficos de barra que contribuyen a la elaboración de las conclusiones y recomendaciones.

2. Resultados de Instrumento Dirigido a las Medianas y Pequeñas Empresas Establecidas en el Municipio de Santa Ana.

Pregunta 1 ¿Cuál es el tamaño de la empresa en base a su número de empleados?

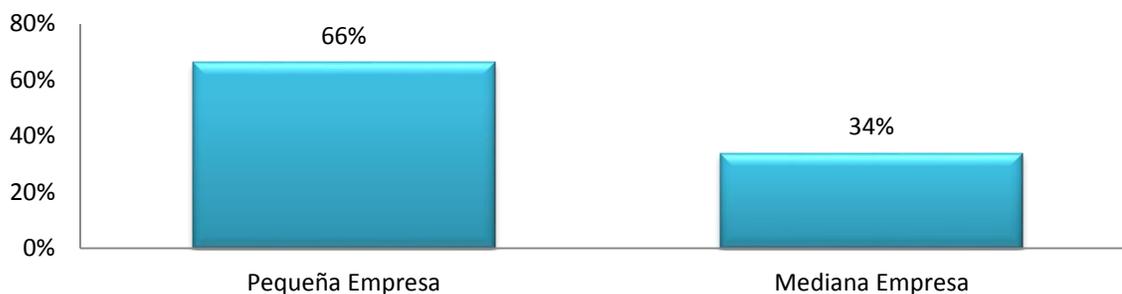
Objetivo: Identificar las Medianas y Pequeñas Empresas establecidas en el Municipio de Santa Ana, a las cuales se enfocara el proyecto de ofrecerles servicios Outsourcing de Recursos Humanos.

Cuadro 3. Tamaño de las Empresas

Tamaño de la Empresa	Porcentaje	Frecuencia
Pequeña Empresa	66%	45
Mediana Empresa	34%	23
Total	100%	68

Base de cálculo: 68 empresas que componen la muestra

Gráfico 1. Tamaño de las Empresas



Análisis: El total de la muestra de empresas ubicadas en el municipio de Santa Ana es de 68, de las cuales 45 pertenecen a la Pequeña Empresa, mientras que 23 pertenecen a la Mediana Empresa.

Interpretación: En el Municipio de Santa Ana se pudo encontrar más Pequeñas Empresas que Medianas. Eso quiere decir que cada vez son más las personas que quieren desprenderse en el aspecto laboral de las Grandes y Medianas empresas para emprender con una Pequeña Empresa dentro del Municipio de Santa Ana.

Pregunta 2 ¿Cuántos años de funcionamiento tiene la empresa?

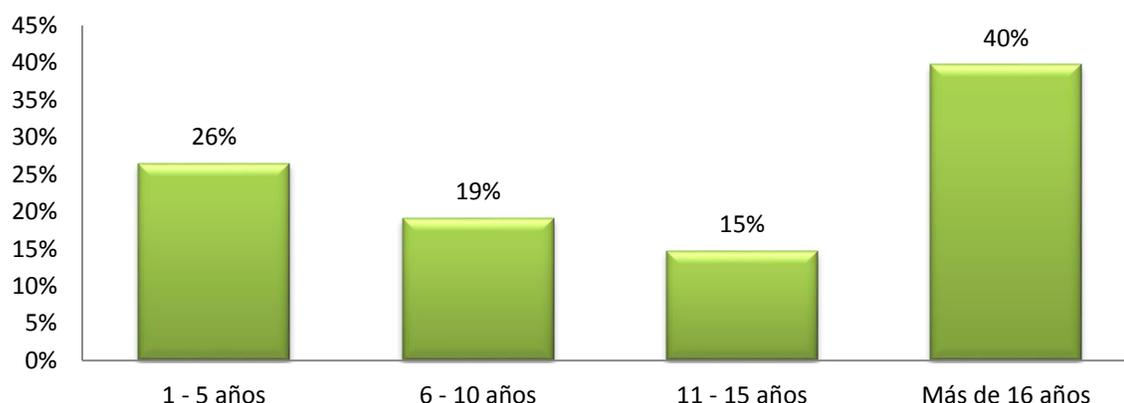
Objetivo: Determinar los años de funcionamiento que tiene las Medianas y Pequeñas Empresas en el Municipio de Santa Ana e identificar a aquellas con mayor tiempo y que no han logrado crecer con rapidez.

Cuadro 4. Años de funcionamiento de las empresas

Años de Funcionamiento	Porcentaje	Frecuencia
1 - 5 años	26%	18
6 - 10 años	19%	13
11 - 15 años	15%	10
Más de 16 años	40%	27
Total	100%	68

Base de cálculo: 68 empresas que componen la muestra

Gráfico 2. Años de funcionamiento de las empresas



Análisis: En base a las 68 empresas estudiadas 18 de ellas llevan en funcionamiento de 1-5 años, 13 empresas llevan de 6-10 años, 10 empresas llevan de 11-15 años y 27 empresas llevan más de 16 años en funcionamiento.

Interpretación: Muchas de las empresas del Municipio de Santa Ana manifestaron tener más de 16 años de funcionamiento; es decir, que han logrado mantenerse a lo largo de los años con vida, lo cual indica que las Pequeñas y Medianas Empresas dentro del Municipio han sido estables a lo largo de los años.

Pregunta 3 Seleccione en que Barrio del Municipio de Santa Ana está ubicada su empresa

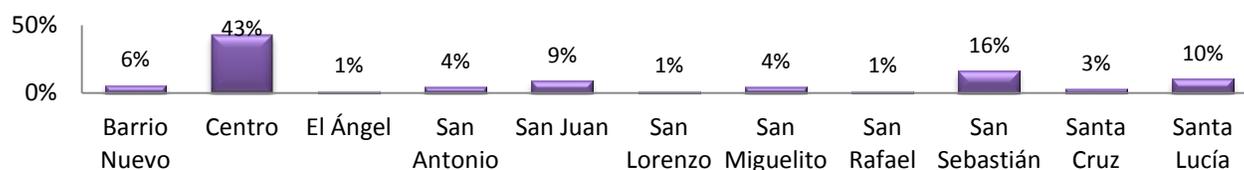
Objetivo: Identificar la zona del Municipio de Santa Ana donde se encuentran ubicadas la mayoría de empresas y así seleccionar la localización más adecuada para el establecimiento de una nueva empresa.

Cuadro 5. Barrios donde están ubicadas las empresas

Barrios	Porcentaje	Frecuencia
Barrio Nuevo	6%	4
Centro	43%	29
El Angel	1%	1
San Antonio	4%	3
San Juan	9%	6
San Lorenzo	1%	1
San Miguelito	4%	3
San Rafael	1%	1
San Sebastián	16%	11
Santa Cruz	3%	2
Santa Lucía	10%	7
Total	100%	68

Base de cálculo: 68 empresas que componen la muestra

Gráfico 3. Barrios donde están ubicadas las empresas



Análisis: 4 de las empresas ubicadas en el Municipio de Santa Ana están en Barrio Nuevo, mientras que en el Centro están ubicadas la mayoría con un total de 29 empresas, 1 Empresa está ubicada en el Barrio El Ángel, 3 Empresas pertenecen al Barrio San Antonio, El Barrio San Juan está representada con 6 Empresas, 1 Empresa está ubicada en el Barrio en San Lorenzo, 3 Empresas pertenecen al Barrio San Miguelito, 1 Empresa al Barrio San Rafael, 11 Empresas al Barrio San Sebastián, 2 Empresas pertenecen al Barrio Santa Cruz y el 7 pertenecen a Santa Lucía.

Interpretación: En el Centro del Municipio de Santa Ana se encuentran establecidas la mayoría de empresas, por lo tanto se puede concluir que este sería el lugar óptimo.

Pregunta 4 ¿Cuál es la actividad principal de la empresa?

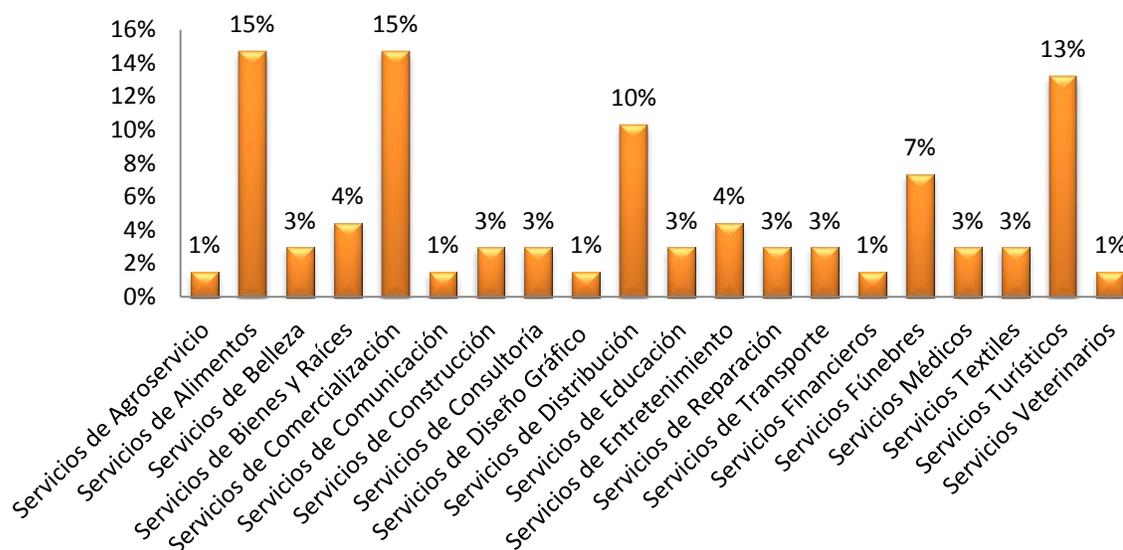
Objetivo: Conocer a profundidad las empresas en estudio, determinado el giro de estas para focalizar los servicios ofrecidos de una forma más especializada.

Cuadro 6. Actividad principal de las empresas

Actividad Principal de la Empresa	Porcentaje	Frecuencia
Servicios de Agroseruicio	1%	1
Servicios de Alimentos	15%	10
Servicios de Belleza	3%	2
Servicios de Bienes y Raíces	4%	3
Servicios de Comercialización	15%	10
Servicios de Comunicación	1%	1
Servicios de Construcción	3%	2
Servicios de Consultoría	3%	2
Servicios de Diseño Gráfico	1%	1
Servicios de Distribución	10%	7
Servicios de Educación	3%	2
Servicios de Entretenimiento	4%	3
Servicios de Reparación	3%	2
Servicios de Transporte	3%	2
Servicios Financieros	1%	1
Servicios Fúnebres	7%	5
Servicios Médicos	3%	2
Servicios Textiles	3%	2
Servicios Turísticos	13%	9
Servicios Veterinarios	1%	1
Total	100%	68

Base de cálculo: 68 empresas que componen la muestra

Gráfico 4. Actividad principal de las empresas



Análisis: La Actividad Principal de las Empresas encuestadas están representadas en el gráfico anterior, de las cuales 1 Empresa pertenece a Agro servicios, 10 Empresas en Servicios de Alimentos, 2 Empresas en Servicios de Belleza, 3 Empresas pertenecen a Servicios de Bienes y Raíces, 10 Empresas a Servicios de Comercialización, 1 Empresa a Servicios de Comunicación, 2 Empresas en Servicios de Construcción, 2 Empresas en Consultoría, 1 Empresa en Servicios de Diseño gráfico, 7 Empresas en Servicios de Distribución, 2 Empresas en Servicios de Educación, 3 Empresas en Servicios de Entretenimiento, 2 Empresas en Servicios de Reparación, 2 Empresas en Servicios de Transporte, 1 Empresas en Servicios Financieros, 1 Empresa en Servicios Fúnebres, 2 Empresas en Servicios Médicos, 2 Empresas pertenecientes a Servicios Textiles, 9 Empresas en Servicios Turísticos y 1 Empresa que pertenece a Servicios Veterinarios.

Interpretación: El mayor porcentaje de las empresas encuestadas estuvieron conformadas por aquellas empresas que se dedican a la comercialización, es decir a las actividades de transferencia de un producto al consumidor y brindar servicio al cliente en el punto de intercambio en el mercado. También estuvieron conformadas en su mayoría por las empresas que se dedican a ofrecer Alimentos ya sean conocidas como restaurantes o comedores, las empresas dedicadas a Servicios Turísticos y Servicios Fúnebre. Por lo tanto es importante focalizar los esfuerzos en ofrecer servicios que llenen las expectativas de las empresas dedicadas a estos rubros principales.

Pregunta 5 ¿Actualmente su empresa subcontrata servicios?

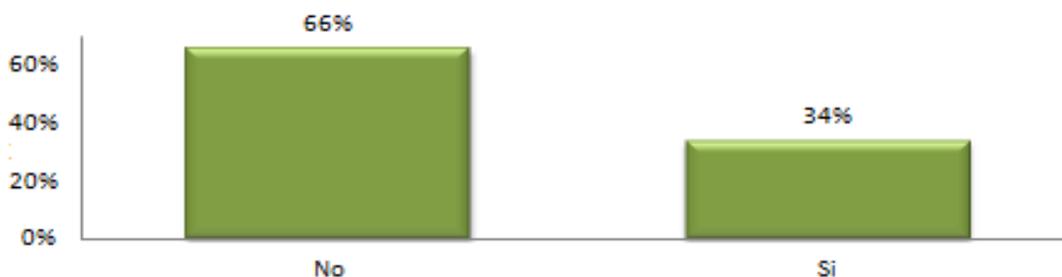
Objetivo: Identificar a aquellas empresas que ya saben en qué consiste la subcontratación de servicios y así tener conocimiento de que tan extensas están las Empresas de Subcontratación dentro del Municipio de Santa Ana.

Cuadro 7. Subcontratación de servicios

Subcontratación de Servicios	Porcentaje	Frecuencia
No	66%	45
Si	34%	23
Total	100%	68

Base de cálculo: 68 empresas que componen la muestra

Gráfico 5. Subcontratación de servicios



Análisis: Según el gráfico anterior de las 68 Empresas encuestadas, 45 de ellas No Subcontratan servicios, mientras que las restantes 23 Empresas Si Subcontratan servicios

Interpretación: Actualmente las Medianas y Pequeñas Empresas en el Municipio de Santa Ana en su gran mayoría no subcontrata algún servicio, es decir que las Empresas de Subcontratación no han logrado introducirse en este mercado en su totalidad; Sin embargo, hay una parte que si lo ha hecho estableciéndose dentro del Municipio.

Pregunta 6 ¿Por qué razón no subcontrata servicios?

Objetivo: Saber las causas por las cuales las empresas no están subcontratando servicios y poder ver de qué forma romper esas barreras.

Cuadro 8. Razones para no subcontratar servicios

Razones de Subcontratar Servicios	Porcentaje	Frecuencia
Los precios que ofrecen las empresas de subcontratación son muy altos	4%	2
Miedo a involucrarse con empresas desconocidas	7%	3
No conoce empresas que brinden servicios de subcontratación	11%	5
Su empresa no necesita subcontratar servicios	78%	35
Total	100%	45

Base de cálculo: 45 empresas que componen parte de la muestra que contesto que no subcontrata servicios

Gráfico 6 Razones para no subcontratar servicios



Análisis: Según el gráfico anterior el 2 de las 45 Empresas que no subcontratan servicios, lo hacen porque los precios son muy altos, 3 de las Empresas que no subcontratan no lo hacen por miedo a involucrarse con empresas desconocidas, 5 Empresas que no subcontratan servicios no lo hacen porque No conocen empresas que brinden dicho servicio y el 35 de empresas restantes no subcontratan porque piensan que no necesitan de la subcontratación.

Interpretación: Los Medianos y Microempresarios del Municipio de Santa Ana aun no considera que la subcontratación de algún servicio sea necesaria para su empresa. Estos consideran algo irrelevante el subcontratar algún servicio y se percibe un conflicto con crear algún cambio de operaciones dentro de sus empresas.

Pregunta 7 ¿Los servicios que subcontrata a que área de la empresa pertenecen?

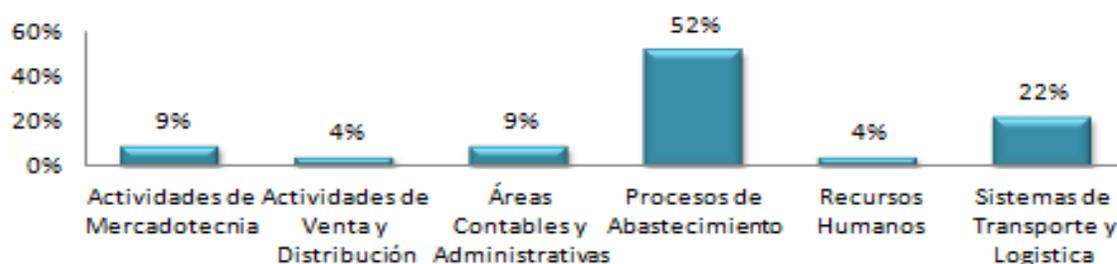
Objetivos: Conocer qué clase de servicios las empresas están demandando más en la actualidad dentro del Municipio de Santa Ana y así tener ideas de negocios que ofrezcan servicios en dicho Municipio.

Cuadro 9. Áreas de servicios subcontratados por las empresas

Áreas de Servicios Subcontratado	Porcentaje	Frecuencia
Actividades de Mercadotecnia	9%	2
Actividades de Venta y Distribución	4%	1
Áreas Contables y Administrativas	9%	2
Procesos de Abastecimiento	52%	12
Recursos Humanos	4%	1
Sistemas de Transporte y Logística	22%	5
Total	100%	23

Base de cálculo: 23 empresas que componen parte de la muestra que contestó que sí subcontrata servicios

Gráfico 7. Áreas de servicios subcontratados por las empresas



Análisis: De 23 Empresas que si subcontratan servicios, 2 Empresas lo hacen a Actividades de Mercadotecnia, 1 a Actividades de Venta y Distribución, 2 a Áreas Contables y Administrativas, 12 a Procesos de Abastecimiento, 1 Empresa subcontrata en Recursos Humanos y 5 Empresas Subcontratan servicios en Sistemas de Transporte y Logística.

Interpretación: De las empresas encuestadas la mayoría de las que subcontratan servicios lo hacen a empresas dedicadas al abastecimiento, es decir que las Medianas y Pequeñas Empresas del Municipio de Santa Ana pagan a otras empresas que se dediquen a proveerlos de los insumos que necesitan. Así también muchas empresas contratan empresas que les brinden transporte ya sea para personas o para movilización de materiales.

Pregunta 8 ¿Conoce usted empresas de subcontratación que brinden servicios en el área de Recursos Humanos?

Objetivo: Identificar si existe competencia para una nueva empresa que brinde servicios de Administración de Recursos Humanos independientemente si la competencia este establecida en el Municipio de Santa Ana.

Cuadro 10. Conoce empresas que brindan servicios de RRHH

Conoce Empresas que Brindan Servicios de RRHH	Porcentaje	Frecuencia
No	76%	52
Si	24%	16
Total	100%	68

Base de cálculo: 68 empresas que componen la muestra

Gráfico 8. Conoce empresas que brindan servicios de RRHH



Análisis: De las 68 Empresas encuestadas, 52 dijeron que No conocían Empresas que brinden servicios de Recursos Humanos, mientras que las 16 Empresas restantes dijeron que Si conocían Empresas que brinden servicios de Recursos Humanos.

Interpretación: La mayor parte de los Medianos y Microempresarios del Municipio de Santa Ana no conocen a alguna empresa Outsourcing de Recursos Humanos, es decir que el Outsourcing en el Área de Recursos Humanos aun no es un tema muy sonado para los empresarios del sector.

Pregunta 9 ¿La(s) empresa(s) que conoce se encuentra ubicada en el Municipio de Santa Ana?

Objetivo: Identificar si existe competencia más directa para una nueva empresa que brinde servicios de Administración de Recursos Humanos en el Municipio de Santa Ana.

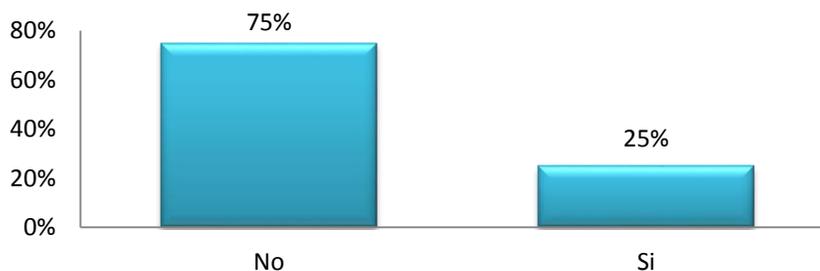
Cuadro 11. Conoce empresas que brindan servicios de RRHH ubicadas en Santa Ana

Conoce Empresas que Brindan Servicios de RRHH Ubicada en Santa Ana		
Servicios de RRHH Ubicada en Santa Ana	Porcentaje	Frecuencia
No	75%	12
Si	25%	4
Total	100%	16

Base de cálculo: 16 empresas que componen la muestra que contesto que conoce empresas de subcontratación de servicios

en el área de Recursos Humanos

Gráfico 9. Conoce empresas que brindan servicios de RRHH ubicadas en Santa Ana



Análisis: De las 16 Empresas que dijeron que si conocen Organizaciones que brinden servicios de Recursos Humanos, 12 dijeron que no conocen Empresas que brinden servicios de Recursos Humanos ubicadas en Santa Ana, mientras que las 4 Empresas restantes dijeron que si conocen empresas que brinden servicios de Recursos Humanos ubicadas en el Municipio de Santa Ana.

Interpretación: De las empresas que sí conocen a alguna empresa Outsourcing de Recursos Humanos la gran mayoría ha expresado que estas empresas que conoce no se encuentran en el Municipio de Santa Ana.

Pregunta 10 ¿A su criterio que beneficio podrían tener las empresas al subcontratar servicios relacionados al área de Recursos Humanos?

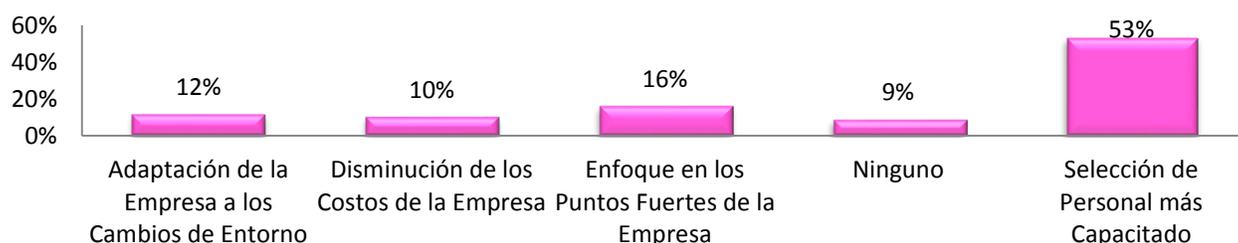
Objetivo: Conocer la percepción de los clientes potenciales hacia los beneficios de contratar los servicios de Administración de Recursos Humanos y así focalizar esfuerzos en resaltar dichos beneficios.

Cuadro 12. Beneficios al subcontratar servicios de Recursos Humanos

Beneficios al Subcontratar Servicios de Recursos Humanos	Porcentaje	Frecuencia
Adaptación de la Empresa a los Cambios de Entorno	12%	8
Disminución de los Costos de la Empresa	10%	7
Enfoque en los Puntos Fuertes de la Empresa	16%	11
Ninguno	9%	6
Selección de Personal más Capacitado	53%	36
Total	100%	68

Base de cálculo: 68 empresas que componen la muestra

Gráfico 10. Beneficios al subcontratar servicios de Recursos Humanos



Análisis: Según el gráfico anterior de las 68 Empresas encuestadas, 8 de ellas dijeron que los Beneficios que podrían obtener es la Adaptación de a los Cambios del Entorno, mientras que 7 de las Empresas dijeron el beneficio al subcontratar es la Disminución de los Costos de la Empresa, mientras que la mayoría de las empresas que fueron 36 dijeron que los beneficios son de la Selección de Personal más Capacitado y 6 empresas dijeron que no podrían tener ningún beneficio.

Interpretación: La mayor parte de las Medianas y Pequeñas Empresas encuestadas consideran que el contratar servicios Outsourcing de Recursos Humanos podría tener algún beneficio entre ellos el contratar personal más capacitado para sus empresas. Considerando lo anterior se puede decir que ese sería un punto clave a la hora de ofrecer esta clase de servicios.

Pregunta 11 ¿Si a su empresa le ofrecen servicios en el área de Recursos Humanos, que elementos tomaría más en cuenta antes de subcontratar servicios?

Objetivo: Determinar cuál es el aspecto más importante para las empresas Mediana y Pequeñas del Municipio de Santa Ana a la hora de contratar un servicio nuevo y así tomar en cuenta dicho elemento para la posible promoción de algún servicio.

Cuadro 13. Elementos a tomar en cuenta para subcontratar servicios de RRHH

Elementos a tomar en cuenta para subcontratar Servicios de RRHH	Porcentaje	Frecuencia
Beneficios para su empresa	37%	25
Buenas Referencias	1%	1
Calidad del Servicio	31%	21
Ninguno	4%	3
<u>Precio</u>	26%	18
Total	100%	68

Base de cálculo: 68 empresas que componen la muestra

Gráfico 11. Elementos a tomar en cuenta para subcontratar servicios de RRHH



Análisis: 25 Empresas dijeron que el elemento a tomar en cuenta para Subcontratar Servicios de Recursos Humanos es porque consideran Beneficios a su empresa, mientras que 1 empresa eligió Buenas Referencias, 21 Empresas se inclinaron por la Calidad del Servicio, 18 Empresas tomaran en cuenta el Precio y mientras que 3 Empresas no tomaran en cuenta ningún Beneficio.

Interpretación: Al ofrecer algún tipo de servicios a las empresas, estas basaran su decisión de contratación en el conocimiento de los puntos en que se beneficiarían, por lo tanto es recomendable a la hora de promocionar algún servicio enfatizar como se podrían beneficiar las empresas del Municipio de Santa Ana, así como también ofrecer calidad del servicio amarrado a un precio justo para el cliente.

Pregunta 12 ¿Qué medios de comunicación considera más adecuado para informarse sobre los servicios que ofrecen empresas de Subcontratación de Recursos Humanos?

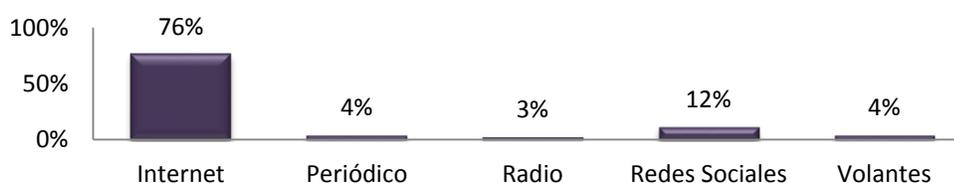
Objetivo: Conocer a través de que medio sería la forma más óptima para hacer saber sobre los servicios a ofrecer y que tendrá mayor influencia en los clientes potenciales.

Cuadro 14. Medios de Comunicación para informarse de servicios de subcontratación de RRHH

Medios de Comunicación para Informarse de Servicios de Subcontratación en RRHH	Porcentaje	Frecuencia
Internet	76%	52
Periódico	4%	3
Radio	3%	2
Redes Sociales	12%	8
Volantes	4%	3
Total	100%	68

Base de cálculo: 68 empresas que componen la muestra

Gráfico 12. Medios de Comunicación para informarse de servicios de subcontratación de RRHH



Análisis: 52 Empresas dijeron que el Medio de Comunicación para informarles de Servicios de Subcontratación de Recursos Humanos es el Internet, mientras que 3 Empresas dijeron que por medio del Periódico, 2 Empresas dijeron que por Radio, 8 Empresas por Medio de Redes Sociales y 3 Empresas dijeron que por medio de Volantes

Interpretación: Para los Medianos y Pequeños Empresarios del Municipio de Santa Ana el internet es considerado el medio más adecuado para informarse de las promociones de servicios. El internet facilita mucho la comunicación ya que es muy accesible en la actualidad.

Pregunta 13 ¿Si una empresa nueva ofrece servicios de Subcontratación de Recursos Humanos a su empresa, que tan interesado estaría en conocer sobre el servicio que promociona?

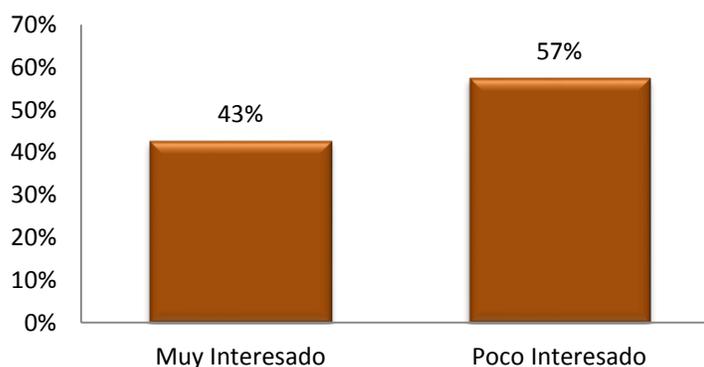
Objetivos: Determinar el grado de aceptación que podría tener el ofrecimiento de los servicios de Administración de Recursos Humanos para las empresas Medianas y Pequeñas establecidas en el Municipio de Santa Ana.

Cuadro 15. Nivel de interés en subcontratar servicios de Recursos Humanos

Nivel de Interés en Subcontratar Servicios de Recursos Humanos	Porcentaje	Frecuencia
Muy Interesado	43%	29
Poco Interesado	57%	39
Total	100%	68

Base de cálculo: 68 empresas que componen la muestra

Gráfico 13. Nivel de interés en subcontratar servicios de Recursos Humanos



Análisis: De las 68 Empresas Encuestadas, 29 dijeron que estarían Muy Interesadas en Subcontratar Servicios de Recursos Humanos, mientras que las 39 Empresas restantes dijeron que estarían poco interesadas en adquirir dicho servicio.

Interpretación: La mayoría de las empresas encuestadas no manifestaron interés de conocer la promoción de algún servicio de Administración de Recursos Humanos.

Pregunta 14 ¿Qué servicios del área de Recursos Humanos le interesaría más subcontratar?

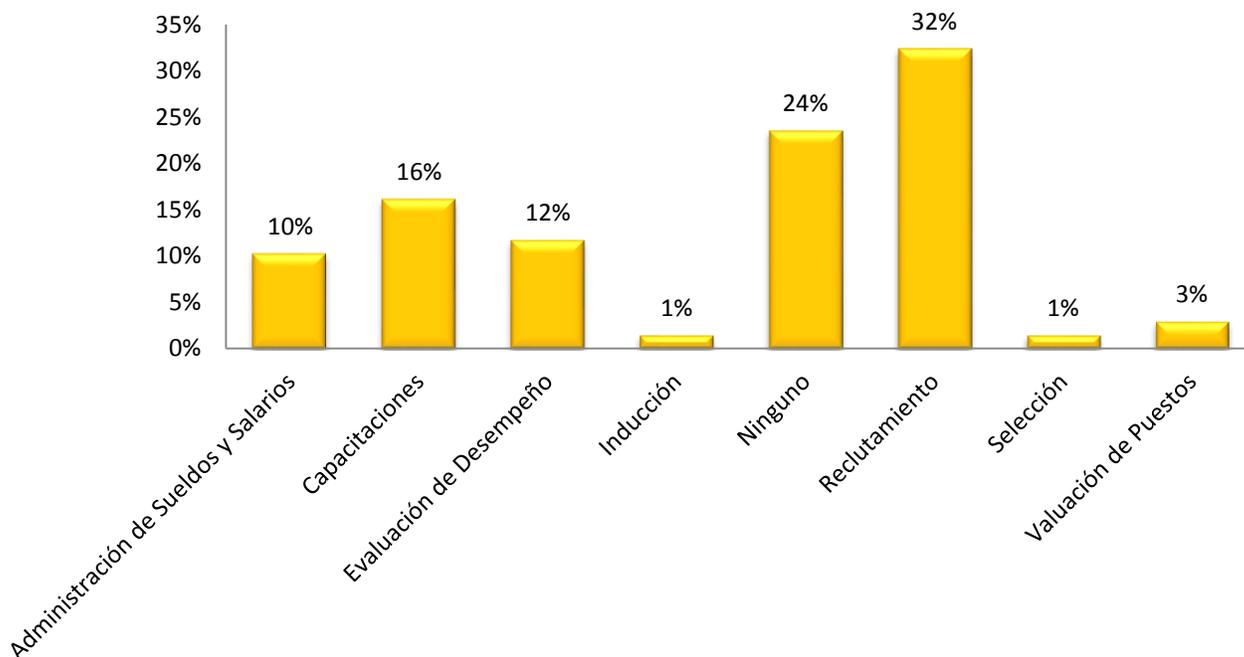
Objetivo: Identificar qué servicios del área de Recursos Humanos tendrían mayor aceptación a la hora de ofrecerlos en el mercado.

Cuadro 16. Áreas de RRHH que le interesaría subcontratar

Áreas de RRHH que le Interesaría Subcontratar	Porcentaje	Frecuencia
Administración de Sueldos y Salarios	10%	7
Capacitaciones	16%	11
Evaluación de Desempeño	12%	8
Inducción	1%	1
Ninguno	24%	16
Reclutamiento	32%	22
Selección	1%	1
Valuación de Puestos	3%	2
Total	100%	68

Base de cálculo: 68 empresas que componen la muestra

Gráfico 14. Áreas de RRHH que le interesaría subcontratar



Análisis: 7 Empresas dijeron que el Área de Recursos Humanos que les interesaría subcontratar es en Administración de Sueldos y Salarios, 11 dijeron que en Capacitaciones, 8 en Evaluación de Desempeño, 1 empresa eligió en el Área de Inducción, 22 dijeron que en el Área de reclutamiento, 1 Empresa dijo que en Selección, 2 Empresas dijeron que en Valuación de Puestos y 16 dijeron que en Ningún Área.

Interpretación: Las empresas encuestadas manifiestan un mayor interés en el Servicio de Reclutamiento de personal esto es porque la mayoría considera que el mayor beneficio de contratar servicios en el área de Recursos Humanos es que permite el reclutamiento de personas más capacitadas y adecuadas para una empresa.

Pregunta 15 ¿En qué otra área le parecería más interesante contratar servicios?

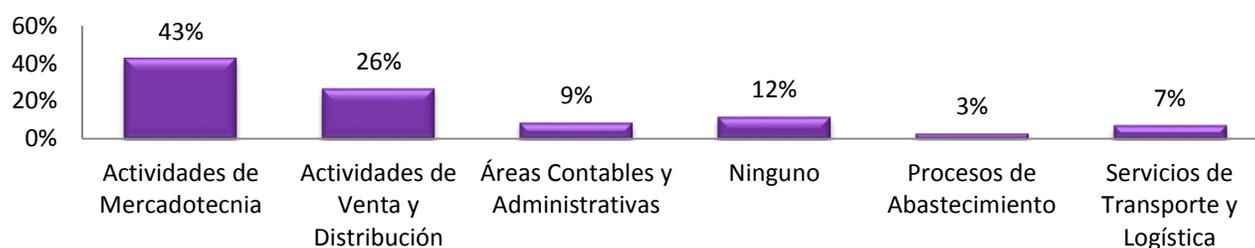
Objetivo: Determinar otras opciones de negocio que podrían ser de interés para las empresas en estudio.

Cuadro 17. Otras áreas de interés para subcontratar servicios

Otras Áreas de Interés para Subcontratar		
Servicios	Porcentaje	Frecuencia
Actividades de Mercadotecnia	43%	29
Actividades de Venta y Distribución	26%	18
Áreas Contables y Administrativas	9%	6
Ninguno	12%	8
Procesos de Abastecimiento	3%	2
Servicios de Transporte y Logística	7%	5
Total	100%	68

Base de cálculo: 68 empresas que componen la muestra

Gráfico 15. Otras áreas de interés para subcontratar servicios



Análisis: A la hora de elegir otras Áreas de interés para subcontratar, 29 Empresas eligieron Actividades de Mercadotecnia, 18 Actividades de Venta y Distribución, 6 Empresas eligieron Áreas Contables y Administrativas, 2 Empresas dijeron que en Procesos de Abastecimiento, 5 Empresas dijeron que Servicios de Transporte y Logística y 8 Empresas no eligieron ninguno.

Interpretación: la mayor parte de las empresas encuestadas manifestaron más interés en los servicios de Mercadeo ya que estas empresas buscan medios para promoverse mejor dentro del mercado. Esta podría ser una buena opción de idea de negocio.

3. Cruces de información de preguntas del cuestionario

Actividad principal de la empresa y años de funcionamiento

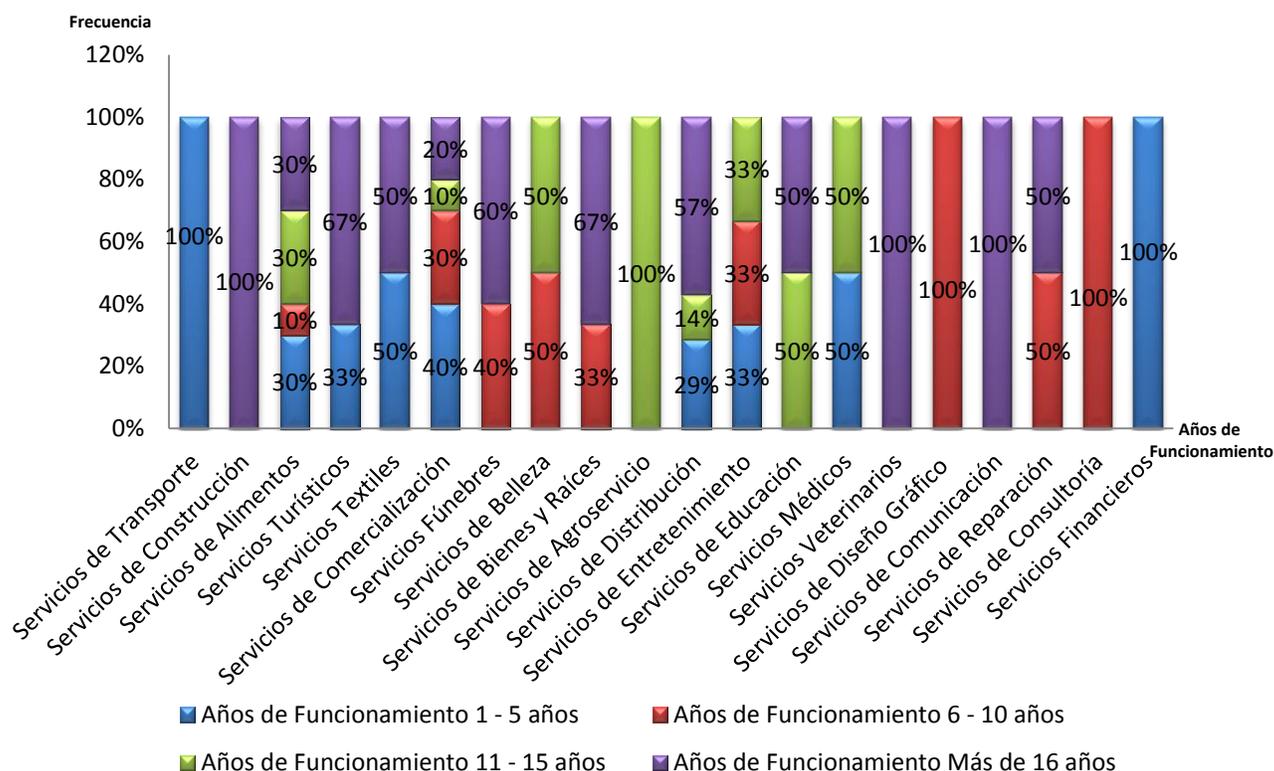
Objetivo: Identificar el rango de vida que poseen las empresas Medianas y Pequeñas establecidas en el Municipio de Santa Ana y determinar a qué rubro pertenecen las empresas que a pesar de tener un considerable tiempo de vida no han logrado convertirse en grandes empresas, así enfocar los servicios a esas empresas con el fin de ayudarles a expandirse y crecer dentro del Municipio de Santa Ana.

Cuadro 18. Actividad de la empresa y años de funcionamiento

Base de cálculo: 68 empresas que componen la muestra

Actividad Principal de la Empresa	Años de Funcionamiento									
	1 - 5 años		6 - 10 años		11 - 15 años		Más de 16 años		TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Servicios de Transporte	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	2	3%
Servicios de Construcción	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%	2	3%
Servicios de Alimentos	3	30%	1	10%	3	30%	3	30%	10	15%
Servicios Turísticos	3	33%	0	0%	0	0%	6	67%	9	13%
Servicios Textiles	1	50%	0	0%	0	0%	1	50%	2	3%
Servicios de Comercialización	4	40%	3	30%	1	10%	2	20%	10	15%
Servicios Fúnebres	0	0%	2	40%	0	0%	3	60%	5	7%
Servicios de Belleza	0	0%	1	50%	1	50%	0	0%	2	3%
Servicios de Bienes y Raíces	0	0%	1	33%	0	0%	2	67%	3	4%
Servicios de AgroserVICIO	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	1	1%
Servicios de Distribución	2	29%	0	0%	1	14%	4	57%	7	10%
Servicios de Entretenimiento	1	33%	1	33%	1	33%	0	0%	3	4%
Servicios de Educación	0	0%	0	0%	1	50%	1	50%	2	3%
Servicios Médicos	1	50%	0	0%	1	50%	0	0%	2	3%
Servicios Veterinarios	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	1	1%
Servicios de Diseño Gráfico	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	1	1%
Servicios de Comunicación	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	1	1%
Servicios de Reparación	0	0%	1	50%	0	0%	1	50%	2	3%
Servicios de Consultoría	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	2	3%
Servicios Financieros	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	1	1%
TOTAL	18	26%	13	19%	10	15%	27	40%	68	100%

Gráfica 16. Actividad de la empresa y años de funcionamiento



Interpretación: La mayoría de las Medianas y Pequeñas Empresas del Municipio de Santa Ana poseen más de 11 años de funcionar y gracias al gráfico se puede identificar qué tipo de empresas son las que han perdurado más. Entre estas empresas con mayor tiempo de vida están las de Servicios de Alimentos, Servicios Turísticos, los Servicios Fúnebres, Servicios de Bienes y Raíces y las de Servicios de Distribución.

Las organizaciones deben crecer cada año de funcionamiento y se razona que las empresas del municipio de Santa Ana, específicamente los tipos de empresa mencionadas, se han mantenido estables pero sin el crecimiento que les haya permitido ser consideradas ahora como Grandes Empresas, es por ello que necesitan una ayuda que les facilite expandirse y crecer. Estas empresas deben ser consideradas principalmente a la hora de ofrecer los servicios.

Subcontratación de servicios y años de funcionamiento

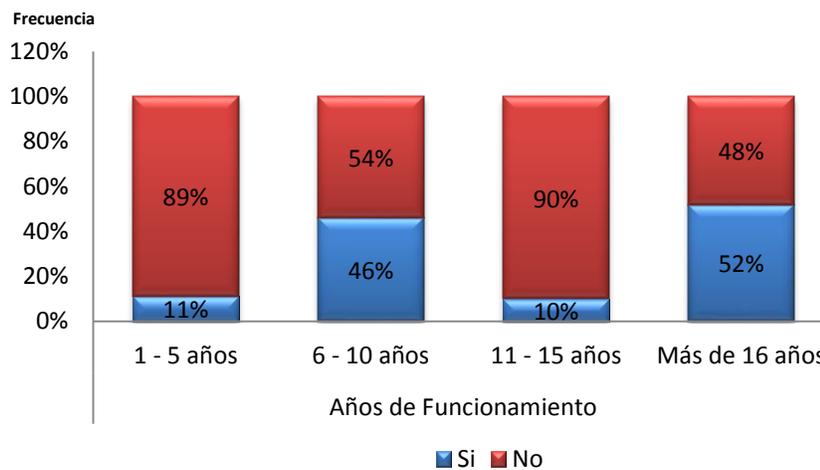
Objetivo: Identificar el rango de edad en la cual se centran las empresas que subcontratan servicios y así focalizar cualquier propuesta de negocio a aquellas empresas que ya han tenido una experiencia de subcontratación.

Cuadro 19. Años de funcionamiento por subcontratación de servicios

Subcontratación de Servicios	Años de Funcionamiento									
	1 - 5 años		6 - 10 años		11 - 15 años		Más de 16 años		TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Si	2	11%	6	46%	1	10%	14	52%	23	34%
No	16	89%	7	54%	9	90%	13	48%	45	66%
Total	18	26%	13	19%	10	15%	27	40%	68	100%

Base de cálculo: 68 empresas que componen la muestra

Gráfico 17. Años de funcionamiento por subcontratación de servicios



Interpretación: Según los resultados se puede afirmar que la mayoría de las empresas que tienen menos de 16 años de funcionamiento no subcontratan servicios pero las empresas con mayor edad si lo hacen. Esto es debido a que a lo largo del tiempo estas empresas pudieron ver la necesidad de adquirir algún servicio ajeno a su empresa. Es por ello que la empresa Outsourcing debe focalizar sus servicios a las empresas con mayor tiempo de vida pues son las empresas más abiertas a la idea de subcontratación.

Actividad principal de la empresa y el elemento que tomaría en cuenta para subcontratar.

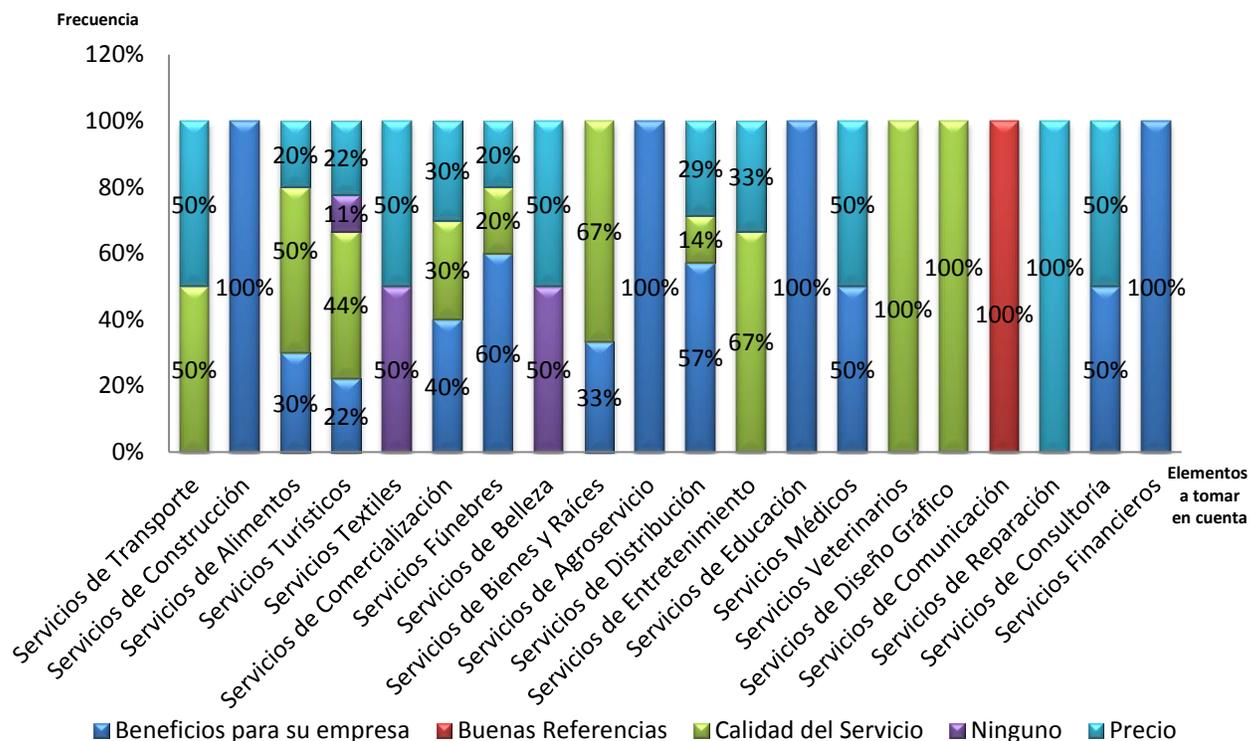
Objetivo: Determinar que elemento es más importante a la hora de ofrecer algún servicio a alguna empresa específica.

Cuadro 20. Elementos que tomaría en cuenta para subcontratar

Actividad Principal de la Empresa	Elementos que tomaría en cuenta para Subcontratar											
	Beneficios para su empresa		Buenas Referencias		Calidad del Servicio		Ninguno		Precio		TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Servicios de Transporte	0	0%	0	0%	1	50%	0	0%	1	50%	2	3%
Servicios de Construcción	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	3%
Servicios de Alimentos	3	30%	0	0%	5	50%	0	0%	2	20%	10	15%
Servicios Turísticos	2	22%	0	0%	4	44%	1	11%	2	22%	9	13%
Servicios Textiles	0	0%	0	0%	0	0%	1	50%	1	50%	2	3%
Servicios de Comercialización	4	40%	0	0%	3	30%	0	0%	3	30%	10	15%
Servicios Fúnebres	3	60%	0	0%	1	20%	0	0%	1	20%	5	7%
Servicios de Belleza	0	0%	0	0%	0	0%	1	50%	1	50%	2	3%
Servicios de Bienes y Raíces	1	33%	0	0%	2	67%	0	0%	0	0%	3	4%
Servicios de Agroservicio	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	1%
Servicios de Distribución	4	57%	0	0%	1	14%	0	0%	2	29%	7	10%
Servicios de Entretenimiento	0	0%	0	0%	2	67%	0	0%	1	33%	3	4%
Servicios de Educación	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	3%
Servicios Médicos	1	50%	0	0%	0	0%	0	0%	1	50%	2	3%
Servicios Veterinarios	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	1	1%
Servicios de Diseño Gráfico	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	1	1%
Servicios de Comunicación	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	1	1%
Servicios de Reparación	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%	2	3%
Servicios de Consultoría	1	50%	0	0%	0	0%	0	0%	1	50%	2	3%
Servicios Financieros	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	1%
TOTAL	25	37%	1	1%	21	31%	3	4%	18	26%	68	100%

Base de cálculo: 68 empresas que componen la muestra

Gráfico 18. Elementos que tomaría en cuenta para subcontratar



Interpretación: Se logra identificar lo que buscan cada una de las empresas a la hora de subcontratar los servicios ofrecidos por otra empresa. La mayoría de las empresas antes de contratar toman en cuenta como elemento principal los Beneficios para su Empresa. Al profundizar en el análisis se identifican los tipos de empresas que buscan este elemento y dichas empresas son las dedicadas a los de Servicios de Construcción, Servicios de Comercialización, Servicios Fúnebres, Agro servicios, Servicios de Distribución, Servicios Educación, Servicios Médicos, Servicios de Consultoría y de Servicios Financieros.

Por otra parte si se llegara a ofrecer servicios a las empresas de servicios de Transporte, Servicios de Alimentos, las de Servicios Turísticos, Servicios de Bienes y Raíces, Servicios de Entretenimiento, Servicios Veterinarios y Servicios de Diseño Gráfico lo primordial sería dar a conocer la calidad del servicio a ofrecer pues para estos tipos de empresas sería el elemento que más tomarían en cuenta a la hora de contratar. A las empresas que tomaran en cuenta el Precio como elemento principal son Las empresas de Transporte, Servicios Textiles, Servicios de Belleza, Servicios Médicos y Servicios de Reparación.

Actividad principal de la empresa y medio de Comunicación más adecuado para informarse de servicios.

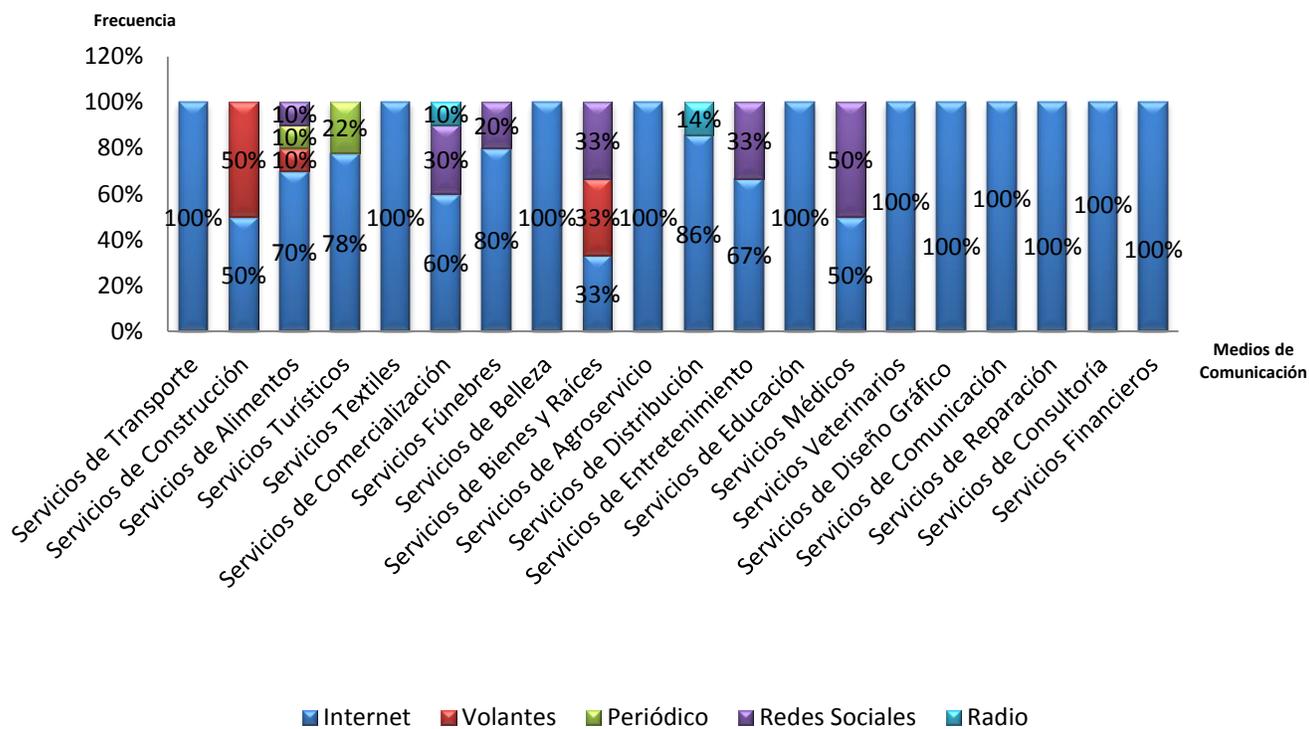
Objetivo: Reconocer qué medios son los indicados para hacerle llegar a cada rubro de las empresas las promociones correspondientes a algún nuevo servicio.

Cuadro 21. Medios de comunicación para informarse de servicios

Actividad Principal de la Empresa	Medios de Comunicación para Informarse de Servicios											
	Internet		Volantes		Periódico		Redes Sociales		Radio		TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Servicios de Transporte	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	3%
Servicios de Construcción	1	50%	1	50%	0	0%	0	0%	0	0%	2	3%
Servicios de Alimentos	7	70%	1	10%	1	10%	1	10%	0	0%	10	15%
Servicios Turísticos	7	78%	0	0%	2	22%	0	0%	0	0%	9	13%
Servicios Textiles	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	3%
Servicios de Comercialización	6	60%	0	0%	0	0%	3	30%	1	10%	10	15%
Servicios Fúnebres	4	80%	0	0%	0	0%	1	20%	0	0%	5	7%
Servicios de Belleza	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	3%
Servicios de Bienes y Raíces	1	33%	1	33%	0	0%	1	33%	0	0%	3	4%
Servicios de Agroservicio	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	1%
Servicios de Distribución	6	86%	0	0%	0	0%	0	0%	1	14%	7	10%
Servicios de Entretenimiento	2	67%	0	0%	0	0%	1	33%	0	0%	3	4%
Servicios de Educación	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	3%
Servicios Médicos	1	50%	0	0%	0	0%	1	50%	0	0%	2	3%
Servicios Veterinarios	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	1%
Servicios de Diseño Gráfico	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	1%
Servicios de Comunicación	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	1%
Servicios de Reparación	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	3%
Servicios de Consultoría	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	3%
Servicios Financieros	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	1%
TOTAL	52	76%	3	4%	3	4%	8	12%	2	3%	68	100%

Base de cálculo: 68 empresas que componen la muestra

Gráfico 19. Medios de comunicación para informarse de servicios



Interpretación: Claramente se observa en el gráfico que independientemente el tipo de empresa al cual se le ofrezca algún servicio, estas prefieren informarse a través del internet ya que ahora es el medio más utilizado por su fácil acceso a la información.

Sin embargo las empresas dedicadas a los servicios de Construcción y Servicios de Bienes y Raíces también Optan por los Volantes informativos.

Las empresas dedicadas a los Servicios Médicos y Servicios de Bienes y Raíces también optan por las Redes Sociales.

Actividad principal de la empresa y si está interesado en adquirir servicios de Recursos Humanos

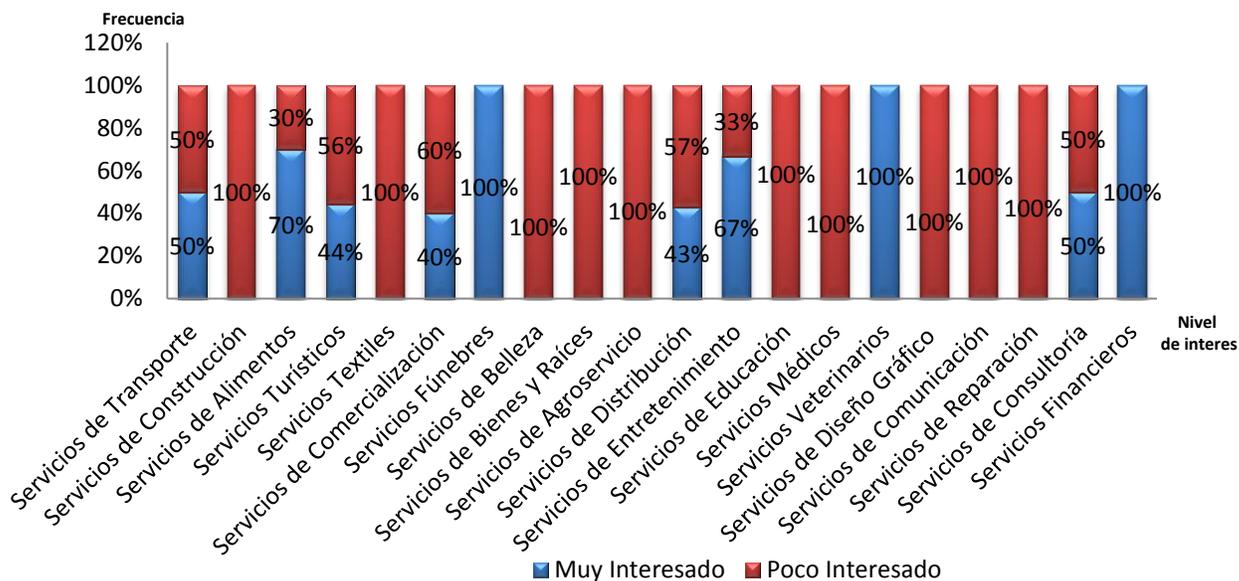
Objetivo: Clasificar a qué tipo de empresas les sería interesante el subcontratar servicios que Administren su Recursos Humanos y así ofrecer alguna promoción solamente a aquellas Medinas y Pequeñas Empresas interesadas.

Cuadro 22. Interés en adquirir servicios de Recursos Humanos

Actividad Principal de la Empresa	Interés en Adquirir Servicios de Recursos Humanos					
	Muy Interesado		Poco Interesado		TOTAL	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Servicios de Transporte	1	50%	1	50%	2	3%
Servicios de Construcción	0	0%	2	100%	2	3%
Servicios de Alimentos	7	70%	3	30%	10	15%
Servicios Turísticos	4	44%	5	56%	9	13%
Servicios Textiles	0	0%	2	100%	2	3%
Servicios de Comercialización	4	40%	6	60%	10	15%
Servicios Fúnebres	5	100%	0	0%	5	7%
Servicios de Belleza	0	0%	2	100%	2	3%
Servicios de Bienes y Raíces	0	0%	3	100%	3	4%
Servicios de Agroseruicio	0	0%	1	100%	1	1%
Servicios de Distribución	3	43%	4	57%	7	10%
Servicios de Entretenimiento	2	67%	1	33%	3	4%
Servicios de Educación	0	0%	2	100%	2	3%
Servicios Médicos	0	0%	2	100%	2	3%
Servicios Veterinarios	1	100%	0	0%	1	1%
Servicios de Diseño Gráfico	0	0%	1	100%	1	1%
Servicios de Comunicación	0	0%	1	100%	1	1%
Servicios de Reparación	0	0%	2	100%	2	3%
Servicios de Consultoría	1	50%	1	50%	2	3%
Servicios Financieros	1	100%	0	0%	1	1%
TOTAL	29	43%	39	57%	68	100%

Base de cálculo: 68 empresas que componen la muestra

Gráfico 20.. Interés en adquirir servicios de Recursos Humanos



Interpretación: La mayoría de las empresas manifiesta que no le interesa contratar servicios relacionados al área de Recursos Humanos, sin embargo, si una empresa nueva dedicada a brindar servicios de Administración del Recurso Humano quiere introducirse en ese mercado tendría como posibles clientes a las empresas de Servicios de Alimentos, Servicios de Transporte, las de Servicios Fúnebres, empresas de Entretenimiento, Servicios Veterinarios, Servicios de Consultoría y las empresas de Servicios Financieros, siendo este un mercado considerable para crear una empresa nueva.

Actividad Principal de la empresa y Área de mayor interés

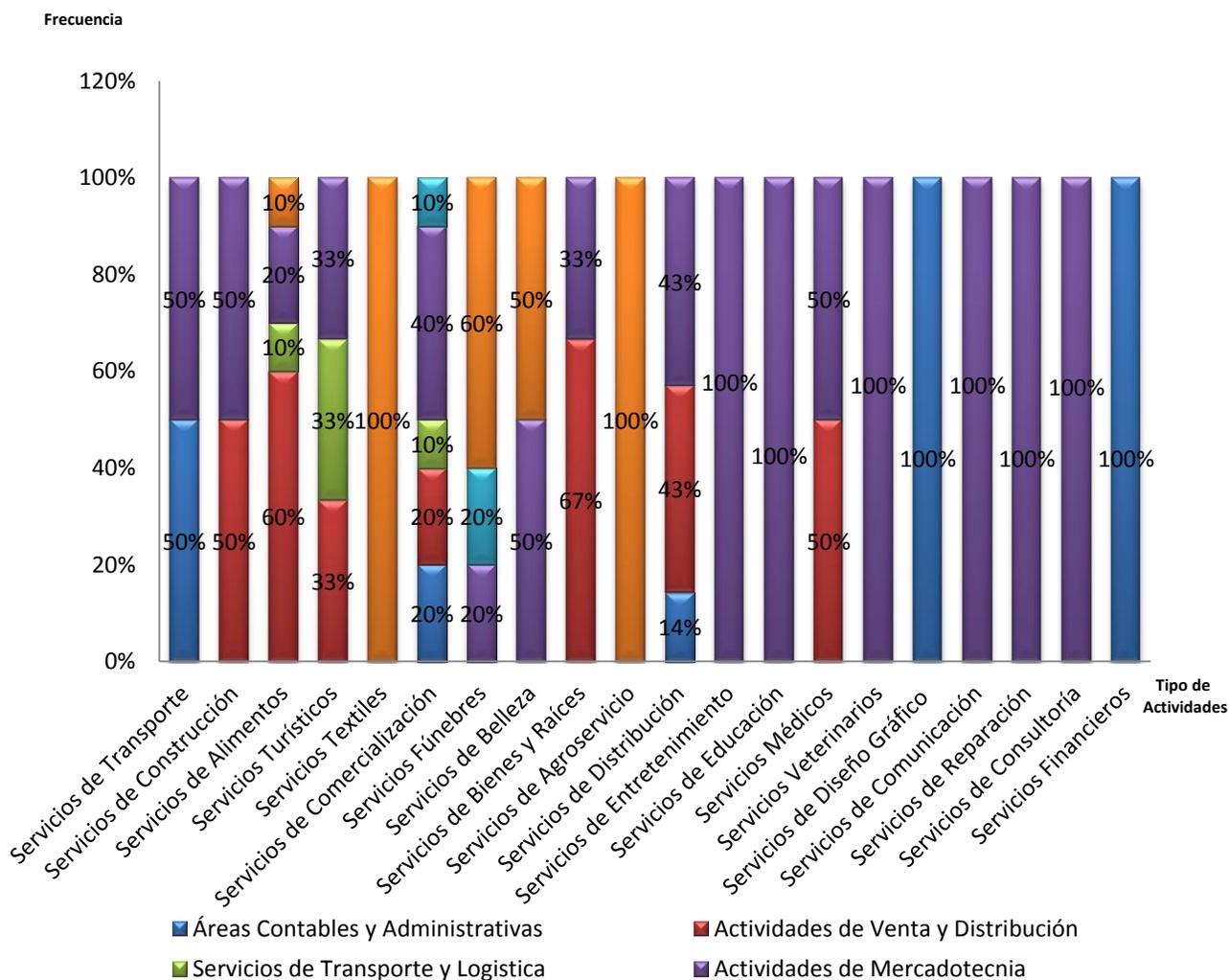
Objetivo: Identificar qué área de servicios les interesaría más contratar a cada una de las empresas del Municipio de Santa Ana y así ofrecer servicios acorde a los intereses de cada una de ellas.

Cuadro 23. Áreas interesantes para subcontratar servicios

Actividad Principal de la Empresa	Áreas Interesantes para Contratar Servicios													
	Áreas Contables y Administrativas		Actividades de Venta y Distribución		Servicios de Transporte y Logística		Actividades de Mercadotecnia		Procesos de Abastecimiento		Ninguno		Total	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Servicios de Transporte	1	50%	0	0%	0	0%	1	50%	0	0%	0	0%	2	3%
Servicios de Construcción	0	0%	1	50%	0	0%	1	50%	0	0%	0	0%	2	3%
Servicios de Alimentos	0	0%	6	60%	1	10%	2	20%	0	0%	1	10%	10	15%
Servicios Turísticos	0	0%	3	33%	3	33%	3	33%	0	0%	0	0%	9	13%
Servicios Textiles	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%	2	3%
Servicios de Comercialización	2	20%	2	20%	1	10%	4	40%	1	10%	0	0%	10	15%
Servicios Fúnebres	0	0%	0	0%	0	0%	1	20%	1	20%	3	60%	5	7%
Servicios de Belleza	0	0%	0	0%	0	0%	1	50%	0	0%	1	50%	2	3%
Servicios de Bienes y Raíces	0	0%	2	67%	0	0%	1	33%	0	0%	0	0%	3	4%
Servicios de Agroservicio	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	1	1%
Servicios de Distribución	1	14%	3	43%	0	0%	3	43%	0	0%	0	0%	7	10%
Servicios de Entretenimiento	0	0%	0	0%	0	0%	3	100%	0	0%	0	0%	3	4%
Servicios de Educación	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	2	3%
Servicios Médicos	0	0%	1	50%	0	0%	1	50%	0	0%	0	0%	2	3%
Servicios Veterinarios	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	1	1%
Servicios de Diseño Gráfico	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	1%
Servicios de Comunicación	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	1	1%
Servicios de Reparación	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	2	3%
Servicios de Consultoría	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	2	3%
Servicios Financieros	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	1%
TOTAL	6	9%	18	26%	5	7%	29	43%	2	3%	8	12%	68	100%

Base de cálculo: 68 empresas que componen la muestra

Gráfico 21. Áreas interesantes para subcontratar servicios



Interpretación: La mayoría de las empresas manifestaron estar interesadas en contratar Servicios en el área de Mercadotecnia a excepción de las empresas de Alimentos y las de Bienes y Raices que prefieren los Servicios de Ventas y Distribución. Las empresas de Diseño Gráfico y las de Servicios Financieros que prefieren en el Área Contable y Administrativa. Otras empresas como las de Servicios Textiles, Servicios Fúnebres y de Agro servicio no les interesa contratar en ninguna otra área. Según la investigación las empresas interesadas en el Área de Mercadotecnia podrían representar un mercado potencial para ofrecerles servicios Outsourcing.

4. Resultados de Instrumento dirigido a las Empresas Outsourcing de Recursos Humanos que brindan servicios en el Municipio de Santa Ana

Entrevistados:

Publicidad Comercial: Giovani Cuellar

Express Personnel: Wendy Mancia

Servicios Estratégicos en Mercadeo: Rebeca Vaquero

Pregunta 1 ¿Cómo clasifica el tamaño de su empresa?

Objetivo: Conocer el tamaño de las empresas Outsourcing que ya ofrecen servicios de Recursos Humanos en el Municipio de Santa Ana y así conocer la posible competencia a la que se enfrentaría un nuevo negocio de ese rubro.

Publicidad Comercial	Express Personnel	Servicios Estratégicos en Mercadeo
Gran Empresa	Mediana Empresa	Mediana Empresas

Pregunta 2 ¿Cuántos años lleva en funcionamiento la empresa?

Objetivo: Conocer los años de experiencia que poseen las empresas que brindan servicios de Recursos Humanos en el Municipio de Santa Ana y así conocer la posible competencia a la que se enfrentaría un nuevo negocio de ese rubro.

Publicidad Comercial	Express Personnel	Servicios Estratégicos en Mercadeo
55 años	10 años	5 años

Pregunta 3 ¿Cómo inició la idea de creación de empresa Outsourcing de Recursos Humanos?

Objetivo: Identificar las causas que motivan a los empresarios a fundar una nueva empresa que dedicada a los servicios Outsourcing de Recursos Humanos.

Publicidad Comercial	Express Personnel	Servicios Estratégicos en Mercadeo
No se pudo dar esa información porque el entrevistado no tiene el conocimiento.	Las fundadoras de las empresas trabajaban en una empresa similar por lo tanto al tener el conocimiento y algunos clientes conocidos decidieron crear su propia empresa Outsourcing de Recursos Humanos.	Inicio hace 5 años cuando el fundador de la empresa se quedó desempleado y teniendo el conocimiento decidió crear una empresa que le ayudara a seguir teniendo ingresos.

Pregunta 4 Según la experiencia adquirida, ¿Considera usted que hasta el momento es un negocio rentable y en crecimiento? ¿Por qué?

Objetivo: Conocer las expectativas de crecimiento que tiene las empresas Outsourcing de Recursos Humanos y saber las opiniones de las empresas ya establecidas sobre la rentabilidad de este tipo de negocio.

Publicidad Comercial	Express Personnel	Servicios Estratégicos en Mercadeo
Si, pues es una empresa que ha logrado mantenerse estable a lo largo de los años y gracias a su prestigio está creciendo cada día más.	Es rentable porque ahora más empresas necesitan desvincularse de su pasivo laboral y al contratar empresas como esta nunca acumulan pasivo laboral y eso conlleva a menos costos. Conjuntamente evitan cualquier problema legal que quiera discutir el empleado con ellos y esto da muchas ventajas para las empresas.	Si, ya que se ha logrado tener 5 veces más de dinero que cuando se inició el negocio y cada vez hay más clientes.

Pregunta 5 ¿Qué ventajas competitivas posee su empresa?

Objetivos: Identificar las cualidades de las empresas Outsourcing de Recursos Humanos que podrían ser tomadas en cuenta a la hora de diseñar las estrategias de una empresa nueva del mismo rubro.

Publicidad Comercial	Express Personnel	Servicios Estratégicos en Mercadeo
Es una empresa que comprende de muchas empresas integradas por lo tanto tiene conocimiento en toda clase de servicios que buscan las empresas, además su reconocimiento a nivel internacional la hace una empresa de renombre. Crean estrategias relevantes de comunicación integrada para empresas que buscan la excelencia y los mejores resultados. Otra ventaja es que cuenta con profesionales que trabajan con pasión.	La Atención personalizada que da la empresa, ya que tratan de tener acceso directo con los clientes y eso hace que la toma de decisiones sea más rápida.	La principal ventaja es el conocimiento que poseen.

Pregunta 6 Si tuviera la oportunidad de ampliar o incrementar los servicios que actualmente ofrece ¿Cuáles serían estos Servicios?

Objetivos: Distinguir todos los diferentes rubros en los cuales puede expandirse un negocio y así tomar ideas que contribuyan a una posible propuesta de negocio.

Publicidad Comercial	Express Personnel	Servicios Estratégicos en Mercadeo
Hasta el momento contamos con el apoyo completo de empresas hermanas que brindan servicios en muchas áreas por lo tanto se puede considerar que la empresa ya está completa en los servicios que podría ofrecer.	Por el momento no, ya que se cubren todos los servicios del rubro de RRHH, si se llegara a ampliar seria para otras áreas.	Se está pensando en incluir los servicios de capacitaciones y también ampliarse a nivel regional.

Pregunta 7 ¿Por qué cree que los servicios Outsourcing de Recursos Humanos son más aceptados hoy en día?

Objetivo: Conocer las opiniones de los expertos en el servicio Outsourcing de Recursos Humanos sobre la aceptación que tienen ese tipo de empresas.

Publicidad Comercial	Express Personnel	Servicios Estratégicos en Mercadeo
los ejecutivos de hoy en día se enfrentan a una gran cantidad de cambios y tendencias sin precedentes. Estos cambios incluyen la necesidad de ser globales, la necesidad de crecer sin usar más capital, la necesidad de responder a las amenazas y oportunidades de la economía, el envejecimiento de la fuerza laboral, la reducción de costos y batallar por el pensar del consumidor.	Ahora más empresas necesitan desvincularse de su pasivo laboral y al contratar empresas como esta nunca acumulan pasivo laboral, eso conlleva a menos costos. Conjuntamente evitan cualquier problema legal que quiera discutir el empleado con ellos y esto da muchas ventajas para las empresas.	Porque las empresas ya se están dando cuenta que las empresas Outsourcing les facilitan más las cosas pues se encargan prácticamente de todo lo que los empresarios necesitan. Incluso se libran de cualquier problema legal relacionado con el personal.

Pregunta 8 ¿Su empresa ha prestado sus servicios dentro del municipio de Santa Ana?

Objetivo: Determinar si las empresas Outsourcing de Recursos Humanos ofrecen sus servicios en el Municipio de Santa Ana y analizar a que se enfrentaría una empresa nueva establecida en ese mismo Municipio.

Publicidad Comercial	Express Personnel	Servicios Estratégicos en Mercadeo
Si, muchos de sus clientes que son empresas grandes solicitan cubrir ese territorio.	Si, Servicios de Reclutamiento y Selección de Personal.	Si cuentan con personal en el Municipio.

Pregunta 9 ¿Considera que los Servicios Outsourcing de Recursos Humanos en el Municipio de Santa Ana podrían tener aceptación?

Objetivo: Establecer el nivel de aceptación que tienen los servicios Outsourcing de Recursos Humanos en el Municipio de Santa Ana según la opinión de empresas con mayor experiencia.

Publicidad Comercial	Express Personnel	Servicios Estratégicos en Mercadeo
Si, como en todas partes del país.	Ya la tiene y es rentable, sin embargo, no es considerado rentable abrir una oficina solo para Santa Ana.	Si porque muchos clientes buscan personal para trabajar en Santa Ana.

Pregunta 10 Aparte del Municipio de San Salvador, ¿En qué otra región o localidad se encuentran ubicados sus clientes?

Objetivo: Identificar en que otras regiones del país sería factible ofrecer los servicios Outsourcing de Recursos Humanos y tomarlo en cuenta para posibles propuestas de negocio.

Publicidad Comercial	Express Personnel	Servicios Estratégicos en Mercadeo
En todo el país y también Centro América.	Dan servicios en todas las áreas del país pero siempre desde San Salvador pues no es necesario tener oficinas desde otras áreas del país pues el país es pequeño y se puede cubrir en su totalidad.	San Miguel y Sonsonate.

Pregunta 11 Al momento de ofrecer sus servicios ¿Qué es lo más importante que sus clientes consideran para comprar o adquirir sus servicios?

Objetivo: Conocer los elementos que los clientes buscan a la hora de contratar algún servicio.

Publicidad Comercial	Express Personnel	Servicios Estratégicos en Mercadeo
La calidad del servicio que Publicidad Comercial ofrece a través de su equipo de profesionales.	Cada cliente es diferente pero por lo general piden eficiencia en la cual se le resuelve la necesidad y también sus precios.	Los clientes buscan la experiencia, las buenas referencias y flexibilidad con los precios

Pregunta 12 ¿Qué tipo de comunicación ha utilizado para que sus clientes lo conozcan?

Objetivo: Determinar el medio de comunicación más adecuado para hacer conocer promociones de servicios a clientes potenciales.

Publicidad Comercial	Express Personnel	Servicios Estratégicos en Mercadeo
No hace publicidad, los clientes llegan a solicitar sus servicios, sin embargo, se posee una página de internet donde muchos clientes los visitan y son contactados.	No hacen mucho mercadeo, generalmente es por medio de conocidos que conocen a sus clientes.	Primero mandan un correo electrónico con una presentación y una carta para que los clientes acepten una reunión vía personal y explicarles más detallado sobre los servicios.

Pregunta 13 ¿Cuáles son los servicios que obtienen mayor demanda?

Objetivo: Identificar los servicios en el área de Recursos Humanos que las empresas demandan más con la finalidad de que dichos servicios no sean excluidos de alguna propuesta de negocio.

Publicidad Comercial	Express Personnel	Servicios Estratégicos en Mercadeo
Como es una empresa dedicada a muchas áreas, se puede afirmar que las relacionadas con publicidad son las más demandadas.	Reclutamiento y administración de planilla	Manejo de planilla fija

Pregunta 14 ¿A qué rubro o actividad pertenecen sus clientes actuales?

Objetivo: Reconocer los tipos de clientes más interesados en los servicios Outsourcing de Recursos Humanos.

Publicidad Comercial	Express Personnel	Servicios Estratégicos en Mercadeo
Hay de diferentes rubros, entre sus clientes principales están Banco Agrícola, Súper Selectos, Tigo, Delsur, Golden, la Gran Vía, AFP Crecer y muchos otros de diferentes rubros.	Telecomunicaciones y Tecnología	Alimentos y Servicios de Limpieza

Pregunta 15 ¿En qué rango se encuentran los sueldos y salarios que da la empresa?

Objetivo: Identificar el rango de sueldos que las empresas Outsourcing de Recursos Humanos ofrecen más.

Publicidad Comercial	Express Personnel	Servicios Estratégicos en Mercadeo
No pueden dar ese tipo de información.	Más de \$500	Entre el mínimo y \$300

a) Análisis de resultados de entrevista dirigida a las Empresas que actualmente ofrecen servicios Outsourcing de RRHH en el Municipio de Santa Ana

Las empresas Outsourcing que ofrecen servicios de Administración de Recursos Humanos en el Municipio de Santa Ana son empresas que han logrado estabilidad y crecimiento independientemente del tiempo que lleva operando cada una de ellas y esto es debido a que el mantenerse como una empresa rentable no depende del tiempo sino de los esfuerzos y estrategias que han llevado a cabo para obtener un buen posicionamiento en el mercado. El ser una empresa diferenciada va de la mano con los servicios de calidad que ofrecen y esto fomenta a que los clientes busquen a las empresas y sean fieles a estas.

En el caso de las empresas entrevistadas se manifiesta que estas no solo se focalizan en el Municipio de Santa Ana pues han sido capaces de expandirse por todo el país sin necesidad de establecer otras oficinas parte de las localizadas en San Salvador, pues poseen los recursos para movilizarse dentro y fuera de la capital. Se descubrió que las empresas no solo se limitan a brindar servicios en una sola área específica sino que expanden sus servicios a otras áreas de interés de sus clientes, entre estas áreas se identificaron principalmente las Actividades de Mercadotecnia pues muchas empresas demandan la necesidad de darse a conocer en el mercado a través de una estrategia comercial eficiente.

Otro aspecto importante es que las empresas que actualmente brindan servicios Outsourcing en el Municipio de Santa Ana tiene una relación personalizada con cada uno de sus clientes amarrado de buenas relaciones con estos. Cada cliente es manejado de forma diferente analizando cada uno de sus intereses y necesidades. Esto ha logrado que la estrategia de captación de nuevos clientes sea más fácil pues las empresas entrevistadas han manifestado que las referencias de los clientes actuales les ha ayudado a darse a conocer con otros demandantes de servicios Outsourcing. Las empresas están notando las ventajas de subcontratar servicios y de desprenderse de ciertas obligaciones que simplemente los desenfoca de sus actividades principales, es por ello que muchas empresas que brindan servicios Outsourcing están surgiendo y creciendo.

5. Cuadro resumen de los aspectos observados de las Empresas Outsourcing que prestan servicios de Administración de Recursos Humanos en el Municipio de Santa Ana.

Puntos de observación	Comentario
Fue fácil dar con la dirección de la empresa	La mayoría de las empresas buscan lugares céntricos para su ubicación y las empresas observadas cuentan con ubicaciones adecuadas y de fácil acceso.
Las instalaciones tenían parqueo para clientes	Todas las empresas cuentan con área de parqueo para sus clientes. La estrategia de algunas empresas es establecer sus oficinas en un centro comercial ya que estos cuentan ya con su parqueo.
Dentro de las instalaciones había un área de recepción	Las empresas observadas cuentan con su área dedicada a recibir a sus clientes o donde se brinda algún tipo de información.
Dentro de las instalaciones se posee una iluminación adecuada	La iluminación en todas las empresas era óptima ya que es esencial tener claridad para condiciones adecuadas de trabajo.
Las instalaciones tienen ventilación adecuada	Si a pesar que había espacios reducidos y oficinas muy cerradas, estas se las ingenian para tener aire acondicionado.
Las instalaciones de la empresa eran amplias	No todas las empresas de este rubro son amplias pues no necesitan de mucho espacio para poder ofrecer servicios basados en su conocimiento.
Las instalaciones se muestran aseadas	Todas las empresas se enfocan en su buena imagen y el aseo de sus instalaciones es muy notorio.
Escritorios que hay dentro de las instalaciones	En la mayoría de este tipo de empresas solamente se observan entre 3 a 5 escritorios.
Equipos de computadoras	Al igual que los escritorios observados se observan entre 3 y 5 computadoras. En la actualidad este tipo de instrumentos es una de las herramientas esenciales para que una empresa funcione.

Baños	No se observaron baños de acceso rápido para clientes sino que el mismo baño es compartido para sus clientes y empleados.
Se cuenta con agua potable	Todas las empresas Observadas cuentan con agua potable y vasos desechables para sus clientes.
Las instalaciones tenían vigilancia	Como se mencionó muchas de estas empresas se instalan en centros comerciales que ya cuentan con servicios de vigilancia.
Contaban con un encargado de recepción	Si todas las empresas saben que es esencial contar con una recepcionista pues el atender a sus clientes con disposición de tiempo y con la información adecuada es primordial para una empresa que vive del servicio al cliente.
Dentro de la empresa se muestran las misión y visión de la empresa	Este aspecto ninguno de las empresas observadas lo posee.
Habían volantes informativos dentro de la empresa	Ninguna empresa proporcionó información por escrito.
Los empleados observados poseen una vestimenta formal	Los empleados de las empresas observadas usan ropa formal y dan un aspecto profesional a la empresa.
Los empleados portan un carnet de identificación	No todas las empresas usan un carnet de identificación. Se observó solo una empresa que usa su carnet para acceder a las localidades.
Empleados que se observan dentro de la empresa	Los empleados son entre 3 y 5 ya que por el tipo de empresa estas pueden salir adelante con el trabajo de pocos empleados.
Clientes Observados dentro de las instalaciones	Si se observaron por lo menos un cliente en cada empresa. La empresa dedica un tiempo programado a cada cliente dándole un trato personalizado o a los clientes se les es visitado en sus empresas.

C. SITUACIÓN ACTUAL Y DIAGNÓSTICO DE LA INVESTIGACIÓN

1. Situación Actual para la creación de una empresa Outsourcing de Recursos Humanos que brinde servicios de calidad a la Mediana y Pequeña Empresa del sector servicio del Municipio de Santa Ana.

1.1 Situación Actual de las Medianas y Pequeñas Empresas del Municipio de Santa Ana

En el Municipio de Santa Ana se pudo Observar un gran número de empresas establecidas. Según los recientes estudios la mayor parte de estas empresas son Pequeñas Empresas clasificadas según el número de sus empleados.

La mayor parte de estas empresas tiene muchos años de funcionamiento por lo tanto se puede afirmar que las Empresas Medianas y Pequeñas establecidas en el Municipio de Santa Ana tienen un crecimiento lento comparado con sus años de funcionamiento ya que muchas tienen más de 16 años de existir.

La ubicación de la mayor parte de las Medianas y Pequeñas Empresas es en el Centro del Municipio de Santa Ana y otros barrios cercanos. Es decir que es el lugar que las empresas prefieren llevar a cabo sus operaciones.

Los empresarios en el Municipio de Santa Ana constituyen empresas focalizadas en el área del Comercio de Productos y de Alimentos. Se puede afirmar que este tipo de empresas logran ser estables por su gran demanda en el Municipio de Santa Ana.

Las empresas en el Municipio de Santa Ana no subcontratan algún servicio y si lo hacen son una minoría. Se pudo observar que no cuentan ni siquiera con servicios de seguridad. Lo anterior es debido a que consideran irrelevante para su empresa, es decir, que no necesitan algún servicio según las opiniones de los dueños. De las empresas que sí subcontratan servicios lo hacen a empresas dedicadas al abastecimiento de materiales y a las empresas que se dedican al transporte de carga o transporte de personas.

Al profundizar el estudio en el tema de las empresas Outsourcing de Recursos Humanos se demostró que estas no son conocidas en el Municipio de Santa Ana, no obstante algunas empresas del Municipio si las conocen pero solo a aquellas que operan desde San Salvador.

Al conocer sobre este tipo de empresas de servicios, las Empresas Medianas y Pequeñas del Municipio de Santa Ana identifican ciertos beneficios que podrían presentar las empresas Outsourcing de Recursos Humanos y entre estos esta la selección de personal más capacitado.

Si una empresa nueva en Outsourcing de Recursos Humanos o de otra área demandada llegara a promocionarse en el Municipio de Santa Ana esta tiene que ofrecer una propuesta de valor para las empresas, enfocando sus servicios en el beneficio hacia las empresas, la calidad del servicio y un buen precio. Así mismo el medio de comunicación óptimo para hacerles llegar cualquier oferta de servicios es el Internet por su fácil acceso y su eficacia al hacer llegar la información.

Ya si una empresa nueva de Outsourcing de Recursos Humanos llegara a ofrecer sus servicios a las empresas Medianas y Pequeñas del Municipio de Santa Ana esta captaría una parte considerable del mercado pero la otra parte no muestra ningún interés de adquirir estos servicios pero si en otras áreas como las de Actividades de Mercadotecnia.

1.2 Situación Actual de las empresas Outsourcing que prestan servicios de Administración de Recursos Humanos en el Municipio de Santa Ana.

Las empresas que ofrecen servicios en el Municipio de Santa Ana son las mismas empresas que brindan sus servicios en todo el país ya que según las opiniones de los dueños, las empresas Outsourcing de Recursos Humanos no necesitan tener sus oficinas en otros lados del país pues El Salvador es un país muy pequeño que sí podría ser abarcado en su totalidad. Las empresas que brindan servicios de Recursos Humanos en Santa Ana son empresas que han logrado un gran crecimiento en poco tiempo, por lo tanto el servicio Outsourcing de Recursos Humanos está siendo demandado por muchas empresas que buscan un crecimiento más acelerado, por ende es un negocio rentable siempre y cuando se ofrezcan servicios diferenciados.

Al estudiar la competencia a la cual se enfrentaría una nueva empresa dedicada a la Administración de Recursos Humanos se tiene que destacar que dicha competencia es muy fuerte por el posicionamiento que tienen en el mercado, las relaciones públicas y las referencias de sus actuales clientes. Así mismo las empresas dedicadas a prestar Servicios de Mercadotecnia son empresas grandes que ya tienen su reconocimiento en todas las áreas del país.

Por otro lado las instalaciones de las empresas de estos rubros son las adecuadas para poder realizar sus operaciones pues no necesitan de instalaciones amplias. Otros aspectos positivos son que poseen seguridad, parqueo amplio y buena recepción para sus clientes. Los anteriores son indicadores de la calidad de los servicios que estas ofrecen.

Según los recientes estudios, la situación actual de las Empresas Outsourcing de Recursos Humanos en relación a sus clientes es que estas empresas no agotan esfuerzos en busca de clientes pues son estos los que actualmente buscan este tipo de servicios. El reconocimiento de estas empresas también constituye indicadores que la calidad ofrecida en sus labores. Las empresas Outsourcing estudiadas manejan a cada cliente diferente por lo tanto cada servicio que ofrecen se adapta a los intereses de los demandantes, así mismo sus precios dependen de lo que cada cliente exige. Las empresas que operan en Santa Ana no lo hacen brindando servicios a las Medianas y Pequeñas Empresas, según se ha logrado identificar estas brindan sus servicios a Grandes Empresas que poseen sucursales en otras regiones del país.

En conclusión la competencia es bastante fuerte debido al tamaño y prestigio que tienen las empresas que brindan servicios Outsourcing en el Municipio, la competencia demuestra tener una gran cobertura del Mercado Salvadoreño, sin embargo la creación de una empresa nueva está orientada a ofrecer precios más accesible para los mediano y pequeño empresario lo cual la competencia no ha demostrado pues solo ofrecen servicios a las Grandes Empresas.

Se identificó muchas características de la competencia que pueden ser tomadas en cuenta para una propuesta de negocio como por ejemplo los aspectos de las instalaciones que proyectan seriedad a la empresa y comodidad hacia sus clientes y otros aspectos como las estrategias de promoción de los servicios.

2. Diagnóstico de la situación actual para la creación de una empresa Outsourcing de Recursos Humanos que brinde servicios de calidad a la Mediana y Pequeña Empresa del sector servicio del Municipio de Santa Ana.

Normalmente las empresas en el Municipio de Santa Ana ya cuentan con su propio departamento de Recursos Humanos pues es algo necesario que toda empresa debe contar, sin embargo, muchas empresas deciden hacer cambios que les permitan crecer y entre esos cambios está el desprenderse de la responsabilidad de administrar su Recurso Humano subcontratando el servicio a un tercero y así poder concentrar sus esfuerzos solamente en el giro o función principal de la empresa.

El mercado demuestra que muchas empresas del Municipio de Santa Ana si les interesaría realizar este cambio pero la otra parte se ve resistente al cambio la cual es una problemática para el proyecto de creación de una empresa Outsourcing en el Municipio, sin embargo, la parte que no muestra interés en subcontratar servicios de Recursos Humanos si muestra gran interés en subcontratar servicios relacionados a las actividades de Mercadotecnia, la cual fue otra necesidad identificada de las empresas del Municipio.

En su gran mayoría las Medianas y Pequeñas Empresas establecidas en el Municipio de Santa Ana aún no han podido identificar la necesidad de subcontratar algún servicio, ya sea por miedo a hacer cambios en aspectos que a lo largo del tiempo consideran que han funcionado bien dentro de su empresa, es decir que para sus dueños las cosas han ido bien hasta el momento y no necesitan cambios siendo esta una dificultad para la propuesta de una nueva empresa. Es por lo anterior que hay que hacerle ver a estas empresas los beneficios que obtendrían al subcontratar servicios y de qué manera podrán acelerar su crecimiento en el mercado.

Al ser planteado otra propuesta de empresa de servicios, las Medianas y Pequeñas empresas del Municipio mostraron mucho interés por el área de Mercadotecnia ya que no todas las empresas cuentan con un departamento de Mercadeo dentro de ellas. Al comunicarse con los dueños o encargados de las empresas, estos manifestaron interés por este tipo de servicios porque quieren dar a conocer a través del mercadeo y

publicidad su empresa y sus servicios, pues lo que más importa en este momento es la captación de nuevos clientes.

Cada empresa es diferente y así mismo sus necesidades. El Mercado estudiado está dividido en empresas interesadas en servicios Outsourcing de Recursos Humanos y otra parte interesada en actividades de Mercadotecnia. Por lo tanto es considerada una buena opción el crear una empresa donde se cuente con ambos rubros de servicios y ofrecer a cada empresa del mercado lo que sea de su interés.

El propósito principal del proyecto de creación de una nueva empresa es fomentar el desarrollo de las Medianas y Pequeñas Empresas del Municipio de Santa Ana.

Siempre siguiendo el objetivo del proyecto de investigación se puede hacer una propuesta nueva pero no enfocada solamente en el área de Recursos Humanos pues no sería del todo rentable sino ampliar la propuesta al área de Mercadeo también ya que están siendo buscados estos servicios por una gran parte de las empresas del sector.

El Mercado potencial será en primer lugar las empresas Medianas y Pequeñas del Municipio de Santa Ana que tienen más de 11 años de funcionamiento debido a que estas fueron identificadas como las empresas que ya reconocen que el subcontratar servicios es una necesidad que ayuda a su desarrollo. Las empresas con menos años de funcionamiento a pesar de ser un mercado más difícil de llegar no se dejaron de lado pues se intentara captar la mayor parte del mercado posible. El mercado potencial está bastante diversificado pues dentro del Municipio están establecidas empresas de rubros diferentes entre las más destacadas están las empresas de Alimentos, Servicios Turísticos y Comercio por su alta demanda.

De las grandes ventajas que se presentan en la creación de una empresa dedicada a brindar servicios Outsourcing en el Área de Recursos Humanos y de Mercadotecnia es que sería pionera en el Municipio de Santa Ana pues no hay empresas de estos rubros establecidas en dicha localidad y sería de gran ventaja tanto para la empresa Outsourcing y para el Mercado Potencial el contar con una empresa con esta cercanía.

Otra ventaja es que cubriría con las necesidades de las empresas del sector tanto para aquellas interesadas en el Área de Recursos Humanos y Las interesadas en el Área de Mercadotecnia.

3. Logros y Limitaciones Encontrados en la Investigación

3.1. Logros

- Se logró entrevistar el total de empresas que representa la muestra gracias al apoyo de sus dueños y encargados que recibían al grupo de investigación personalmente.
- Gracias al apoyo de las empresas donde laboran cada uno de los integrantes del equipo de investigación se pudieron obtener permisos especiales para faltar a las labores diarias y poder hacer los viajes a Santa Ana.
- El grupo de investigación a pesar de los descuentos laborales, los gastos de gasolina y la alimentación de los viajes a Santa Ana ha logrado mantenerse dentro del presupuesto de gastos.

3.2. Limitaciones

- No se pudo seguir el plan original de realizar las encuestas virtuales, eso fue propuesto para facilitar la investigación y no tener que viajar hasta Santa Ana para llevar a cabo las encuestas, sin embargo no se obtuvieron los resultados esperados pues solamente tres empresas mandaron sus respuestas virtualmente.
- Debido a que el total de empresas a entrevistar era amplio no se lograron abarcar a todas en un mismo día, es por ello que se llevaron a cabo tres viajes de San Salvador hasta Santa Ana.
- Muchas empresas no quisieron colaborar con la investigación por miedo a compartir información de sus empresas.
- Al entrevistar a empresas que brindan los servicios de Outsourcing de Recursos Humanos no todas permitieron grabar la entrevista.

III. PROPUESTA PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA OUTSORCING DE RECURSOS HUMANOS QUE BRINDE SERVICIOS DE CALIDAD A LA MEDIANA Y PEQUEÑA EMPRESA DEL SECTOR SERVICIOS EN EL MUNICIPIO DE SANTA ANA.

A. Objetivos

Objetivo General:

- Diseñar una propuesta que contribuya a la creación de una empresa Outsourcing de Recursos Humanos y Mercadotecnia que brinde servicios de calidad a la Mediana y Pequeña Empresa del Sector Servicios en el Municipio de Santa Ana.

B. Objetivo Específico:

- Determinar y proyectar la Demanda, Oferta y Comercialización para una empresa Outsourcing de Recursos Humanos y Mercadotecnia que brinde servicios de calidad a las Medianas y Pequeñas Empresas del Sector Servicios en el Municipio de Santa Ana.
- Realizar un Análisis Técnico de cada uno de los servicios para la creación de una empresa Outsourcing de Recursos Humanos y de Mercadotecnia que brinde servicios de calidad a las Medianas y Pequeñas Empresas del Sector Servicios en el Municipio de Santa Ana.
- Valorar los beneficios desde el punto de vista social generados por la creación de una empresa Outsourcing de Recursos Humanos y de Mercadotecnia que brinde servicios de calidad a las Medianas y Pequeñas Empresas del Sector Servicios en el Municipio de Santa Ana.
- Identificar las variables ambientales que contribuyan a la toma de decisiones más adecuadas para la preservación de los Recursos Naturales.
- Hacer un Estudio Económico – Financiero para la creación de una empresa Outsourcing de Recursos Humanos y Mercadotecnia que brinde servicios de calidad a las Medianas y Pequeñas Empresas del Sector Servicios en el Municipio de Santa Ana.

A. IMPORTANCIA DE LA PROPUESTA

Como respuesta a los importantes cambios que han tenido lugar en el Municipio de Santa Ana durante los últimos años, las empresas necesitan nuevos conceptos para organizar sus negocios. Los avances en la informática y en las telecomunicaciones, la competencia global, la creciente sofisticación del comprador, así como la importancia de los servicios, entre otros muchos factores, exigen que las empresas consideren la reorganización de sus negocios.

El Outsourcing de servicios es una propuesta efectiva que puede ayudar al fomento del desarrollo de las Medianas y Pequeñas Empresas del Municipio de Santa Ana. Las empresas del sector podrían expandirse de manera óptima en el mercado si estas manejan de manera más efectiva sus recursos. El desligarse de forma parcial de ciertas obligaciones permite a las empresas enfocarse en áreas más estratégicas.

Dicho lo anterior se propone una empresa que sirva de apoyo a las Medianas y Pequeñas Empresas del sector brindándoles servicios de calidad en dos áreas esenciales de las empresas como son la Administración del Recurso Humano y Las actividades de Mercadotecnia.

El manejo adecuado del recurso más valioso de la empresa, es decir el Recurso Humano, hace que las organizaciones logren alcanzar sus objetivos y metas con mejores resultados.

En cuanto al Marketing es una filosofía básica de negocios, inspirada en el deseo de servir bien a los clientes, de manera que adquieran (y sigan adquiriendo) servicios ofrecidos. La orientación al cliente es la fuerza motivadora detrás de esas empresas; sin clientes, no hay negocio. Siendo también una función especializada de la Administración y teniendo un papel clave en la formación de negocios rentables. Se ha visto que, en las Medianas y Pequeñas Empresas, el dueño o el Administrador General deben desempeñar muchas responsabilidades, incluso la Administración de Mercados, pero las empresas han visualizado la necesidad de Mercadotecnia y es indispensable una administración capacitada de manera específica. Es por ello que, la creación de una empresa enfocada en el área de Recursos Humanos y el área Mercadológica en el Municipio de Santa Ana

es imprescindible para fomentar el desarrollo local. Las empresas tendrán que orientarse al cliente, aceptar todos los cambios del mercado y reaccionar a ellos lo más rápido posible.

B. ESTUDIO DE MERCADO

A continuación se muestra el desarrollo del Estudio de Mercado para el Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa Outsourcing de Recursos Humanos y Mercadotecnia que brinde servicios de calidad a la Mediana y Pequeña Empresa del Sector Servicios en el Municipio de Santa Ana.

1. El Consumidor y las Demandas del Mercado y del Proyecto

Gracias al Estudio del Mercado se ha logrado un análisis de la Demanda de los servicios Outsourcing con la finalidad de determinar los factores que afectan el comportamiento del mercado. Así mismo establecer las posibilidades reales que el servicio resultante del proyecto pueda tener de participar efectivamente en este mercado estudiado.

El afán de las empresas por expandirse a otros mercados y darse a conocer a nuevos clientes ha permitido considerar la propuesta de creación de una organización que ayude a impulsar el crecimiento de cada empresa del Municipio de Santa Ana dando un servicio de calidad acompañado de precios justos que permitirán el crecimiento más acelerado de las empresas.

Según los resultados de la investigación realizada a la muestra, el 43% de las Medianas y Pequeñas Empresas del Municipio de Santa Ana contratarían los servicios de Recursos Humanos, así mismo un 43% está interesado en contratar servicios en el área de Mercadotecnia, por lo tanto los demandantes de servicios están divididos y es por esa razón que se propone la creación de una empresa especializada en los dos rubros permitiendo una mayor captación del mercado.

Si se analiza la población total de empresas de servicios (893 empresas) se puede determinar que el 43% de empresas interesadas en servicios de Recursos Humanos representan 384 empresas, así mismo el 43% de las empresas interesadas en servicios de Mercadotecnia representan 384 posibles clientes. Haciendo un total de empresas demandantes de 768 empresas.

Es decir que el total de clientes que una empresa Outsourcing de Recursos Humanos y Mercadotecnia podría abarcar hasta 768 entidades que están interesadas en adquirir los servicios Outsourcing en estos dos rubros.

Teniendo como política de crecimiento de la empresa lograr el 5% anual respecto a la captación de clientes del mercado durante los primeros años de funcionamiento se ilustra el siguiente cuadro:

Cuadro 24. Demanda del Proyecto

Año	Porcentaje de Crecimiento	Demanda
Año 1		768
Año 2	5%	806
Año 3	5%	845

Fuente: Elaboración del Equipo

Al tener una evaluación más detallada de la Demanda del servicio del proyecto se pueden recalcar los siguientes aspectos:

- La Demanda de los Servicios Outsourcing de Recursos Humanos y Actividades de Mercadotecnia en relación a su Oportunidad, actualmente es considerada una demanda insatisfecha pues hay más empresas dispuestas a adquirir el servicio que la oferta de los servicios Outsourcing. Más adelante se detalla el total de Demanda insatisfecha.
- De acuerdo con la necesidad, la demanda de Servicios Outsourcing de Recursos Humanos y Actividades de Mercadotecnia es una necesidad básica pues todas las empresas están compitiendo por acaparar la mayor parte del mercado en relación a sus competidores y esto se logra a través de las estrategias de captación de nuevos clientes y la conservación de sus clientes actuales, además de un buen manejo de su personal interno. Por lo tanto ahora la Administración del Recursos Humanos y Actividades de Mercadotecnia se han convertido en tareas básicas que cada empresa debe realizar para subsistir.

- Si se habla de la Temporalidad, la demanda de servicios Outsourcing de Recursos Humanos y Actividades de Mercadotecnia es de carácter permanente pues si una empresa quiere por ejemplo contratar servicios de publicidad esta debe ser constante para poder mantenerse en la mente de sus consumidores. Lo que se quiere dar a entender con lo anterior es que las empresas deben realizar actividades que les permitan ser líderes en el mercado pero para ellos deben ser constantes con sus esfuerzos.
- Es importante resaltar que cada empresa demanda servicios diferentes, por lo tanto cada servicio que la empresa resultante del proyecto ofrecerá deben ser personalizadas de acuerdo a las ideas y necesidades de cada cliente.

2. La Competencia y las Ofertas del Mercado y del Proyecto

Según la información recopilada en el anterior capítulo se demostró que no existe competencia directa para una Empresa Outsourcing que brinde servicios de Recursos Humanos y Actividades de Mercadotecnia en el Municipio de Santa Ana ya que solamente una empresa de los encuestados si subcontrata servicios en el área Recursos Humanos y dos empresas hicieron saber que actualmente ya subcontrata servicios en el área de Mercadotecnia.

La competencia para estos servicios es muy compleja de determinar ya que no se conoce los planes de expansión o proyectos en curso de las empresas ya existentes especializadas en estos dos rubros, sin embargo existen muchas empresas Outsourcing de Actividades de Mercadotecnia y Empresas de Administración de Recursos Humanos que ya operan en los departamentos de San Salvador, La Libertad y Sonsonate, estas podrían ser consideradas una amenaza si deciden ofrecer sus servicios en al Municipio de Santa Ana.

Según los datos proporcionados por la DIGESTYC para el año 2013 se registran un total de 424 empresas dedicadas a las tercerización de sus servicios en las Áreas de Recursos Humanos y Actividades de Mercadotecnia, estas empresas según el censo realizado por la entidad demuestran estar ubicadas en San Salvador, La Libertad, Sonsonate y Santa Ana.

Esta investigación se basa en el supuesto que estas empresas existentes ofrecen servicios a una empresa del Sector Servicio ubicada en el Municipio de Santa Ana, por lo tanto hay 424 empresas oferentes de servicios en el Área de Recursos Humanos y Mercadeo.

Según el “Catalogo de Empresas del Sector Servicio” proporcionado por PROESA (Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador) se cuantifica que las empresas del sector servicio específicamente las que ofrecen servicios a empresas ha tenido un crecimiento del 10%, esta información se corrobora con la nota “Evolución del Sector Terciario en el Departamento de San Salvador, durante el periodo 2005-2012” (ver Anexo 5)

Lo anterior ha sido tomado como indicador para representar la Oferta potencial de los servicios de Recursos Humanos y Actividades de Mercadotecnia. Se toma un crecimiento del 10% anual para la oferta y se representa en el siguiente cuadro.

Cuadro 25. Oferta de los Servicios de Recursos Humanos y Actividades de Mercadotecnia

Año	Porcentaje de Crecimiento	Oferta
Año 1		424
Año 2	10%	466
Año 3	10%	513

Fuente: Elaboración del Equipo

En la siguiente página se muestran algunas de las empresas dedicadas al servicio Outsourcing de Recursos Humanos donde se especifican los servicios que estas ofrecen. Cabe aclarar que no son todas las empresas existentes en este rubro.

Cuadro 26. Empresas de Servicios Outsourcing de Recursos Humanos

Empresa	Servicios
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Procesos de Búsqueda ➤ Reclutamiento ➤ Preselección ➤ Selección de Personal ➤ Administración de Nominas ➤ Servicios de Limpieza
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Outsourcing Funcional ➤ Servicio de Colecturía ➤ Reclutamiento y Selección de Personal ➤ Administración de Nomina ➤ Administración de Planillas y Prestaciones
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Activaciones de Marca ➤ Servicio de Reclutamiento y Preselección de Personal ➤ Subcontratación de Personal Profesional ➤ Consultoría y Asesoría a Empresas Existentes ➤ Aperturas y Creación de Nuevas Empresas en El Salvador ➤ Administración de Nóminas y Planillas
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Administración de Nómina ➤ Reclutamiento y Selección de Personal ➤ Evaluaciones Psicométricas ➤ Pruebas Poligráficas
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Venta de Curriculum ➤ Base de Empleos ➤ Outsourcing Administrativo ➤ Reclutamiento y Selección ➤ Head Hunting ➤ Capacitaciones a la Medida ➤ Outsourcing de Personal Permanente y Eventual
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Búsqueda y Selección de Ejecutivos ➤ Encuesta Salarial. ➤ Administración de Sueldos y Salarios ➤ Clima Organizacional

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Diagnóstico de Recursos Humano ➤ Evaluación Psicosométricas ➤ Administración del Cambio
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Medición del Clima Organizacional ➤ Diagnóstico de Necesidades de Capacitación ➤ Evaluación de Puestos por Competencias ➤ Medición de Carga de Trabajo ➤ Estudios de Mercado ➤ Creación de Perfiles de Puestos de Trabajo ➤ Evaluación del Desempeño por Competencias ➤ Análisis y Descripción de Puestos ➤ Planeación Estratégica
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Selección, Contratación y Manejo de Personal ➤ Impulsadoras ➤ Displays ➤ Promotores ➤ Supervisores ➤ Capacitaciones para su Equipo de Trabajo ➤ Administración de Planilla
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Reclutamiento y Selección ➤ Head Hunting ➤ Administración de Planilla ➤ Evaluación 360ª ➤ Outplacement ➤ Clima Organizacional ➤ Capacitaciones ➤ Medición de Competencias Ejecutivas

Fuente: Elaboración del Equipo

A continuación se muestran algunas de las empresas dedicadas al servicio Outsourcing de Actividades de Mercadotecnia donde se especifican los servicios que estas ofrecen. Cabe aclarar que no son todas las empresas existentes en este rubro.

Cuadro 27. Empresas de Servicios Outsourcing de Actividades de Mercadotecnia

Empresa	Servicios
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Focus Group ➤ Estudios Exploratorios Inductivos. ➤ Estudios Sobre Motivaciones y Actitudes. ➤ Estudios de Imagen Institucional. ➤ Desarrollo de Nuevos Productos. ➤ Pre-test & Post-Test Publicitarios. ➤ Cliente Misterioso. ➤ Estudios a la Medida de las Necesidades del Cliente. ➤ Estudios de Imagen de Productos – Marcas ➤ Estudios de Pre-Orientación para la Comunicación Publicitaria
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Evaluación de la Satisfacción y Calidad Percibida de los Servicios y/o Productos desde la Óptica de los Clientes. ➤ Estudios Cualitativos que Permitan Conocer y Explorar Profundamente el Comportamiento y la Conducta del Consumidor ➤ Estudios Cuantitativos que Permitan Mostrar una Radiografía Completa sobre la Competitividad de las Marcas, desde la Perspectiva del Consumidor. ➤ Análisis de Competencia ➤ Mystery Shopper ➤ Pre Test de Campañas
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ingreso a Nuevos Mercados ➤ Estudios de Mercado ➤ Focus Group ➤ Desarrollo de Plan de Marketing ➤ Análisis de Competencia y Estudios de Sensibilidad ➤ Creación y Desarrollo de Promociones ➤ Atención al Cliente

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Planeación, Diseño y Ejecución de Estrategias de Comunicación
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Servicios de Diseño, Desarrollo, Alquiler, Montaje y Fabricación de Stand, Mobiliario de Punto de Venta, Material Pop, Lanzamientos de Marca y Activaciones BTL
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Estrategias Digitales ➤ Soluciones Web ➤ Marketing Digital ➤ Publicidad Online ➤ Social Media ➤ Branding ➤ Email Marketing
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Publicidad ➤ Comerciales de TV ➤ Foto Publicitaria ➤ Estudios de Mercado ➤ Productora
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ BTL Soluciones Integrales ➤ Eventos ➤ Proyectos de Responsabilidad Social Empresarial ➤ Auditoria en Puntos de Venta ➤ Trade Marketing ➤ Inteligencia de Mercado
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Planificación ➤ Comunicación Comercial ➤ Inteligencia de Mercado ➤ Marketing Experiencial

3. Demanda Potencial Insatisfecha

El número de empresas que no cubre el mercado está representado por el siguiente cuadro:

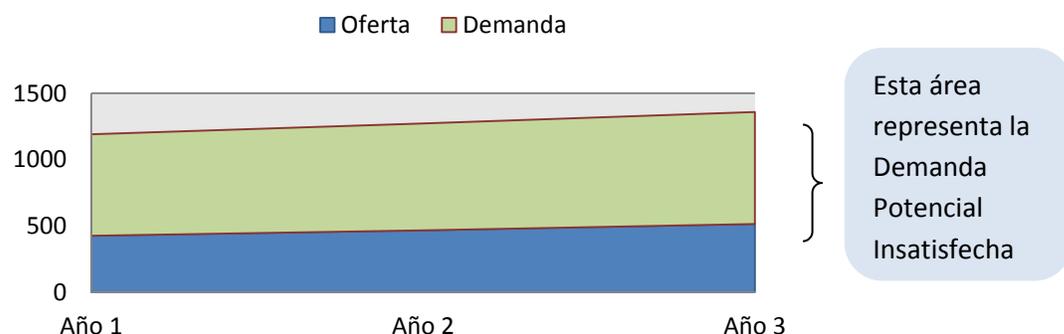
Cuadro 28. Demanda Potencial Insatisfecha

Año	Oferta	Demanda	Demanda Potencial Insatisfecha
Año 1	424	768	344
Año 2	466	806	340
Año 3	513	845	332

Fuente: Elaboración del Equipo

Donde la Demanda Insatisfecha está representada por la diferencia entre la Demanda Existente y La Oferta, se representa en el gráfico mostrado a continuación:

Gráfica 41. Demanda Potencial Insatisfecha



Según los resultados la demanda que no cubre el mercado está representada por 344 empresas de servicio en el primer año, es decir que la empresa creada del proyecto podría abarcar toda esa cantidad del Mercado, sin embargo se es considerado un mercado muy amplio para una empresa nueva pues no se cuenta con los recursos ni el tamaño que permita satisfacer las necesidades demandadas por estas empresas.

Se propone para la creación de una empresa nueva dedicada a brindar Servicios Outsourcing de Recursos Humanos y Mercadotecnia abarcar un 25% de la demanda

Potencial Insatisfecha del primer año. Esta demanda está representada por 86 empresas para iniciar sus operaciones. Debido a que se cuenta con una política de crecimiento del 10% la demanda abarcada para el siguiente año será de 95 empresas el cual representara el 27% de la Demanda Insatisfecha. En el año 3 se abarcaran 104 empresas las cuales representa el 30% de la Demanda Insatisfecha.

Por consiguiente la demanda de la empresa resultante del proyecto está representada en el siguiente cuadro:

Cuadro 29. Demanda del Proyecto

Año	Porcentaje de Crecimiento	Demanda
Año 1		86
Año 2	10%	95
Año 3	10%	104

Fuente: Elaboración del Equipo

4. Comercialización del Servicio Generado del Proyecto

4.1 Las 8 P's de Marketing de Servicios

4.1.1 Producto

En base a los resultados arrojados por la investigación de campo, las empresas demostraron interés en ciertos servicios específicos por lo que al crearse la empresa se estarían ofreciendo los siguientes servicios:

Cuadro 30. Servicios a Ofrecer

Servicios de Recursos Humanos	Servicios de Mercadotecnia
➤ Reclutamiento	➤ Estudios de Posicionamiento de Marca
➤ Capacitaciones	➤ Estudios y Asesoría de Imagen Institucional
➤ Evaluaciones del Desempeño de 360	➤ Estudio sobre Motivaciones y Actitudes del Cliente
➤ Administración de Sueldos y Salarios	

4.1.2 Precio

Para la fijación de precios se tiene claro que existen muchas maneras de hacerlo, sin embargo, la que será utilizada es la fijación de precios en función del costo. Cada servicio cuenta con un costo determinado dependiendo los requerimientos del cliente y a este costo se le asignara un sobreprecio para obtener utilidades. La utilidad requerida de cada servicio dependerá totalmente de la naturaleza del servicio, según sea el servicio, así será el porcentaje de ganancia que se generara. Es importante aclarar que se pretende dar precios accesibles a las Medianas y Pequeñas empresas del Municipio de Santa Ana.

Para tener más claro cómo se fijarán los precios de cada uno de los servicios, se detallan los factores a considerarse:

- Calidad del Producto
- Competencia
- Condiciones Económicas (prosperidad, inflación, tasa de interés)

Los precios para los servicios Outsourcing de Recursos Humanos que se brindarán en el Municipio de Santa Ana se detallan a continuación:

Cuadro 31. Precios de los Servicios de Recursos Humanos a ofrecer

<i>Servicios</i>	<i>Precio</i>	<i>Productos</i>
Reclutamiento	Será igual al 8% de un salario establecido por el cliente más IVA, para la plaza a contratar	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Personal altamente capacitado ➤ Confiabilidad y credibilidad de la persona contratada
Administración de Sueldos y Salarios	Será equivalente al 6% del total de la planilla más IVA.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puntualidad con el pago del personal. ➤ Responsabilidad con las prestaciones de ley para el personal ➤ Gestión para la documentación son Seguro Social

Servicios	Precio	Productos
Capacitaciones	Según el caso, en el desarrollo de las gestiones de producción, funcionamiento y desarrollo de la misma se considerará el 40% sobre los costos generados	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Personal más capacitado ➤ Logro de los objetivos ➤ Calidad en los servicios
Evaluación 360°	Según el caso, se considerará el 45% sobre los costos generados.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Identificación en los puntos de mejora. ➤ Análisis de los puntos críticos en los proceso de la empresa ➤ Identificación de competencias en los empleados ➤ Levantamiento de acciones precisas para el mejor desempeño de los empleados

Fuente: Elaboración del Equipo

4.1.3 Comercialización (Plaza)

Los servicios serán ofrecidos desde las oficinas ubicadas en el centro del Municipio de Santa Ana, sin embargo cuando sea la hora de ofrecer las promociones de los servicios estos serán de forma personal visitando las instalaciones de cada empresa.

4.1.4 Promoción

Para dar a conocer los servicios a los clientes potenciales se pondrá en marcha una serie de estrategias basadas en los resultados obtenidos en las entrevistas realizadas a la competencia las cuales se detallan en la siguiente página.

- Ofrecimiento de las promociones de servicios a través de internet.
- Realización de exposiciones comerciales sobre los servicios a ofrecer y las ventajas para las empresas.
- Atención personalizada con los clientes para profundizar sobre sus requerimientos.

- Ofrecer facilidades de pago y descuentos por pronto pago a las empresas demandantes de los servicios.
- Concursos de ventas para motivar a los miembros de la empresa a mejorar su desempeño, con el fin de reconocer al personal sobresaliente.
- Ofertas de reembolso de efectivo para las empresas insatisfechas con los servicios ofrecidos.
- Recompensas a los clientes fieles con el fin de fortalecer las relaciones con estos.
- Elaboración de tarjetas de presentación de la empresa.

4.1.5 Personas

La interacción de los clientes con el personal de la empresa es esencial para la percepción de un buen servicio por lo tanto las personas pertenecientes a la empresa debe ofrecer una buena experiencia siendo percibidos como un personal capacitado, amable, vestimenta profesional, motivado, empático con el cliente y atento a las exigencias del cliente.

4.1.6 Physical (Entorno)

En cuanto al entorno físico donde se ofrecerá el servicio se toman en cuenta aspectos positivos observados de la competencia. El local debe tener la iluminación adecuada, con ventilación, área de recepción, vigilancia, parqueo para clientes, servicios sanitarios, agua potable accesible, limpio y espacioso.

4.1.7 Proceso

El proceso de entrega del servicio será eficaz gracias a la metodología a utilizar la cual se detalla a continuación:

- Una vez contactados los clientes se llevara a cabo una reunión con estos para poder analizar los requerimientos de este.
- Posteriormente se hará el presupuesto de costos del servicio a ofrecer

- Se le comunicara al cliente sobre los precios y la comisión ganada por la empresa Outsourcing, a la vez se ofrecerán facilidades de pagos a pazos.
- Una vez llegado un acuerdo se procede realizar la venta del servicio.
- Por último se entregan los resultados del servicio.

4.1.8 Productividad

La productividad consiste en obtener los mejores resultados al menor costo posible. Al referirse a los mejores resultados se hace énfasis al ofrecimiento de los servicios con la mejor calidad.

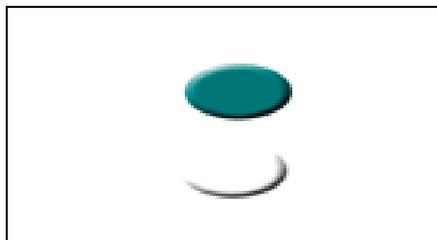
El primer paso de la empresa para poder ofrecer servicios de calidad consistirá en la incorporación de personas altamente capacitadas y con el conocimiento requerido sobre las áreas de Recursos Humanos y Mercadotecnia.

Posteriormente el personal de la línea frontal estará facultado (empower) concediéndoles la autoridad, responsabilidad, y los incentivos que necesitan para reconocer, interesarse y ocuparse de las necesidades del cliente.

Se debe enfatizar en que todos los servicios ofrecidos por la empresa estarán dentro del marco legal del país garantizando los derechos de los trabajadores y de los medianos y pequeños empresarios.

4.2 Imagen de la empresa

4.2.1 Isotopo



“Son los dos puntos que forman parte del logo de la empresa, representa los dos servicios de enfoque que se desea dar a las medianas y pequeñas empresas en el Municipio de Santa Ana”

4.2.2 Logo

DOS PUNTOS
ESTRATEGIA

El logo propuesto hace referencia al nombre de la empresa “Dos Puntos Estrategia”. Son dos puntos ya que la empresa se dedicara a dar servicios estratégicos en dos áreas fundamentales las cuales son el Área de Recursos Humanos y El Área de Mercadotecnia.

4.2.3 Slogan

ACORTANDO TU DISTANCIA AL ÉXITO

“Acortando tu distancia al éxito” fue seleccionado como slogan ya que resume el objetivo principal de la empresa el cual es lograr el éxito de las empresas en el menor tiempo posible.

4.2.4 Logotipo

 DOS PUNTOS
ESTRATEGIA
ACORTANDO TU DISTANCIA AL ÉXITO

El logo con el slogan juntos reflejan todo lo que es la empresa resultante del proyecto y se estima que sera llamativo para el mercado meta pues las Medianas y Pequeñas empresas del Municipio precisamente buscan lograr el éxito en el menor lapso de tiempo y para ello la empresa Outosourcing los apoyará en dos áreas fundamentales para acortar esa distancia las cuales son como primer punto el área de Recursos Humanos y el otro punto refleja el área de Mercadotecnia.

C. ESTUDIO TECNICO

Una vez que se ha definido el Estudio de Mercado y tomando en cuenta las variables importantes y determinantes para el Estudio Técnico procedemos a desarrollarlo.

1. Tamaño Óptimo del Proyecto

El Tamaño del Proyecto está determinado por ciertos factores muy importantes y de gran influencia en este, como lo es la demanda insatisfecha que se atenderá, la capacidad del local y el número de empleados. A continuación se detalla un número determinado de servicios por parte de la empresa tomando en cuenta un horario de atención de 9:00 am a 6:00 pm. Es necesario detallar cada uno de los servicios que se brindarán, así mismo es importante aclarar que cada uno de ellos han sido evaluados y determinados en base al Estudio de Mercado, el cual nos proporcionó información oportuna y certera para los servicios a ofrecer, como lo es la demanda insatisfecha que se pretende atender, la tecnología que se empleará en los servicios prestados, así como la cantidad de personal requerido. Cabe mencionar que el personal para los servicios de Evaluación de Desempeño, Estudios de Mercado, Asesoría de Imagen y Estudio sobre Motivaciones y Actitudes del Cliente será de carácter eventual, es decir, dependiendo de cada Estudio, Evaluación o Asesoría que se realice y dependiendo del tamaño del servicio, será la contratación de personal, todos esos gastos de personal los cubre ya el precio que se ofrecerá a los clientes.

Para los servicios de Reclutamiento y Administración de Sueldos y Salarios, será solo una persona encargada para ambas actividades; así para los Estudios de Mercado y Motivaciones y Actitudes del Cliente, será la misma persona encargada de ambos servicios. El Tamaño del Proyecto estará determinado por los servicios finales que se detallan en la siguiente página:

Cuadro 32. Tamaño del Proyecto

Días	Horario	Servicios Requeridos	Personal Requerido	Tiempo Necesario	Recursos Físicos Necesarios	Servicios Finales
Lun. a Vier.	9:00- 6:00	Reclutamiento	1 Persona	1 Mes	1 Ordenador	75 Procesos de Reclutamiento (considerando 15 empresas)
Lun. a Vier.	9:00- 6:00	Capacitaciones	2 Personas	1 Mes	1 Ordenador 1 Proyector Papelería	48 Capacitaciones (considerando 12 empresas)
Lun. a Vier.	9:00- 6:00	Evaluación del Desempeño	3 Persona	3 Meses	1 Ordenador Papelería	16 Evaluaciones (considerando 8 empresas)
Lun. a Vier.	9:00- 6:00	Administración de Sueldos y Salarios	1 Persona	1 Semana	1 Ordenador	180 Planillas (considerando 30 empresas)
Lun. a Vier.	9:00- 6:00	Estudio de Posicionamiento de Marca	3 Personas	4 Meses	3 Ordenadores	6 Posicionamiento (considerando 6 empresas)
Lun. a Vier.	9:00- 6:00	Estudio y Asesoría de Imagen Institucional	3 Personas	2 Meses	1 Ordenador 1 Proyector	10 Asesorías (considerando 10 empresas)
Lun. a Vier.	9:00- 6:00	Estudio sobre Motivaciones y Actitudes del Cliente	3 Personas	4 Meses	3 Ordenadores	5 Estudios (considerando 5 empresas)

Fuente: Elaboración del Equipo

2. Localización Óptima del Proyecto

La localización geográfica de la empresa es una decisión de tipo estratégico, de mucha vitalidad para la viabilidad de la misma. La decisión depende de ciertos factores que puede favorecer a la actividad de la misma, es por eso que durante las visitas realizadas se visualizó la ubicación idónea para la empresa, tomando en cuenta que el territorio donde se desea ubicar la empresa, debe ser el más centralizado, según el estudio realizado, la mayoría de empresas se encuentran ubicadas en el centro del Municipio de Santa Ana por lo que la localización de la empresa debe ser en el Centro del Municipio. Es decir que se debe ubicar en un área comercial para que el público objetivo este más al alcance, donde se pueda tener proximidad con el mercado y clientes, facilidad de acceso y reducción de gastos del establecimiento.

El Estudio de Localización tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto; es decir, cubriendo las exigencias o requerimientos del proyecto, contribuyen a minimizar los costos de inversión y, los costos y gastos durante el período

productivo del proyecto. El objetivo que se persigue es lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio. Esta parte es fundamental y de consecuencias de largo plazo, ya que una vez emplazada la empresa, no es cosa posible cambiar de emplazamiento.

Se obtuvieron dos posibles lugares para poder ubicar la empresa, una está ubicada en Centro del Municipio de Santa Ana (opción A) y el otro está ubicado en Barrio Santa Lucía (opción B), considerando los siguientes criterios se procedió a seleccionar la que mayor puntuación obtuviera, tomando en cuenta que cada criterio tiene su respectiva ponderación, dicho cuadro se presenta a continuación:

Cuadro 33. Criterios para selección de Localización Óptima del Proyecto

Factores Relevantes	Opción A (Centro del Municipio)			Opción B (Barrio Santa Lucía)		
	Peso Asignado	Calificación	Calificación Ponderada	Peso Asignado	Calificación	Calificación Ponderada
Precio	0.35	9	3.15	0.35	7	2.45
Ubicación Estratégica	0.25	9	2.25	0.25	7	1.75
Ventilación	0.1	8	0.8	0.1	7	0.7
Tamaño	0.15	7	1.05	0.15	8	1.2
Accesibilidad	0.15	8	1.2	0.15	7	1.05
Total de Criterios Acumulados	1	41	8.45	1	36	7.15

Fuente: Elaboración del Equipo

Ya como se detalla en el cuadro anteriormente descrito, la opción que resulta favorecedora para la empresa es la opción A, siendo este local el más ventajoso para echar andar el proyecto, más adelante se detalla cada una de las características del mismo.

a. Macrolocalización

El lugar idóneo para la ubicación de la empresa, según lo investigado y a criterio de las empresas debe ser en un lugar céntrico, es decir, cerca de la zona comercial ubicada en el propio pueblo, cerca de la alcaldía, iglesia y teatro. En el estudio de mercado, el 43% de las empresas se encuentran ubicadas en esa zona, lo cual no es la mayoría de empresas pero si es un porcentaje muy representativo para la población, siendo así un lugar accesible aun para las empresas que no se encuentra ubicadas en el Centro del Municipio de Santa Ana sino en Barrios aledaños. Por otro lado la empresa cuenta con adecuadas vías de acceso que facilitan la llegada de los clientes y proveedores.

Figura 21. Mapa del Municipio de Santa Ana



b. Microlocalización

En el Municipio de Santa Ana son pocos los establecimientos que proporciona una oferta válida para el alquiler de locales, sin dejar de mencionar que debido a la cantidad de negocios son pocos los que están disponibles. La identificación de un lugar adecuado para la ubicación de la empresa es importante, debe ser un lugar que permita cubrir

satisfactoriamente el segmento de mercado objetivo, es importante porque ayuda a reducir costos.

En el Municipio de Santa Ana se ha encontrado dos locales que está disponible, sin embargo, solo uno se encuentra con los criterios tomados en cuenta inicialmente, el local se encuentra en la zona donde se necesita ser ubicado, cerca del Centro Histórico, específicamente en calle Libertad Poniente y Avenida Independencia Sur, Plaza Florida 2 nivel Local 205, a un costado del Palacio Municipal. Dicho local cuenta con los requisitos necesarios para el negocio, es decir, una buena iluminación, accesibilidad, servicios básicos y a un costo razonable.

A continuación se detallan otras características que se han tomado en cuenta:

- Proximidad de clientes.
- Locales Disponibles
- Visibilidad del local y buena iluminación
- Tráfico Peatonal (entre más transite gente, más probabilidades que el negocio sea conocido y que visiten el negocio)
- Tráfico rodado (mucha concurrencia de vehículos)
- Coste, superficie y estructura del establecimiento
- Coste de acondicionamiento

Ubicación Geográfica del Proyecto

Figura 22. Fotografía del local propuesto para establecer la empresa



Figura 23. Ubicación Geográfica Generalizada del Proyecto

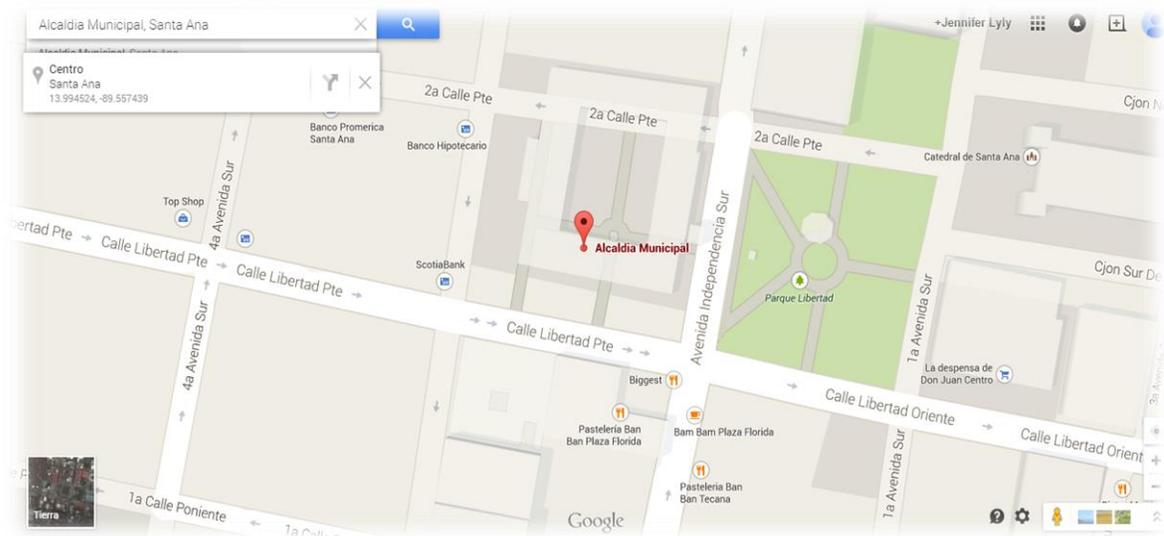


Figura 24. Centro Comercial Plaza Florida



3. Ingeniería del Proyecto

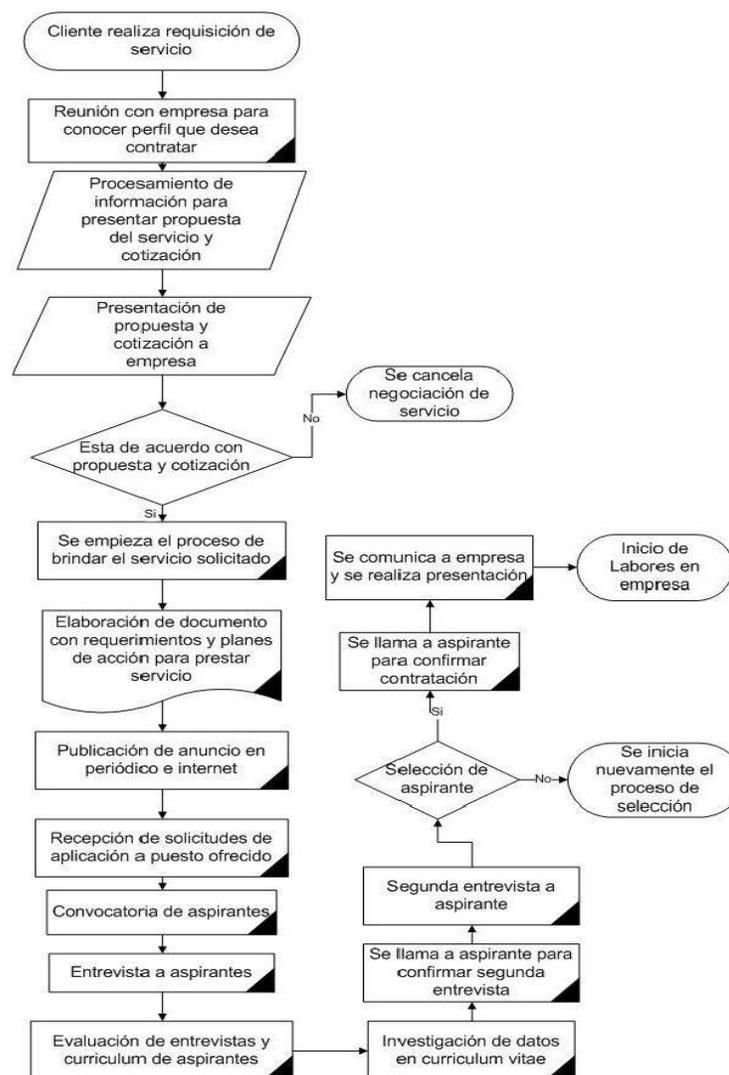
Como todo proyecto, los detalles de cada uno de los servicios suele ser de vital importancia, ya que es la razón de ser de la empresa, los procesos de producción nos detallan como se realizará para brindar servicios de calidad y contribuir al desarrollo del municipio de Santa Ana, así mismo buscamos poder plasmar de forma clara como se realizarán las actividades, sus respectivos responsables y la cantidad de tiempo requerida para dichos servicios.

a. Proceso de Producción

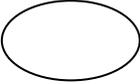
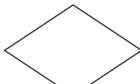
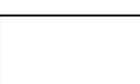
En la siguiente página se presentan los procesos de producción de los servicios que se ofrecerán, así mismo se detalla los cursogramas analíticos de cada servicio a ofrecer, es importante detallar, para el caso del servicio Estudios de Mercado, Asesoría de Imagen y Estudio sobre Motivaciones y Actitudes del Cliente será el mismo procedimiento a seguir para ofrecer el servicio.

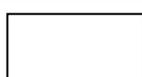
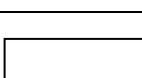
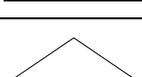
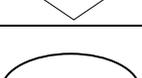
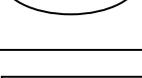
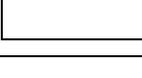
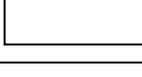
Los procesos de producción de cada uno de los servicios se detallan en la siguiente página.

Figura 25. Proceso de Producción Servicio de Reclutamiento



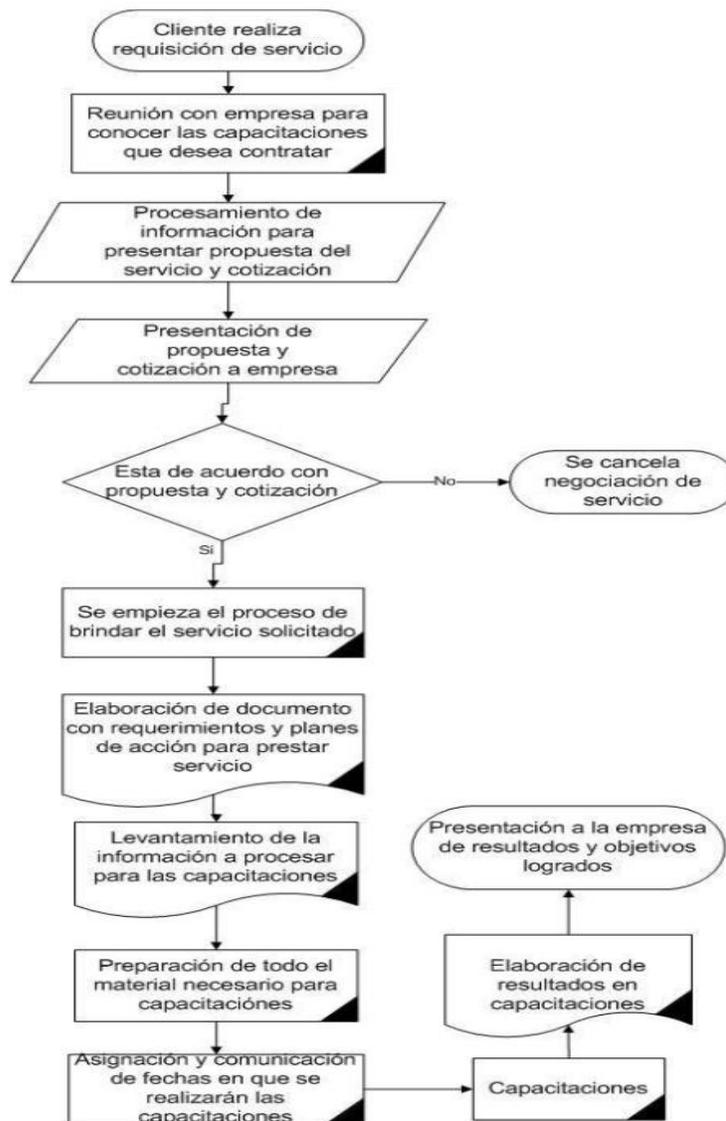
Cuadro 34. Cursograma Analítico de Servicio de Reclutamiento:

Servicio: Reclutamiento				
Numero	Símbolo	Responsable	Actividad	Tiempo
1		Cliente	Realiza requisición de servicio	30 min
2		Encargado de área de Reclutamiento y Preselección	Reunión con encargado de empresa para saber qué perfil busca	2 horas
3		Encargado de área de Reclutamiento y Preselección	Procesamiento de información recopilada en reunión	30 min
4		Encargado de área de Reclutamiento y Preselección	Presentación de propuesta y cotización del servicio	20 min
5		Cliente	Toma de decisión si acepta el servicio y precio ofrecido	5 min
6		Cliente	Si no acepta propuesta y cotización, se termina negociación	5 min
7		Encargado de área de Reclutamiento y Preselección	Si el cliente acepta la propuesta, se procede a hacer todos los trámites para prestación de servicios	2 horas
8		Encargado de área de Reclutamiento y Preselección	Elaboración de contrato, incluyendo todo lo acordado	2 horas
9		Encargado de área de Reclutamiento y Preselección	Publicación de anuncio para convocatoria de puesto, en periódico e internet	30 min
10		Recepcionista	Recepción de Curriculum Vitae	5 min (por curriculum vitae)
11		Recepcionista	Convocatoria a aspirantes seleccionados	4 horas

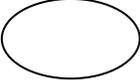
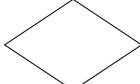
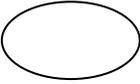
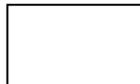
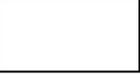
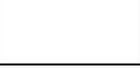
12		Encargado de área de Reclutamiento y Preselección	Se realizará entrevista a convocados	2 horas (por entrevista)
13		Encargado de área de Reclutamiento y Preselección	Evaluación de entrevista y curriculum	3 días
14		Encargado de área de Reclutamiento y Preselección	Investigación de Datos proporcionados por aspirantes	1 día
15		Recepcionista	Convocatoria a segunda entrevista	2 horas
16		Encargado de área de Reclutamiento y Preselección	Segunda entrevista de aspirante	2 horas (por cada entrevista)
17		Encargado de área de Reclutamiento y Preselección	Toma de decisión para aspirante	2 horas
18		Encargado de área de Reclutamiento y Preselección	Si no se acepta a aspirante, se finaliza proceso e inicia nuevamente	5 min
19		Encargado de área de Reclutamiento y Preselección	Si se acepta a aspirante, se llama para confirmar contratación	30 min
20		Encargado de área de Reclutamiento y Preselección	Se comunica a empresa la persona seleccionada	15 min
21		Encargado de área de Reclutamiento y Preselección	Finalización de servicio e inicio de labores en la empresa	30 min

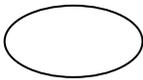
Fuente: Elaboración del Equipo

Figura 26. Proceso de Producción Servicio de Capacitación



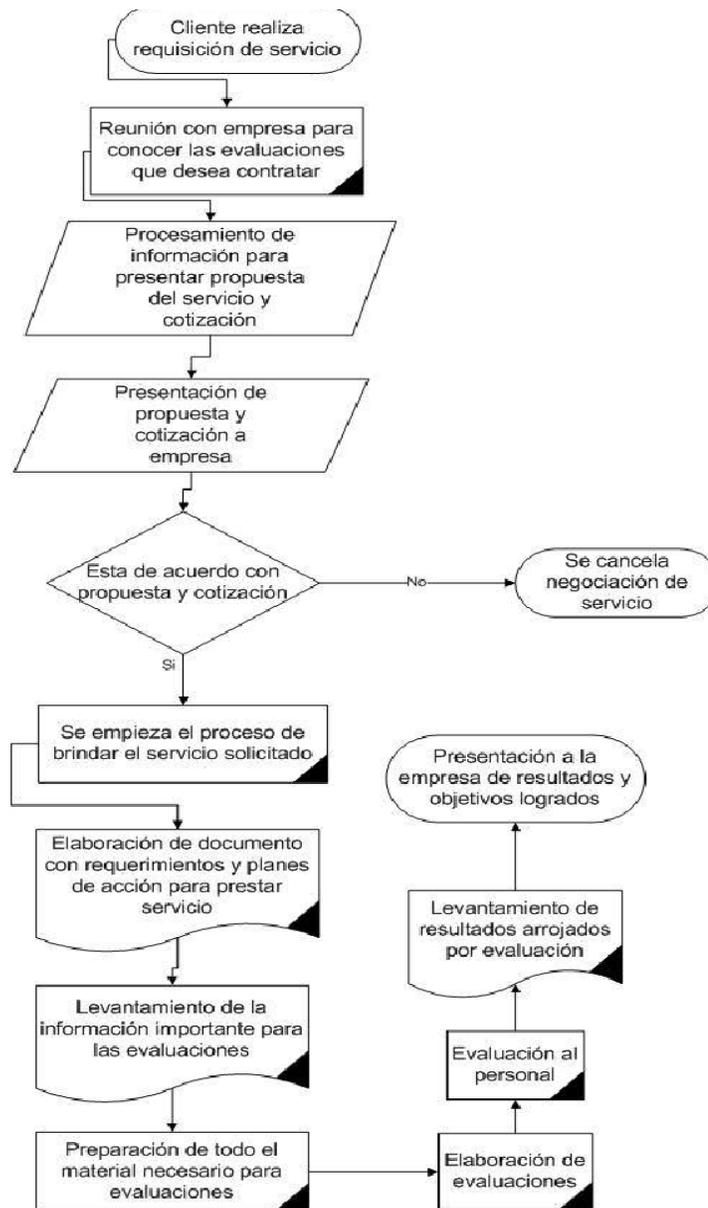
Cuadro 35. *Cursograma Analítico de Servicio de Capacitación*

Servicio: Capacitación				
Numero	Símbolo	Responsable	Actividad	Tiempo
1		Cliente	Realiza requisición de servicio	30 min
2		Encargado de área de Capacitaciones	Reunión con encargado de empresa para saber qué Capacitaciones desea impartir	2 horas
3		Encargado de área de Capacitación	Procesamiento de información recopilada en reunión	30 min
4		Encargado de área de Capacitación	Presentación de propuesta y cotización del servicio	20 min
5		Cliente	Toma de decisión si acepta el servicio y precio ofrecido	5 min
6		Cliente	Si no acepta propuesta y cotización, se termina negociación	5 min
7		Encargado de área de Capacitación	Si el cliente acepta la propuesta, se procede a hacer todos los trámites para prestación de servicios	2 horas
8		Encargado de área de Capacitación	Elaboración de contrato, incluyendo todo lo acordado	2 horas
9		Encargado de área de Capacitación	Asignación de actividades y levantamiento de información a procesar	3 semanas
10		Encargado de área de Capacitación y personal en proyecto	Preparación del material para las capacitaciones	1 semanas
11		Encargado del área de Capacitación	Calendarización y logística de Capacitaciones	1 semana
12		Encargado del área de Capacitación y personal en proyecto	Realización de las Capacitaciones	1 mes

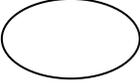
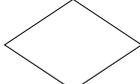
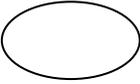
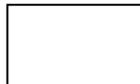
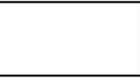
13		Encargado de Capacitación y personal en proyecto	Elaboración de Resultados de la Capacitación	2 semanas
14		Encargado de Capacitación y personal en proyecto	Presentación de Resultados y Objetivos Logrados a la empresa	3 horas

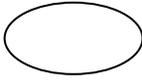
Fuente: Elaboración del Equipo

Figura 27. Proceso de Producción Servicio de Evaluaciones:



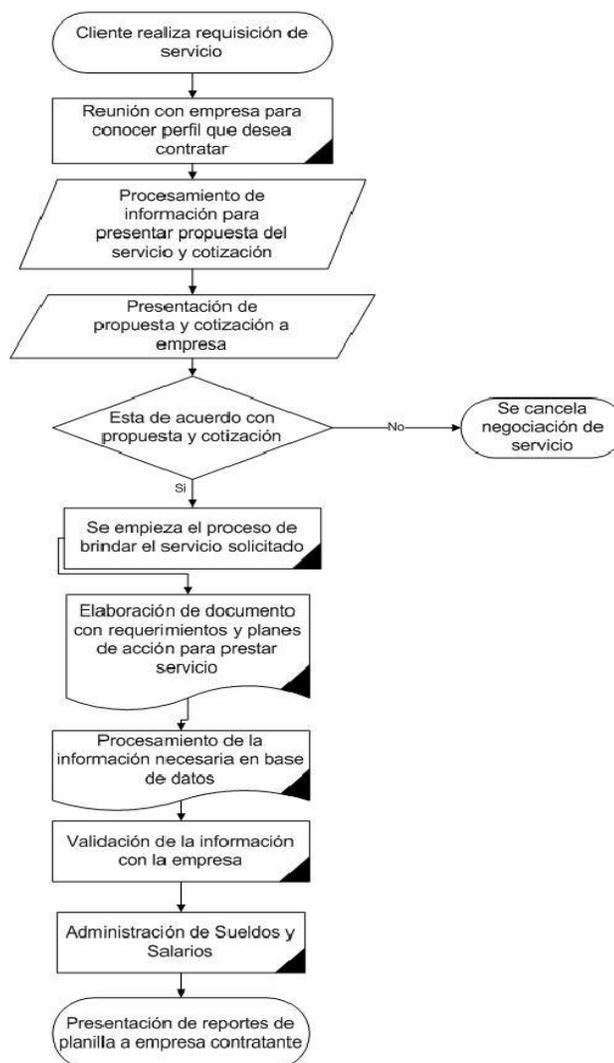
Cuadro 36. Proceso de Producción Servicio de Evaluaciones

Servicio: Evaluaciones				
Numero	Símbolo	Responsable	Actividad	Tiempo
1		Cliente	Realiza requisición de servicio	30 min
2		Encargado de área de Evaluaciones	Reunión con encargado de empresa para saber qué Evaluaciones desea realizar	2 horas
3		Encargado de área de Evaluaciones	Procesamiento de información recopilada en reunión	30 min
4		Encargado de área de Evaluaciones	Presentación de propuesta y cotización del servicio	20 min
5		Cliente	Toma de decisión si acepta el servicio y precio ofrecido	5 min
6		Cliente	Si no acepta propuesta y cotización, se termina negociación	5 min
7		Encargado de área de Evaluaciones	Si el cliente acepta la propuesta, se procede a hacer todos los trámites para prestación de servicios	2 Horas
8		Encargado de área de Evaluaciones	Elaboración de contrato, incluyendo todo lo acordado	2 Horas
9		Encargado de área de Evaluaciones	Asignación de actividades y levantamiento de información a procesar	3 semanas
10		Encargado del área de Evaluaciones	Preparación del material para Evaluaciones	1 semana
11		Encargado del área de Evaluaciones y personal en proyecto	Elaboración de Evaluaciones	2 días
12		Encargado de área Evaluaciones y personal en proyecto	Evaluación al Personal	1 semana

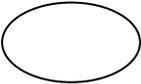
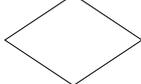
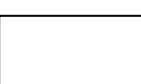
13		Encargado de área de Evaluaciones y personal en proyecto	Levantamiento de resultados de las evaluaciones	1 mes
14		Encargado de área de Evaluaciones	Presentación a la empresa de resultados obtenidos en las evaluaciones	3 horas

Fuente: Elaboración del Equipo

Figura 28. Proceso de Producción Servicio de Administración de Sueldos y Salarios:

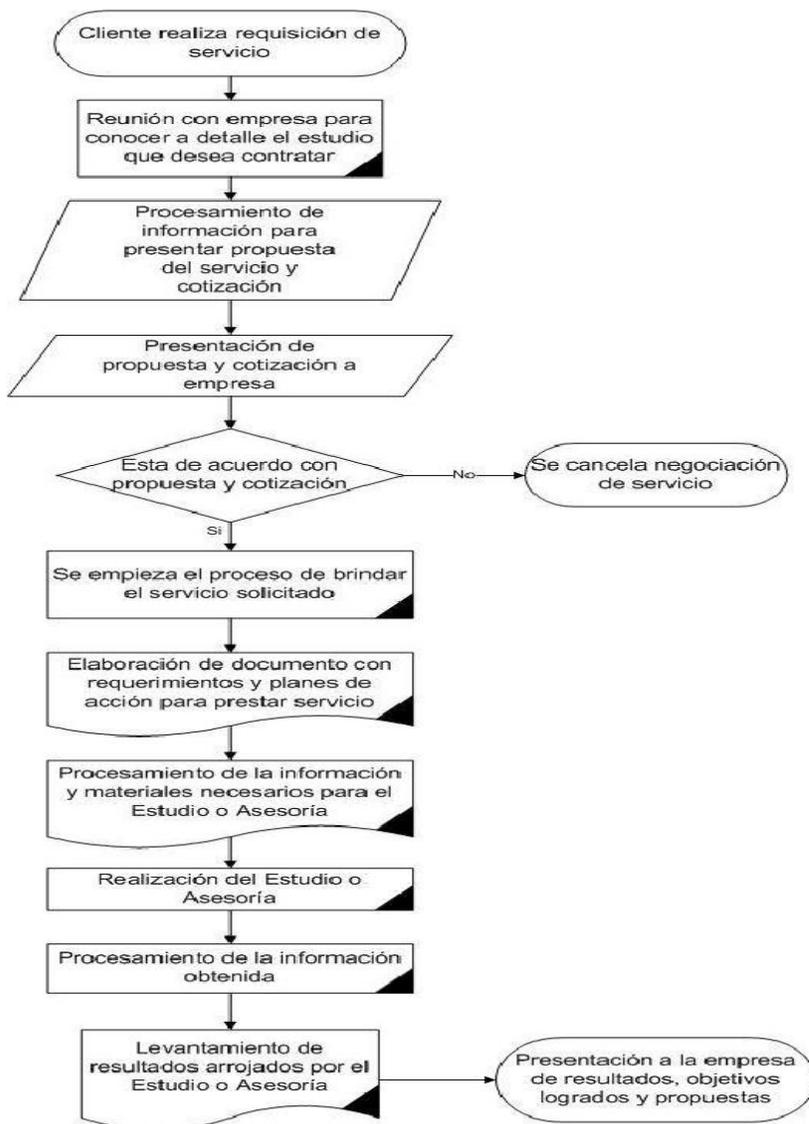


Cuadro 37. Cursograma Analítico de Servicio de Sueldos y Salarios

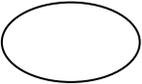
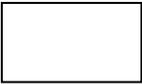
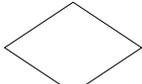
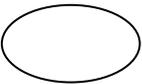
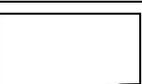
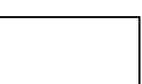
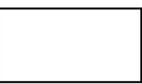
Servicio: Sueldos y Salarios				
Numero	Símbolo	Responsable	Actividad	Tiempo
1		Cliente	Realiza requisición de servicio	30 min
2		Encargado de área de Sueldos y Salarios	Reunión con encargado de empresa para saber qué perfil busca	2 horas
3		Encargado de área de Sueldos y Salarios	Procesamiento de información recopilada en reunión	30 min
4		Encargado de área de Sueldos y Salarios	Presentación de propuesta y cotización del servicio	20 min
5		Cliente	Toma de decisión si acepta el servicio y precio ofrecido	5 min
6		Cliente	Si no acepta propuesta y cotización, se termina negociación	5 min
7		Encargado de área de Sueldos y Salarios	Si el cliente acepta la propuesta, se procede a hacer todos los trámites para prestación de servicios	2 horas
8		Encargado de área de Sueldos y Salarios	Elaboración de contrato, incluyendo todo lo acordado	2 horas
9		Encargado de área de Sueldos y Salarios	Procesamiento de base de datos	2 horas
10		Encargado de área de Sueldos y Salarios	Validación de información	1 hora
11		Encargado de área de Sueldos y Salarios	Administración de Sueldos y Salarios	30 min al mes por planilla
12		Encargado de área de Sueldos y Salarios	Presentación de reportes de planilla a empresas contratante	2 horas (al mes por empresa)

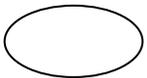
Fuente: Elaboración del Equipo

Figura 29. Proceso de Producción Servicio de Estudios sobre Posicionamiento de Marca, Motivación y Actitudes del Cliente, y Asesoría de Imagen



Cuadro 38. Proceso de Producción Servicio de Estudios sobre Posicionamiento de Marca, Motivación y Actitudes del Cliente, y Asesoría de Imagen:

Servicio: Estudio y Asesoría de Imagen				
Numero	Símbolo	Responsable	Actividad	Tiempo
1		Cliente	Realiza requisición de servicio	30 min
2		Encargado de área de Estudio o Asesoría	Reunión con encargado de empresa para saber qué Evaluaciones desea realizar	2 horas
3		Encargado de área de Estudio o Asesoría	Procesamiento de información recopilada en reunión	30 min
4		Encargado de área de Estudio o Asesoría	Presentación de propuesta y cotización del servicio	20 min
5		Cliente	Toma de decisión si acepta el servicio y precio ofrecido	5 min
6		Cliente	Si no acepta propuesta y cotización, se termina negociación	5 min
7		Encargado de área de Estudio o Asesoría	Si el cliente acepta la propuesta, se procede a hacer todos los trámites para prestación de servicios	2 Horas
8		Encargado de área de Estudio o Asesoría	Elaboración de contrato, incluyendo todo lo acordado	2 Horas
9		Encargado de área de Estudio o Asesoría	Procesamiento de la información y materiales necesarios para el Estudio o Asesoría	3 semanas
10		Encargado del área de Estudio o Asesoría y personal en proyecto	Realización del Estudio o Asesoría	1 mes
11		Encargado del área de Estudio o Asesoría y personal en proyecto	Procesamiento de la información obtenida	3 semanas

12		Encargado de área Evaluaciones y personal en proyecto	Levantamiento de resultados arrojados por el Estudio o Asesoría	1 semana
13		Encargado de área de Evaluaciones	Presentación de resultados a la empresa, objetivos logrados y propuestas	2 días

Fuente: Elaboración del Equipo

b. Diseño de las Instalaciones

Figura 30. Área de Oficina



Figura 31. Área de Ventas



Figura 32. Área de Servicio Sanitarios



Figura 33. Área de Recepción



Figura 34. Área de Recepción



Figura 35. Área de Cafetería

c. Distribución de las Instalaciones

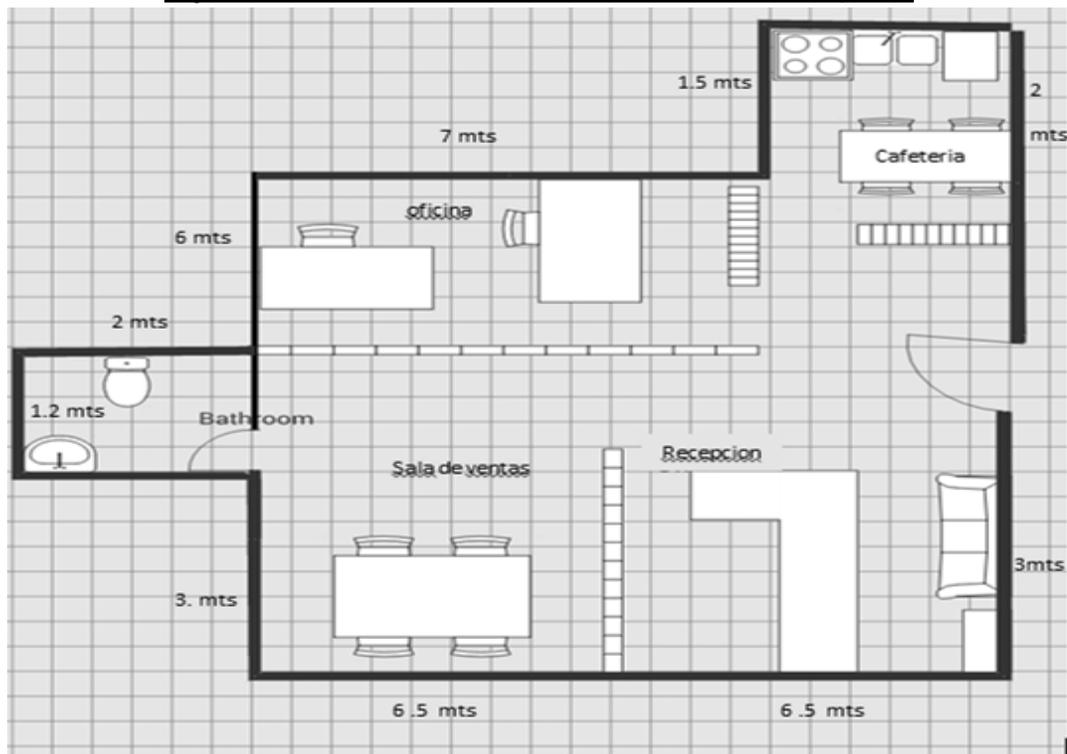
Una vez teniendo los espacios físicos disponibles se procede a realizar un resumen de todo el espacio que se necesita dado que el área para la oficina será como se detalla en la siguiente página:

Cuadro 39. Distribución de las Instalaciones

Área	Espacio Requerido
Oficina	21 m ²
Ventas	19.5 m ²
Recepción	19.5 m ²
Servicios sanitario	2.4 m ²
Cafetería	3 m ²
Total	65.4 m²

Fuente: Elaboración del Equipo

Figura 36. Distribución de las instalaciones de la empresa



d. Distribución de las Áreas de Oficinas

Para cada una de las áreas necesarias para el funcionamiento de la empresa, es decir, el área de oficinas, de ventas y servicios sanitarios se consideran los espacios utilizados por el mobiliario y equipo que habrá en cada uno de estos.

Área de Oficina

El espacio a utilizar en las oficinas es en promedio el que utiliza un trabajador, es decir, 10.5 m^2 (3 mts x 3.5 mts). Para el proyecto serán necesarias 2 oficinas compartidas.

Área de Ventas

Para el área de ventas, por ser el área clave dentro de la empresa se estima un espacio bastante grande, es decir, un área de 19.5 m^2 (6.5 mts x 3 mts) para poder ubicar todo el mobiliario necesario para el área.

Área de Servicio Sanitarios

Este espacio es de menores dimensiones ya que solo es una persona a la vez la que puede utilizarlo, el área destinada a los servicios sanitarios es de 2.4 m² (1.2 mts x 2 mts)

Área de Cafetería

El espacio requerido en el área de cafetería será pequeño, debido a que la empresa va empezando se puede adquirir un local más grande y así ofrecer un área de estar para los empleados. El área destinada a los servicios de cafetería será de 3 m² (1.5 mts x 2 mts)

Área de Recepción

El espacio requerido para el área de recepción de clientes es 19.5 m² (6.5 mts x 3 mts) Esta área está destinada a dos clientes en sala de espera y una recepcionista.

e. Requerimiento de Mobiliario y Equipo

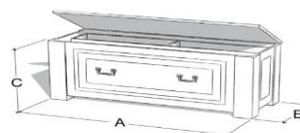
Para el funcionamiento de cada una de las áreas detalladas anteriormente, es necesario adquirir cierto equipo adecuado para trabajar de la mejor manera, se detalla a continuación:

Área de Oficina

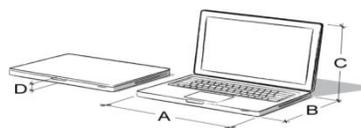
En el área de oficina es necesario el mobiliario y equipo que se presenta a continuación.

Cuadro 40. Mobiliario y Equipo para oficina

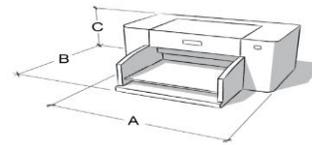
2 Escritorios



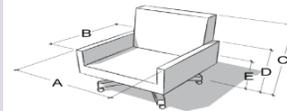
2 Computadoras con sus respectivos muebles



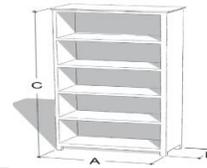
1 Multifuncional (Impresor, Escáner, Fotocopiadora)



2 Sillas Operativas



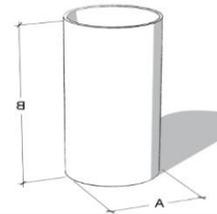
1 Archivero



2 Teléfonos



2 Depósitos de Basura



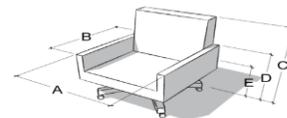
Fuente: Elaboración del Equipo

Área de Ventas

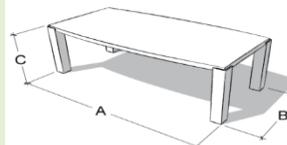
En el área de ventas se requerirá el mobiliario y equipo que se detalla a continuación:

Cuadro 41. Mobiliario y Equipo para Ventas

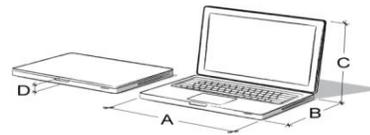
4 Sillas Operativas



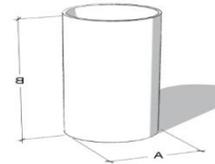
1 Mesa de Conferencia



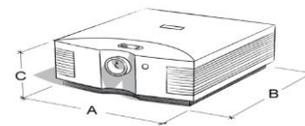
2 Computadora



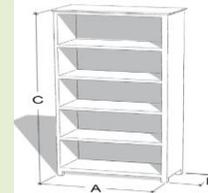
1 depósitos para basura



1 Proyector



1 Librería



Por el inicio de operaciones, se recomienda que la sala de ventas será inicialmente pequeña ya que no se tiene muchos recursos, sin embargo, durante el transcurso del desarrollo de la empresa estas instalaciones irán creciendo.

Área de Servicio Sanitario

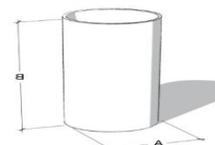
Tomando en cuenta que el local ya posee cierto mobiliario, en la siguiente página se detalla lo que se requerirá.

Cuadro 42. Mobiliario y Equipo para Servicio Sanitario

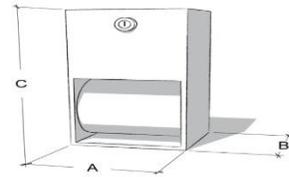
1 Espejo



1 Depósito de Basura



1 Porta Papel

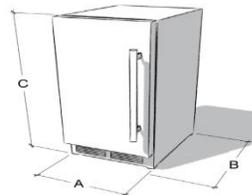


Área de Cafetería

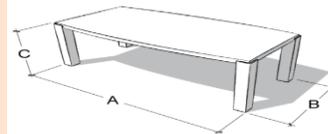
Se detalla a continuación el mobiliario y equipo para el área de cafetería:

Cuadro 43. Mobiliario y Equipo para Cafetería

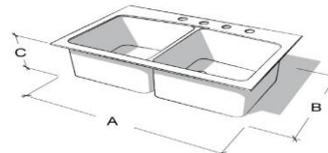
1 Refrigeradora



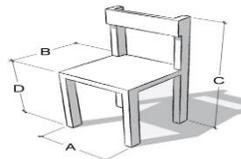
1 Mesa



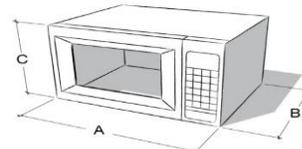
1 Lavaplatos



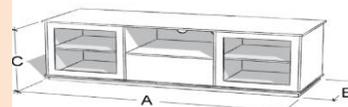
2 Sillas



1 Microondas



1 Gabinete

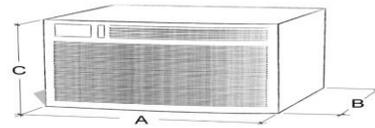


Área de Recepción

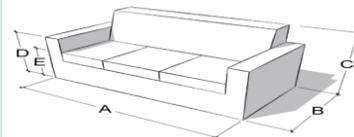
El área de recepción es de mucha importancia, se detalla el mobiliario y equipo necesario:

Cuadro 44. Mobiliario y Equipo para Recepción

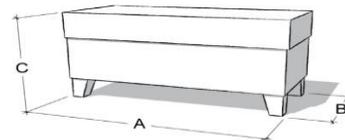
1 Aire Acondicionado



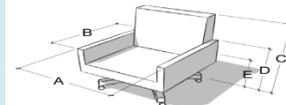
1 Sofá de Espera



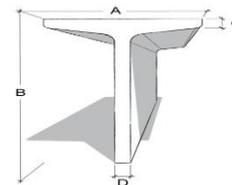
1 Mesa Pequeña



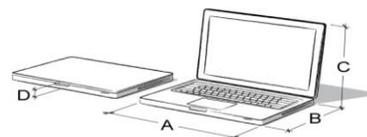
1 Silla



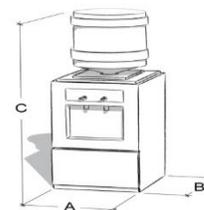
1 Stand de Recepción



1 Computadora



1 Oasis



1 Teléfono



4. Análisis Organizativo, Administrativo y Legal

4.1 Estructura Organizacional y Administrativa

a. Misión

Debe de identificar el propósito de la organización. La propuesta para la Misión es la siguiente:

“Fortalecer el crecimiento económico en el Municipio de Santa Ana con estrategias efectivas enfocadas en el área de Recursos Humanos y Marketing, integrales e innovadoras, ideadas para identificar necesidades y soluciones que contribuyan no solo a mejorar el posicionamiento en el mercado de nuestros clientes, sino también a mejorar sus ventas”

b. Visión

Es la que debe de identificar hacia dónde va la empresa. La propuesta para la Visión es la siguiente:

“Ser la empresa de Recursos Humanos y Marketing líder a nivel país, altamente eficiente, comprometida y socialmente responsable. Basando nuestra estrategia comercial en relaciones de mutua colaboración que generan valor a la empresa de nuestros clientes y ofrecen una solución sólida y confiable”

c. Objetivos

Una vez se ha establecido la Misión y la Visión, debemos establecer guías cualitativas que lleven al logro de los resultados. La propuesta de los objetivos es la siguiente:

- Lograr una oferta estratégicamente diversificada, con significativo valor agregado, de calidad que permitan tener una presencia competitiva en el mercado local.

- Diversificar y consolidar la presencia de la empresa, producto y servicios en el país.
- Organizar, integrar y promover las estrategias de Marketing.
- Fomentar el desarrollo económico en el Municipio de Santa Ana.
- Ofrecer un servicio altamente competitivo

d. Valores

Los valores propuestos para la empresa son los siguientes:

- Compromiso
- Originalidad
- Pasión por el cliente
- Honestidad
- Trabajo en Equipo
- Calidad

e. Políticas

- Garantizar la satisfacción al cliente mediante la prestación de un Servicio de calidad.
- Promover el desarrollo del talento humano para asegurar el cumplimiento de los objetivos en la empresa.
- Desarrollar relaciones mutuamente benéficas con los clientes y proveedores, garantizando la calidad y oportunidad de los servicios.

f. Políticas Administrativas

- Realizar Plan Estratégico Anual los últimos quince días de diciembre de cada año.
- Todos los empleados recibirán dos pagos al mes por el trabajo realizado, siendo el primero cada 14 de mes y el segundo pago cada 28 del mes.
- Todos los empleados participaran en una Evaluación de Desempeño en un periodo del 1 al 30 de diciembre de cada año.
- Tener un crecimiento anual del 10% en el mercado, si se cuentan con más de 100 clientes entonces solo se exigirá un crecimiento del 5% para el siguiente año.

- A cada empleado se le harán retenciones de impuesto sobre la renta (según lo establecido en las leyes salvadoreñas), Seguro Social, AFP y todas las retenciones que el empleado autorice.

g. Políticas Financieras

- Realizar auditorías internas dos veces al año.
- Se deberá presentar un comprobante de cada gasto realizado en la empresa o por la empresa.
- Gestionar los periodos de compra para largo plazo.
- El tiempo máximo para ventas al crédito serán de 60 días.
- Realizar compras evaluando tres cotizaciones por lo menos.

h. Estrategias de Posicionamiento

- Conocer la opinión de los usuarios acerca del servicio que brinda la empresa en el Municipio mediante un buzón de sugerencias.
- Desarrollar actividades para posicionarse en la mente del consumidor, adelantándose y desarrollando estrategias que permitan influir o formar la posición de un servicio concreto, en su mente.
- Un servicio basado en precio-calidad.
- Formar el personal con valores y cualidades competitivas para generar un plus en la empresa.
- Branding, utilizando las cuatro dimensiones, comunicar al público quien eres, comunicar al cliente lo que haces, cómo lo haces y comunicar cuando el movimiento del mercado ensancha y da forma a la marca.
- Ofrecer un servicio al alcance de los clientes, cumpliendo con las expectativas
- Publicidad enfocada.

4.2 Organización de la Empresa

Debido a que el tamaño de la empresa lo permite, el organigrama que se detalla a continuación:

Figura 37. Organización de la Empresa



Fuente: Elaboración del Equipo

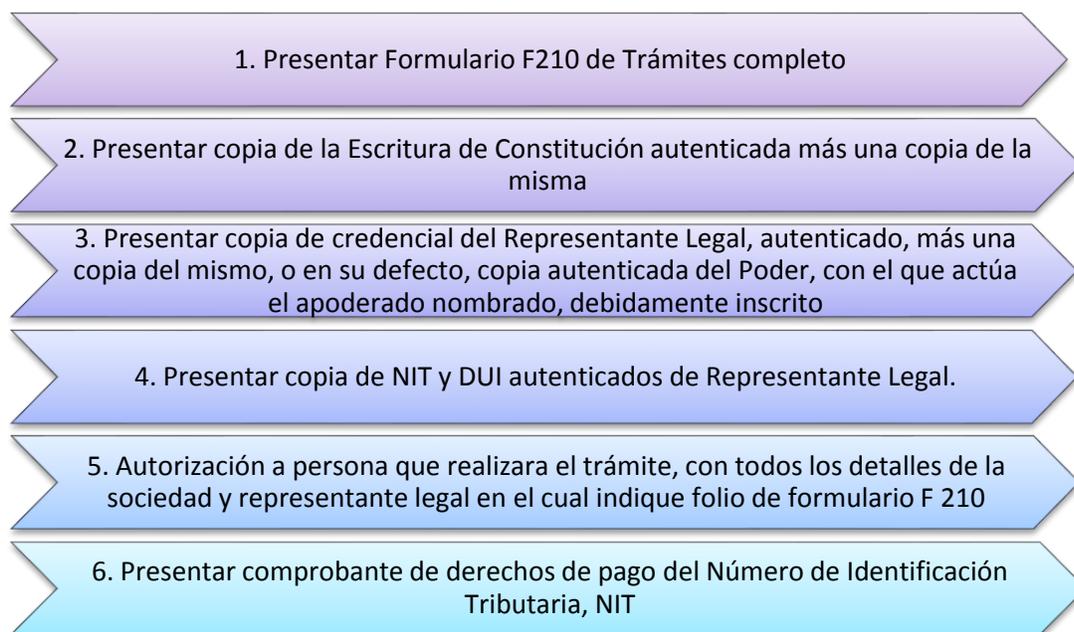
- **Junta Directiva:** estará constituida por los empresarios que pongan en marcha la empresa los cuales serán tres miembros. Entre ellos la persona encargada de Reclutamiento y Administración de Sueldos y Salarios, el encargado de capacitaciones y el encargado de Asesoría de Imagen.
- **Encargado del área de Reclutamiento y Administración de Sueldos y Salarios :** será la persona que vele por el servicio que tiene a cargo, desde la venta hasta la entrega del servicio.
- **Encargado de Capacitación:** será la persona encargada de todo lo que implique el servicio, desde la venta hasta la entrega del servicio. Tendrá a cargo a una persona si la capacitación así lo requiere.
- **Encargado de Evaluación de Desempeño:** será la persona encargada de realizar las evaluaciones a las empresas que lo requieran, estará involucrado en todo el proceso, desde la venta hasta la entrega de resultados de las evaluaciones.
- **Encargado de Estudio de Motivaciones y Actitudes del Cliente y Posiciones de Marca:** será la persona encargada de realizar los estudios, recopilación de la información, procesamiento, entre otras actividades que se requieren para el estudio. Así mismo estará a cargo de una o dos personas según requiera el estudio.

- **Encargado de Asesoría de Imagen:** será la persona encargada de investigar y recopilar toda la información necesaria para la realización de la asesoría, dependiendo del tamaño del servicio, se le asignará una persona para apoyarse en brindar el servicio contratado.

4.3 Aspectos Legales

A continuación se detallan los trámites de obligaciones formales y de registros de Ley para empresas en El Salvador.³⁴

Figura 38. Obtención de NIT e IVA



³⁴ <http://www.goldservice.com.sv/constitucion-sociedades2-sp.php>

Figura 39. Inscripción en Alcaldía Municipal

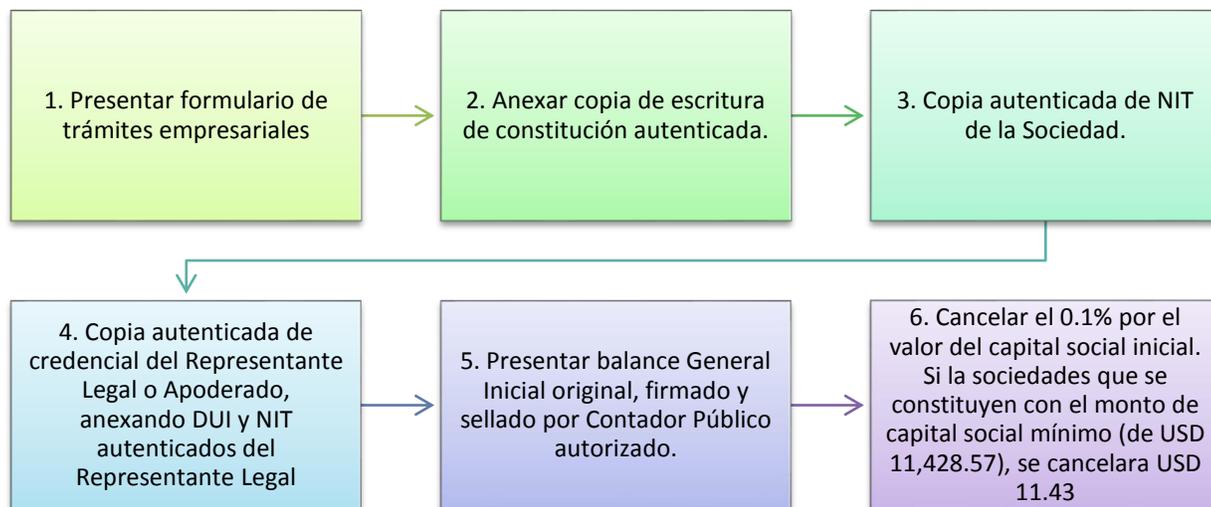


Figura 40. Inscripción en Estadísticas y Censo

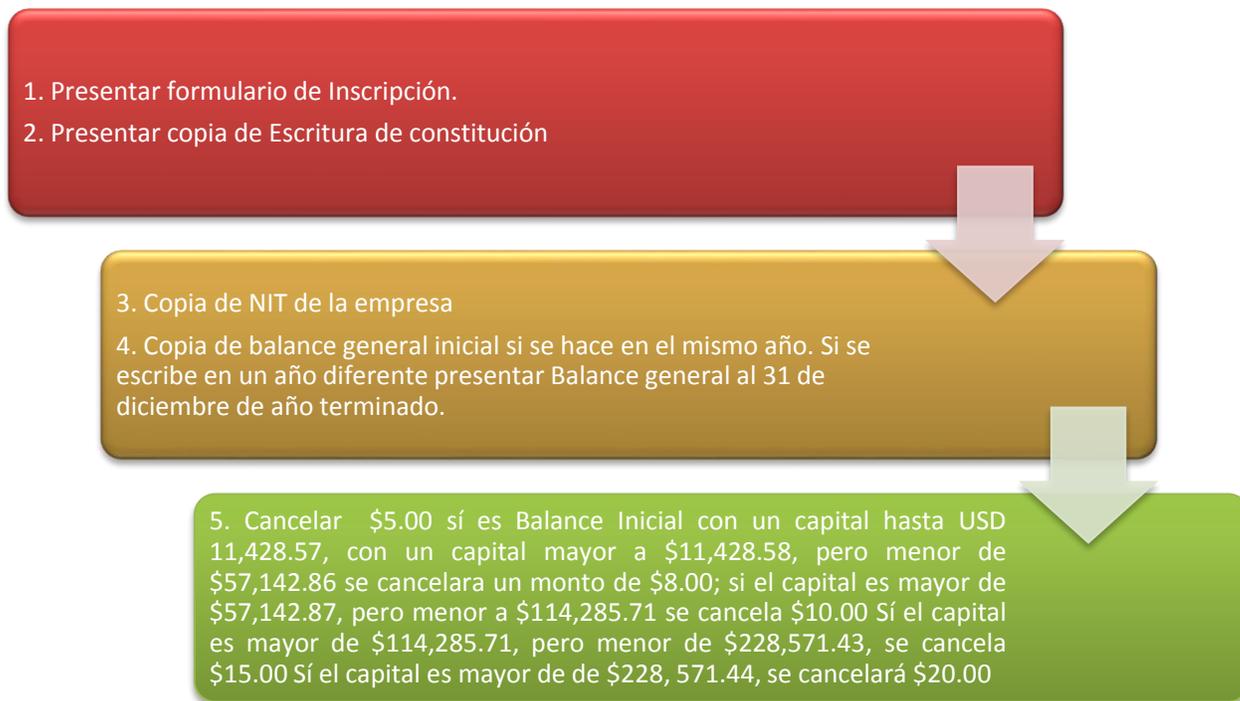


Figura 41 Inscripción en Registro de Comercio

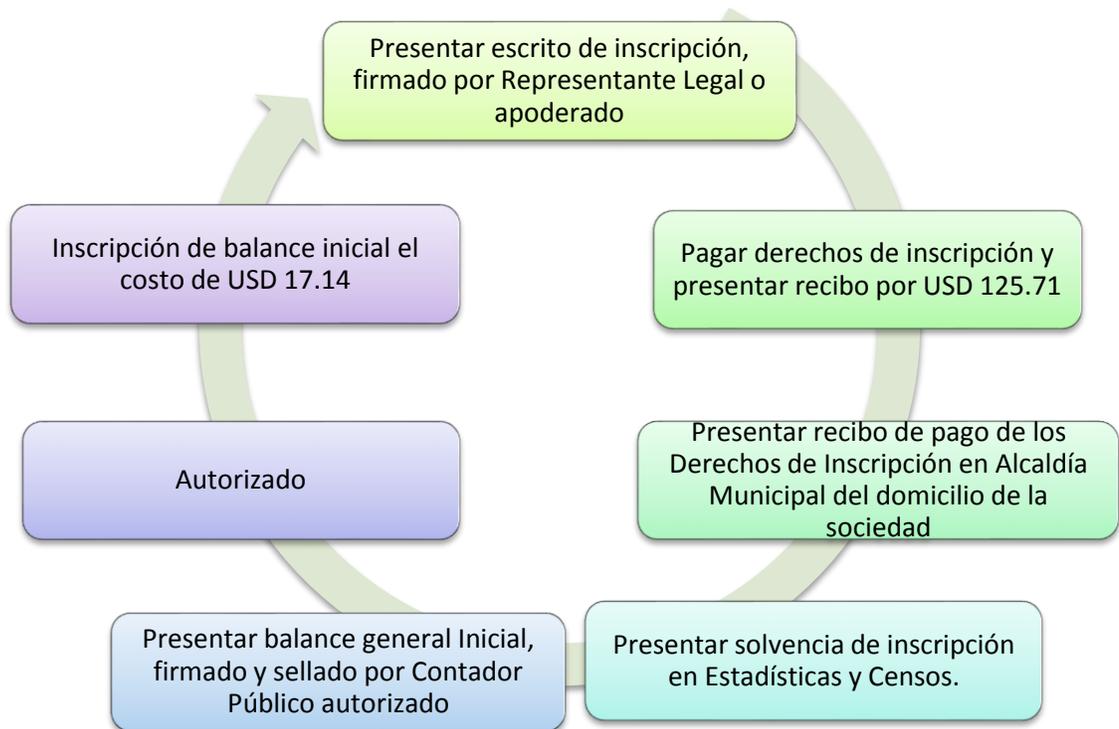
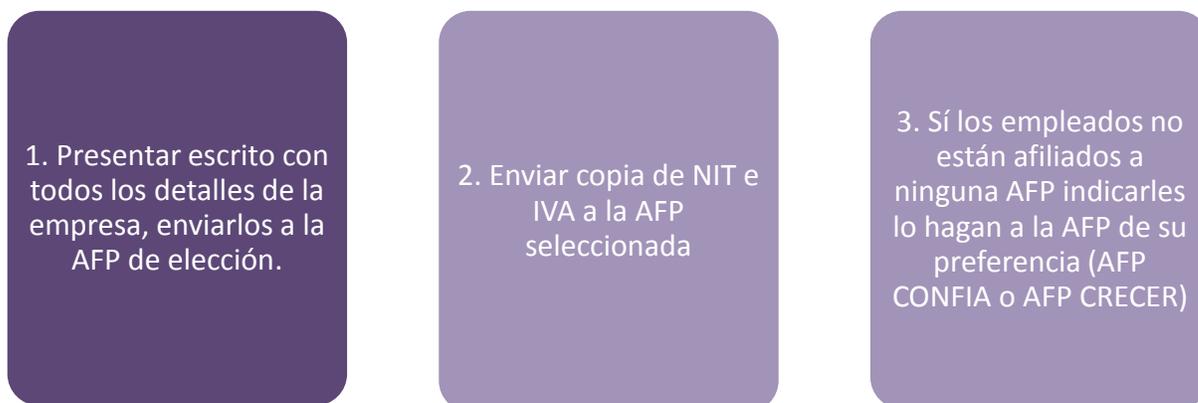


Figura 42. Inscripción en el ISSS (cuando ya se cuenta con empleados)

- Presentar formulario de Inscripción (boleta) con todos los espacios llenos, firmada por Representante Legal o Apoderado
- Anexar copia autenticada por notario de escritura de constitución de la sociedad
- Anexar copia autenticada de NIT
- Presentar copia autenticada de Credencial o Poder de Representante Legal
- Copia autenticada de DUI y NIT de representante legal
- Presentar nómina de empleados, mínimo 2 empleados
- Presentar croquis de ubicación lugar de domicilio de la empresa

Figura 43. Inscripción en Administradora de Fondos de Pensiones, AFP



a. Inscribir Marca en Centro Nacional de Registros

A continuación se detallan los pasos que se deben seguir para poder inscribir una marca:

- **Paso 1:** Realizar una búsqueda de anterioridad por el valor de \$ 20.00 dólares.
- **Paso 2:** Presentar solicitud original y dos copias según modelo.
Anexar 15 facsímiles (reproducción casi idéntica) debidamente cortados en un sobre. El interesado podrá preguntar por su solicitud dentro de 5 días hábiles.
Nota: Una vez ingresados los datos de la solicitud, se arma el expediente y se califica. Si la solicitud no cumple con algunos de los requisitos que establece el art. 10 de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, el registrador pronuncia una prevención. Si la solicitud incurre dentro de las prohibiciones establecidas en el art. 8 y 9, se dicta resolución y el interesado tiene un plazo de 4 meses para contestar.
- **Paso 3:** El interesado presenta el escrito donde subsana la prevención dentro de los 4 meses que establece la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos. El interesado presenta el escrito donde contesta sobre la objeción que se le haya hecho a su marca, dentro de los 4 meses, el Registrador estimare que subsisten las objeciones planteadas, se denegará el registro mediante resolución razonada; sí el registrador considera que la objeción hecha no es procedente, se admite la solicitud.

Nota: Se califica el expediente y si el escrito cumple con los requisitos establecido en los artículos 13 y 14 de ley, se admite la solicitud y se entrega el cartel original al interesado para que le saque una copia para llevar a publicar al diario de mayor circulación y original al Diario Oficial por tres veces alternas.

- **Paso 4:** Transcurrido los 2 meses de la primera publicación del Diario Oficial, el interesado presenta un escrito adjuntando las primeras publicaciones de ambos diarios si presenta fotocopias de las publicaciones estas deben de presentarse debidamente certificadas.

Nota: El expediente se pasa nuevamente a calificación, si la publicación ha sido presentada dentro del término de ley, se le notifica al interesado el auto donde se ordena el registro previo pago de derechos de registro; si no se le ha presentado oposición a la marca.

- **Paso 5:** Si a la solicitud de registro se le presenta escrito de oposición, se suspenden las diligencias de registro de la marca, mientras se conoce el incidente de oposición.
- **Paso 6:** El interesado presenta el recibo de los derechos de registro por un valor de \$100.00 dólares dentro de los 3 meses que establece la ley.

Nota: Se califica el expediente y el registrador elabora el auto de inscripción y el certificado de registro de la marca.

- **Paso 7:** Se le entrega el auto de inscripción y el certificado de registro original al interesado. Los modelos de solicitudes que se entregan en el Registro de Propiedad Intelectual son para que los clientes tengan una idea como redactar las solicitudes y los demás escritos.

b. Parte Contable al Iniciar una Sociedad

- Se necesita elaboración del Sistema Contable (Descripción del sistema contable, Catalogo de cuentas, y manual de aplicaciones). El cual lo tiene que autorizar un licenciado en contaduría pública debidamente autorizado por el Consejo de la profesión de la Contaduría de El Salvador.
- Legalización de libros de contabilidad (libro diario, libro mayor, libro de estados financieros, libro de actas de junta general, libro de actas de junta directiva, libro de registro de accionistas, y libro de aumento y disminución de capital) libros que debe

autorizar y foliar un licenciado en contaduría pública debidamente autorizado por el Consejo de la Profesión de la Contaduría de El Salvador.

- Legalización de libros de IVA (Libro de Ventas a Contribuyentes, libro de ventas a consumidor, y libro de compras). El cual lo autoriza, foliando todas sus hojas, un licenciado en Contaduría Pública debidamente autorizado por el consejo de la Profesión de la Contaduría de El Salvador.
- Enviar a solicitar al Ministerio de Hacienda, la autorización para elaborar la papelería fiscal (comprobantes de crédito fiscal, facturas de consumidor final, notas de remisión, notas de crédito, notas de débito y otros según la necesidad), debiendo firmar la solicitud el Representante Legal o el Apoderado, anexando copia autenticada de escritura de la sociedad, NIT e IVA, así como de su credencial o del Poder con que actúa.

Una vez gestionada la autorización por parte del Ministerio de Hacienda (según numeral anterior) entregar la autorización a una imprenta de las autorizadas por el Ministerio de Hacienda, para que elabore las facturas, comprobantes de crédito fiscal y demás documentos que el Ministerio de Hacienda haya autorizado, entregando a la imprenta, la resolución respectiva.

D. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD SOCIAL

El proyecto propuesto tiene un alto grado de beneficios sociales ya que su propuesta está enmarcada dentro de los objetivos de fomentar el desarrollo económico del Municipio de Santa Ana a través del apoyo a las Medianas y Pequeñas empresas de dicha localidad. Teniendo como resultado el crecimiento más acelerado de las empresas y por ende mayores fuentes de empleo para la población local.

La creación de la empresa como tal, generará trece empleos directos, quienes serán las personas que formarán la empresa y echarán andar la misma. Es importante detallar que la contribución de la empresa para el crecimiento del Municipio será por medio de los impuestos que esta generará, contribuyendo de manera indirecta mayores obras para el desarrollo del Municipio.

El beneficio que la creación de la empresa generará de forma indirecta un desarrollo del mismo, ya que se pretende ayudar a las Medianas y Pequeñas empresas a incrementar sus actividades de ventas, así como el posicionamiento de la misma, estas al ver incremento en sus ventas generarán más tributos.

Otra forma de generar la factibilidad social es gracias a los precios más bajos en el ofrecimiento de servicios Outsourcing poniendo en práctica el conocimiento de expertos, asesorar a los dueños o encargados del Manejo de las Medianas y Pequeñas empresas y así mejorar el manejo de su personal y la captación de mayor mercado a través de las actividades de Mercadotecnia.

El servicio se debe ofrecer de calidad, es decir, apegado a las leyes correspondientes del país, precios justos y prestando el mayor esfuerzo por parte de los miembros de la empresa Outsourcing.

E. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

Desde los procesos iniciales de planeación y selección del sitio, el diseño donde se ubicará la empresa se tomaron en cuenta características que contribuyeran o no perjudicaran al Medio Ambiente.

El proyecto no tiene ningún impacto negativo en el Medio Ambiente, al contrario se pretende fomentar el cuidado de este a través de asesorías a las Empresas Medianas y Pequeñas del Municipio de Santa Ana para que sean empresas con Responsabilidad Social Empresarial.

La Responsabilidad Social Empresarial será basada principalmente en el ahorro de los recursos, es decir, se reciclará el papel que sea posible, ahorro de energía y agua.

Otra de las principales contribuciones será la protección de áreas naturales y disminución de desechos, generando así la menor cantidad de basura para mantener un municipio limpio y estable.

F. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

Una vez definido todos los estudios anteriores, se toman en cuenta los puntos importantes para el desarrollo del Estudio Económico y se pasa a desarrollar a continuación.

1. Inversiones del Proyecto

Como en toda empresa el funcionamiento de la misma depende en gran medida de que las inversiones al inicio de las operaciones se realicen en forma adecuada por lo cual a continuación se presentan las inversiones necesarias para que la creación de la empresa pueda llevarse a cabo.

a. Inversión en Mobiliario y Equipo

Las inversiones en Mobiliario y Equipo son tan necesarias para el funcionamiento de la empresa, es muy importante detallar los recursos necesarios sin olvidar la optimización de los recursos. A continuación se detalla el Mobiliario y Equipo que se necesita.

Cuadro 45 Inversión en Mobiliario y Equipo de Oficina

Mobiliario y Equipo	Cantidad	Costo	Total
Escritorio	2	\$ 149.00	\$ 298.00
Computadoras	5	\$ 400.00	\$2,000.00
Impresora multifuncional	1	\$ 50.00	\$ 50.00
Sillas operativas	6	\$ 19.00	\$ 114.00
Archivero	1	\$ 75.00	\$ 75.00
Teléfono	3	\$ 15.00	\$ 45.00
Depósito de basura	4	\$ 4.00	\$ 16.00
Mesa de conferencia	1	\$ 275.00	\$ 275.00
Proyector	1	\$ 250.00	\$ 250.00
Librera	1	\$ 90.00	\$ 90.00
Espejo	1	\$ 7.00	\$ 7.00
Porta papel	1	\$ 3.00	\$ 3.00
Refrigeradora	1	\$ 299.00	\$ 299.00
Microondas	1	\$ 59.00	\$ 59.00
Gabinete	1	\$ 100.00	\$ 100.00
Mesa de 4 personas	1	\$ 150.00	\$ 150.00
Cocina	1	\$ 199.00	\$ 199.00
Lavaplatos	1	\$ 50.00	\$ 50.00
Sofá de espera	1	\$ 200.00	\$ 200.00
Mesa pequeña	1	\$ 90.00	\$ 90.00
Silla de recepción	1	\$ 19.00	\$ 19.00
Stand de recepción	1	\$ 450.00	\$ 450.00
Oasis	1	\$ 159.00	\$ 159.00
Aire acondicionado	1	\$ 250.00	\$ 250.00
Remodelación			\$ 810.00
Total			\$ 6,058.00
Mobiliario y equipo al final del año			\$ 6,058.00

b. Inversión en Capital de Trabajo

Para poner en marcha la empresa es necesaria disponer de Capital para que se desarrollen las funciones de la misma, a continuación se detalla el recurso que será necesario.

Cuadro 46 Inversión en Capital de Trabajo

Capital de trabajo	
Efectivo necesario para que el negocio funciones	
Pago de energía eléctrica mensual	\$ 60.00
Pago de agua mensual	\$ 20.00
Papelería y útiles mensual	\$ 30.00
Pago de teléfono e internet	\$ 19.00
Gasto mensual de sueldos	\$ 300.00
AFP mensual	\$ 20.25
ISSS mensual	\$ 22.50
Caja chica	\$ 100.00
Alquiler mensual	\$ 500.00
Deposito	\$ 200.00
Total	\$ 1,271.75

c. Inversión Inicial del Proyecto

Cuadro 47 Inversión Inicial del Proyecto

Inversión Inicial del Proyecto	
Mobiliario y equipo	\$ 5,248.00
Remodelación	\$ 810.00
Capital de trabajo	\$ 1,271.75
Total	\$ 7,329.75

2. Operaciones del Proyecto

a. Costos del Proyecto

En la siguiente página se muestran los costos de operación para una empresa Outsourcing de Recursos Humanos y Actividades de Mercadotecnia que brinde servicios de calidad a la Mediana y Pequeña Empresa del sector servicios en el Municipio de Santa Ana.

Cuadro 48 Costo por Servicios Anuales

Costos por Servicios Anuales	año 1	año2
Sueldos de personal de servicios de Actividades de Mercadotecnia	\$ 28,242.60	\$ 43,323.60
Sueldo personal de servicios de Recursos Humanos	\$ 33,178.20	\$ 39,759.00
Costo de Venta Total	\$ 61,420.80	\$ 83,082.60

3. Ingresos del Proyecto

Cuadro 49 Ingreso del Proyecto

Proyección de Ingresos del Proyecto Anual	
Ingresos de servicios de Mercadotecnia	\$ 35,391.60
Ingresos de Servicios de Recursos Humanos	\$ 73,748.32
Total de ingresos anuales	\$ 109,139.92
Ingresos pendientes de cobro al final del año	\$ 27,284.98

4. Depreciación de Activo Fijo

La Depreciación de Activo Fijo es indispensable para la ejecución del proyecto, ya que con ello conocemos en cuanto tiempo se debe renovar algunos de estos activos. La depreciación se detalla a continuación:

Cuadro 50 Depreciación de Activo Fijo

Depreciación Mobiliario y Equipo	Monto	Años vida útil	Depreciación año 1	Depreciación año 2	Depreciación año 3	Depreciación año 4	Depreciación año 5
Inversión mobiliario y equipo	\$6,058.00	2	\$ 3,029.00	\$ 3,029.00	\$ -	\$ -	\$ -

5. Determinación de Gastos de Administración y Ventas

Dado que la naturaleza de la empresa así lo permite, los gastos de administración se detallan a continuación:

Cuadro 51 Gastos de Administración y Ventas

Gastos de Administración	
	Mensual
Pago de energía eléctrica mensual	\$ 60.00
Pago de agua mensual	\$ 20.00
Papelería y útiles mensual	\$ 30.00
Pago de teléfono e internet	\$ 19.00
Gasto mensual de sueldos	\$ 300.00
AFP mensual 6.75%	\$ 20.25
ISSS mensual 7.5%	\$ 22.50
Depreciación	\$ 252.42
Alquiler mensual	\$ 500.00
Total	\$ 1,224.17

6. Fuentes de Financiamiento

La única fuente de financiamiento para la creación de la empresa será por medio de un banco, a continuación se detalla el financiamiento:

Cuadro 52 Financiamiento

fuentes de financiamiento	
Fuente Financiera	\$ 7,329.75
Tasa de Interes	10.0%

7. Flujo de Efectivo Proyectado

A continuación se presentan los Flujos de Efectivo que se obtuvieron después de las evaluaciones correspondientes. Se detalla a continuación el Flujo de Efectivo Proyectado:

Cuadro 53 Flujo de Efectivo Proyectado

	INVERSION INICIAL	AÑO 1	AÑO 2
FLUJO DE EFECTIVO INICIAL	\$ 2,000.00	\$ 3,071.75	\$ 2,055.30
VENTAS DE CONTADO		\$ 81,854.94	\$ 117,325.41
EFECTIVO POR PRESTAMO	\$ 7,329.75		
AJUSTE NO MONETARIO		\$ 3,029.00	\$ 3,029.00
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	\$ 6,058.00		
GASTOS DE VENTA		\$ 61,420.80	\$ 83,082.60
GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 200.00	\$ 14,690.00	\$ 14,844.80
PAGO DE FINANCIAMIENTO		\$ 9,789.59	\$ 9,789.59
IMPUESTOS			\$ 6,922.18
FLUJO NETO DE EFECTIVO	\$ 3,071.75	\$ 2,055.30	\$ 7,770.54

8. Estado de Resultado Proyectado

Cuadro 54 Estado de Resultado Proyectado

	AÑO 1	AÑO 2
VENTAS		
INGRESOS POR SERVICIO	\$ 109,139.92	\$ 120,053.91
Ingeros de servicios de Actividades de Mercadotecnia	\$ 35,391.60	\$ 38,930.76
Ingresos de servicios de Recursos Humanos	\$ 73,748.32	\$ 81,123.15
COSTO DE VENTA	\$ 61,420.80	\$ 83,082.60
Sueldos de personal de servicios de Actividades de Mercadotecnia	\$ 28,242.60	\$ 43,323.60
Sueldo personal de servicios de Recursos Humanos	\$ 33,178.20	\$ 39,759.00
UTILIDAD BRUTA	\$ 47,719.12	\$ 36,971.31
GASTOS OPERATIVOS		
GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 14,890.00	\$ 14,844.80
Pago de energía eléctrica mensual	\$ 720.00	\$ 792.00
Pago de agua mensual	\$ 240.00	\$ 264.00
Papelería y útiles mensual	\$ 360.00	\$ 396.00
Pago de telefono e internet	\$ 228.00	\$ 250.80
Gasto mensual de sueldos	\$ 3,600.00	\$ 3,600.00
AFP mensual 6.75%	\$ 243.00	\$ 243.00
ISSS mensual 7.5%	\$ 270.00	\$ 270.00
Depreciacion	\$ 3,029.00	\$ 3,029.00
Alquiler mensual	\$ 6,200.00	\$ 6,000.00
GASTOS FINANCIEROS	\$ 8,018.45	\$ 4,230.99
INTERESES	\$ 8,018.45	\$ 4,230.99
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO Y RESERVA	\$ 24,810.67	\$ 17,895.52
RESERVA LEGAL	\$ 1,736.75	\$ 1,252.69
IMPUESTO SOBRE LA RENTA	\$ 6,922.18	\$ 4,992.85
UTILIDAD NETA	\$ 16,151.75	\$ 11,649.99

9. Balance General Proyectado

Cuadro 55 Balance General Proyectado

	AÑO 1	AÑO 2	
ACTIVOS			
ACTIVOS CORRIENTES	\$ 29,340.28		\$ 37,784.02
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES	\$ 2,055.30	\$ 7,770.54	
CUENTAS POR COBRAR	\$ 27,284.98	\$ 30,013.48	
ACTIVOS NO CORRIENTES	\$ 3,029.00		
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	\$ 6,058.00	\$ 6,058.00	
OTROS	\$ 6,058.00	\$ 6,058.00	
DEPRECIACION	\$ 3,029.00	\$ 6,058.00	
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 32,369.28		\$ 37,784.02
PASIVOS			
PASIVOS CORRIENTES	\$ 12,480.78	\$ 4,992.85	
PRESTAMOS BANCARIOS	\$ 5,558.61	\$ 0.00	
IMPUESTOS POR PAGAR	\$ 6,922.18	\$ 4,992.85	
TOTAL PASIVOS	\$ 12,480.78	\$ 4,992.85	\$ 4,992.85
PATRIMONIO			
CAPITAL	\$ 3,736.75	\$ 4,989.43	
CAPITAL SOCIAL	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	
RESERVA LEGAL	\$ 1,736.75	\$ 2,989.43	
UTILIDADES	\$ 16,151.75	\$ 27,801.73	
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 16,151.75	\$ 11,649.99	
UTILIDAD DE EJERCICIOS ANTERIORES		\$ 16,151.75	
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 32,369.28	\$ 37,784.02	\$ 37,784.02

10. Evaluación Financiera del Proyecto

La evaluación del proyecto es un aspecto muy importante que no se debe dejar fuera, ya que nos indica si la creación de dicha empresa es rentable o no lo es.

a) Cálculo de TMAR

Para lograr calcular el Valor Actual Neto (VAN) es necesario obtener primero la TMAR que es la tasa mínima de retorno, para la cual es requerido la inflación en El Salvador del último año que es de (1.1%)³⁵ y la tasa de interés a pagar al Banco que es de (10%)³⁶

$$\text{TMAR} = i + f + (i * f)$$

Donde:

$i = 1.1\%$ la tasa de inflación

$f = 10\%$ tasa de interés

$$\text{TMAR} = 11.21\%$$

b) Valor Actual Neto

Mediante este método podemos determinar si el valor actual del flujo de efectivo con la ayuda de la tasa mínima de retorno y así saber si es mayor a la inversión inicial.

Para encontrar el VAN se necesita:

- Tamaño de la inversión
- Tasa de descuento
- Flujo de efectivo proyectado

Inversión Inicial	Año 1	Año 2
\$ (3,071.75)	\$ 2,055.30	\$ 7,770.54

³⁵ <http://www.bancomundial.org/es/country/elsalvador>

³⁶ <http://www.bancoagricola.com/tasa-de-interes/article/gallery/operacionesactivas>

Luego de obtener el flujo de efectivo pasamos a la evaluación con la Tasa Mínima de Aceptación Requerida (TMAR) la cual es de 11.121%.

Por lo tanto el VAN que es igual a BNA-Inversión sería el siguiente:

$$VAN = \frac{2,055.30}{(1 + 0.1121)^1} + \frac{7,770.54}{(1 + 0.1121)^2} - 3,071.75$$

VAN=	\$5,059.32
------	------------

Determinado que el VAN es mayor a cero ($VAN > 0$) significa que se ha cumplido con dicha tasa y se ha generado un beneficio, por lo tanto podemos decir que el proyecto sería aceptable desde un punto de vista financiero.

c) Tasa Interna de Retorno

La TIR es aquella tasa con la cual la Inversión inicial es igual a al valor actual de los flujos por lo tanto es la tasa que vuelve "0" a la VAN.

Para encontrar la TIR se necesita:

- Flujo de efectivo proyectado
- Tamaño de la inversión

Utilizando los datos y formula de la VAN, sin embargo el VAN será igual a "0" y pasaremos a encontrar la Tasa de Descuento.

Por lo tanto la TIR sería la siguiente:

$$0 = \frac{2,055.30}{(1 + i)^1} + \frac{7,770.54}{(1 + i)^2} - 3,071.75$$

TIR=	96%
------	-----

Determinada la tasa interna de retorno que hace cero al VAN podemos ver que la TMAR es menor por lo tanto podemos decir que el proyecto es aceptable desde un punto de vista financiero ya que a menor tasa mayor aceptación $TMAR = 11.21\% < TIR = 9\%$

Podemos determinar que el proyecto es rentable desde un punto de vista financiero ya que determinado que el VAN es mayor a cero significa que se ha cumplido con dicha tasa y se ha generado un beneficio.

CONCLUSIONES

- Según los resultados del estudio, el proyecto sobre la creación de una empresa Outsourcing de Recursos Humanos que brinde servicios a las Medianas y Pequeñas Empresas localizadas en el Municipio de Santa Ana abarcaría una porción relevante del mercado, sin embargo; la otra parte del mercado está representada por empresas interesadas en subcontratar los servicios relacionados al área de Mercadotecnia, la mejor propuesta es la creación de empresa Outsourcing enfocada en dos áreas demandadas en el sector los cuales son los servicios de Administración de Recursos Humanos y los servicios de Actividades de Mercadotecnia.
- Las Medianas y Pequeñas Empresas del Municipio de Santa Ana no han logrado crecer lo suficiente a pesar de contar con más de 11 años de funcionamiento es por ello que necesitan ser apoyadas por empresas que fomenten su desarrollo. Los servicios Outsourcing de Recursos Humanos y Mercadotecnia ayudará al crecimiento de dichas empresas del sector.
- Según los resultados del Estudio Económico Financiero demuestra que el proyecto de creación de una empresa Outsourcing de Recursos Humanos y de Mercadotecnia tendría la capacidad de generar los ingresos suficientes que le permita ser auto sostenible en el tiempo.
- El proyecto de creación de una Empresa Outsourcing de Recursos Humanos y Mercadotecnia va de la mano con el ofrecimiento de servicios de calidad, es decir, apegado a las leyes correspondientes del país, precios justos y prestando el mayor esfuerzo por parte de los miembros de la empresa Outsourcing, dando a esta una ventaja competitiva.

RECOMENDACIONES

- De acuerdo a la proyección de la Demanda, se recomienda poner en marcha el proyecto en el menor tiempo posible ya que las empresas del Municipio de Santa Ana demuestran tener una necesidad actual que al satisfacerla se iniciará el camino hacia el desarrollo de estas.
- Tomar en cuenta las características positivas identificadas en las empresas que ya brindan servicios Outsourcing para que el proyecto de creación de una empresa nueva sea el más óptimo posible.
- Se recomienda que en la creación de una Empresa Outsourcing de Recursos Humanos y Mercadotecnia se tenga siempre en cuenta que el objetivo es impulsar el desarrollo de las Medianas y Pequeñas empresas del Municipio de Santa Ana, ofreciendo precios justos y prestando el mayor esfuerzo por parte de los miembros de la empresa.
- Poner en práctica los conocimientos adquiridos en la carrera de Administración de Empresas y utilizar dichos conocimientos para impulsar el crecimiento más acelerado de las empresas en el Municipio de Santa Ana.

BIBLIOGRAFÍA

Libros

- Cañas Balbino Sebastián, “Manual para Formulación Evaluación y Ejecución de Proyectos”, 4ª Ed. Pág. 121
- Chiavenato, Idalberto “Gestión del Talento Humano”, Editorial Mc GRAW HILL, Colombia, 2002. pág. 96.
- Cohen, Ernesto; “Manual Formulación, Evaluación y Monitoreo de Proyectos Sociales” , CEPAL, División de Desarrollo Social, pág. 16
- Forneas Carro, José Ramón, “Outsourcing, Saque el Máximo Partido de sus Proveedores”, Ediciones Netbiblo, S.L, España 2008, pág. 41.
- Hurtado Cuartas, Darío, “Principios de Administración”, Fondo Editorial Instituto Tecnológico Metropolitano, Colombia, Julio 2008, pág. 129, 131.
- Kotler Philip, “Marketing Versión para Latinoamérica”, Decimo Primera Edición, Pearson Educación, México, 2007, Pág. 266.
- Palacios Salazar, Ivarth; “Guía Práctica para la Identificación Formulación y Evaluación de Proyectos”, Editorial Universidad del Rosario, Primera Edición, Bogotá, pág. 16.
- Sapag Chain, Nassir. “Preparación y Evaluación de Proyectos”, Tercera Edición, McGraw-Hill, Bogotá, Colombia, pag. 19
- Stoner, James, “Administración”, Sexta Edición.
- Vargas Quiñones, Martha Elena. “Calidad y Servicio. Conceptos y Servicio”, Ediciones ECOE, Bogotá, 2006, pág. 47.
- Vivanco, Manuel ,“Muestreo Estadístico Diseño y Aplicaciones”, Editorial Universitaria S.A., Santiago de Chile, 2005. Pág. 62

Trabajos de investigación

- Castillo Niño, Álvaro. “Manual sobre Preparación de Estudios de Factibilidad para Almacenamiento de Granos”, Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura- IICA, Publicación Número 530, Bogotá, pág. 49.

- Chorro Hernández, Arturo Enrique; “Outsourcing, Leasing y Alianzas Estratégicas como Alternativas para la Reducción de Costos Operativos en la Gran Empresa de El Salvador. Sector Industria”, Universidad Centroamericana José Simeón Canas, San Salvador, Agosto 2003. pág. 12.
- Cruz, René Antonio. “Estudio de Factibilidad para la Reactivación de una Planta de Miel, ubicada en el cantón La Bermuda, Municipio de Suchitoto, Departamento de Cuscatlán, atendida por la Asociación Fundación para la Cooperación y el Desarrollo Comunal de El Salvador (CORDES)”, Universidad de El Salvador, El Salvador 2010
- Orjuela Córdova, Soledad; “Guía del Estudio de Mercado para la Evaluación de Proyectos”, Universidad de Chile, Seminario de Prueba para optar al título de Ingeniero Comercial, Santiago de Chile, Pág. 9

Revistas

- Boulard, Martina Menguzzato, “La Dirección de Empresas ante los Retos del Siglo XXI, Publicación de la Universidad de Valencia, 2009, pág. 489.
- Kindervatter, Suzanne, “Como Hacer un Estudio de Factibilidad: Entrenamiento para Iniciar o Reexaminar una Pequeña Empresa”, pág. 9, 31.
- Ortiz Palma, Ana del Carmen, “Estrategias de Mercado Lógicas de Operaciones de Turismo y Empresas del Sector Servicio para el Desarrollo Turístico de El Salvador”
- Sanchez Parga, J, ”La Observación, la Memoria y la Palabra en Investigación Social”.

Sitología

- <http://estudiodefactibilidadyproyectos.blogspot.com>
- <http://www.ecured.cu/index.php>
- <http://www.uam.es>
- <http://www.fhumyar.unr.edu.ar>
- <http://ponce.inter.edu/cai/manuales>
- <http://es.wikipedia.org>
- <http://www.digestyc.gob.sv>
- <http://www.gobiernoabierto.gob.sv>

- <http://www.minec.gob.sv/index>
- <http://www.elsalvador.law>
- <http://www.transparenciafiscal.gob.sv>
- <http://www.uaca.ac.cf>
- <http://www.um.es/docencia/pguardio/documentos>
- <http://www.monografias.com/trabajos72/teoria-decision-estadistica>
- http://planeacion.cali.gov.co/Publicaciones/Cali_en_cifras/NormasTecnicasCuadros.pdf
- <http://www.abansa.org.sv/>
- <http://www.bancomundial.org/es/country/elsalvador>

ANEXOS

ANEXO 1

**GUIA DE ENTREVISTA DIRIGIDO A
EMPRESAS DEDICADAS A BRINDAR
SERVICIOS OUTSOURCING DE
RECURSOS HUMANOS EN EL MUNICIPIO
DE SANTA ANA.**



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.



**GUIA DE ENTREVISTA DIRIGIDO A EMPRESAS DEDICADAS A BRINDAR SERVICIOS
 OUTSOURCING DE RECURSOS HUMANOS EN EL MUNICIPIO DE SANTA ANA.**

Objetivo: Recopilar información para el análisis de la situación actual de las empresas que brindan servicios Outsourcing de Recursos Humanos a las Medianas y Pequeñas empresas del Municipio de Santa Ana.

1. ¿Cómo clasifica el tamaño de su empresa?
2. ¿Cuántos años lleva en funcionamiento la empresa?
3. ¿Cómo inició la idea de creación de empresa Outsourcing de Recursos Humanos?
4. Según la experiencia adquirida, ¿Considera usted que hasta el momento es un negocio rentable y en crecimiento? ¿Por qué?
5. ¿Qué ventajas competitivas posee su empresa?
6. Si tuviera la oportunidad de ampliar o incrementar los servicios que actualmente ofrece ¿Cuáles serían estos Servicios?
7. ¿Por qué cree que los servicios Outsourcing de Recursos Humanos son más aceptados hoy en día?
8. ¿Su empresa ha prestado sus servicios dentro del municipio de Santa Ana?
9. ¿Considera que los Servicios Outsourcing de Recursos Humanos en el Municipio de Santa Ana podrían tener aceptación?
10. Aparte del Municipio de San Salvador, ¿En qué otra región o localidad se encuentran ubicados sus clientes?
11. Al momento de ofrecer sus servicios ¿Qué es lo más importante que sus clientes consideran para comprar o adquirir sus servicios?
12. ¿Qué tipo de comunicación ha utilizado para que sus clientes lo conozcan?
13. ¿Cuáles son los servicios que obtienen mayor demanda?
14. ¿A qué rubro o actividad pertenecen sus clientes actuales?
15. ¿En qué rango se encuentran los sueldos y salarios que da la empresa?
 \$200 - \$300 \$301 - \$400 \$401 - \$500 Más de \$500

ANEXOS 2

CUESTIONARIO DIRIGIDO A DIRECCION GENERAL DE EMPRESA DEL SECTOR SERVICIOS EN EL MUNICIPIO DE SANTA ANA



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.



CUESTIONARIO DIRIGIDO A DIRECCION GENERAL DE EMPRESA DEL SECTOR SERVICIOS EN EL MUNICIPIO DE SANTA ANA

Objetivo: El presente instrumento tiene como finalidad recopilar información, que será de utilidad para la investigación sobre la creación de una empresa Outsourcing de Recursos Humanos que brinde servicios de calidad a las Medianas y Pequeñas empresas ubicadas en el Municipio de Santa Ana.

Indicaciones: El presente cuestionario presenta 15 preguntas de las cuales la información será utilizada solo para fines de investigación. Favor seleccionar la respuesta que más le parezca.

Datos Generales:

1. Tamaño de la empresa en base a su número de empleados

Micro	1-10 empleados	<input type="checkbox"/>
Pequeña	11-19 empleados	<input type="checkbox"/>
Mediana	20-99 empleados	<input type="checkbox"/>
Grande	100 a más empleados	<input type="checkbox"/>

2. Años de funcionamiento de la empresa

1-5 años	<input type="checkbox"/>
6-10 años	<input type="checkbox"/>
11-15 años	<input type="checkbox"/>
16-20 años	<input type="checkbox"/>

3. Seleccione en que Barrio del Municipio de Santa Ana está ubicada su empresa

San Juan	<input type="checkbox"/>	San Rafael	<input type="checkbox"/>
San Lorenzo	<input type="checkbox"/>	El Ángel	<input type="checkbox"/>
Santa Barbará	<input type="checkbox"/>	Santa Cruz	<input type="checkbox"/>
Santa Lucía	<input type="checkbox"/>	San Miguelito	<input type="checkbox"/>
San Antonio	<input type="checkbox"/>	San Sebastián	<input type="checkbox"/>
Nuevo	<input type="checkbox"/>	Centro	<input type="checkbox"/>

4. Actividad principal de la empresa

Servicios de transporte	<input type="checkbox"/>	Servicios de consultorías	<input type="checkbox"/>
Servicios turísticos	<input type="checkbox"/>	Servicio de Bienes y raíces	<input type="checkbox"/>
Servicios de limpieza	<input type="checkbox"/>	Servicios de entretenimiento	<input type="checkbox"/>
Servicios fúnebres	<input type="checkbox"/>	Servicios de construcción	<input type="checkbox"/>
Servicios de alimentos	<input type="checkbox"/>	Otros (mencionar)	<input type="checkbox"/>

Datos Específicos:

5. Actualmente su empresa subcontrata algún servicio

Sí No

Si su respuesta es no continuar, si su respuesta es sí pase a la pregunta 7

.

6. Porque razón no subcontrata algún servicio

Los precios que ofrecen las empresas de subcontratación son muy altos

No conoce empresas que brinden servicios de subcontratación

Su empresa no necesita subcontratar servicios

Miedo a involucrarse con empresas desconocidas

Otros (mencionar)

Favor pasar a pregunta número 8.

7. Los servicios que subcontratan a que área de la empresa pertenecen:

Áreas contables y administrativas	<input type="checkbox"/>	Procesos de abastecimiento	<input type="checkbox"/>
Sistemas de transporte	<input type="checkbox"/>	Actividades de venta y distribución	<input type="checkbox"/>
Actividades de mercadotecnia	<input type="checkbox"/>	Recursos humanos	<input type="checkbox"/>

8. Conoce usted empresas de subcontratación que brinden servicios en el Área de Recursos Humanos

Sí No

Si su respuesta es sí continuar, si su respuesta es no pase a la pregunta 10.

9. La empresa o empresas que conoce se encuentran ubicadas en el municipio de Santa Ana

Sí No

10. A su criterio que beneficios podrían tener las empresas al contratar servicios relacionados al área de Recursos Humanos

Enfoque en los puntos fuertes de la empresa	<input type="checkbox"/>
Disminución de los costos de la empresa	<input type="checkbox"/>
Adaptación de la empresa a los cambios de entorno	<input type="checkbox"/>
Selección de personal más capacitado	<input type="checkbox"/>
Otros (mencionar)	<input type="checkbox"/> _____

11. Si a su empresa se le ofrecen servicios en el área de Recursos Humanos, que elemento tomaría más en cuenta antes de subcontratar algún servicio.

Precio	<input type="checkbox"/>
Calidad del servicio	<input type="checkbox"/>
Cercanía de la empresa subcontratada	<input type="checkbox"/>
Los beneficios para su empresa	<input type="checkbox"/>
Otros (mencionar)	<input type="checkbox"/> _____

12. Qué medio de comunicación considera el más adecuado para informarse sobre los servicios que ofrecen las empresas de subcontratación de Recursos Humanos

Internet

Periódico

Radio

Volantes

13. Si una empresa nueva ofrece servicios de Subcontratación de Recursos Humanos a su empresa, que tan interesado estaría de conocer sobre los servicios

Muy interesado

Poco interesado

Si su respuesta es muy interesado continuar, si su respuesta es poco interesado pasar a pregunta 15.

14. Que servicios del área de Recursos Humanos le interesarían más subcontratar

Reclutamiento evaluación del desempeño

Entrevistas valuación de puestos

Capacitaciones Administración de sueldos y salarios

15. En que otra área le parecería más interesante contratar servicios

Áreas contables y administrativas Procesos de abastecimiento

Sistemas de transporte Actividades de venta y distribución

Actividades de mercadotecnia

ANEXOS 3

**GUIA DE OBSERVACION DIRIGIDA A LAS
EMPRESAS DE OUTSOURCING QUE
BRINDAN SERVICIOS EN EL MUNICIPIO
DE SANTA ANA.**



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.
GUIA DE OBSERVACION DIRIGIDA A LAS EMPRESAS



DE OUTSOURCING QUE BRINDAN SERVICIOS EN EL MUNICIPIO DE SANTA ANA.

Objetivo: identificar aspectos relevantes que ayuden a analizar la forma de operar de las empresas Outsourcing de Recursos Humanos con el fin de seleccionar aspectos que puedan ser tomados en cuenta o ser mejorados a la hora de crear una nueva empresa que brinde servicios similares.

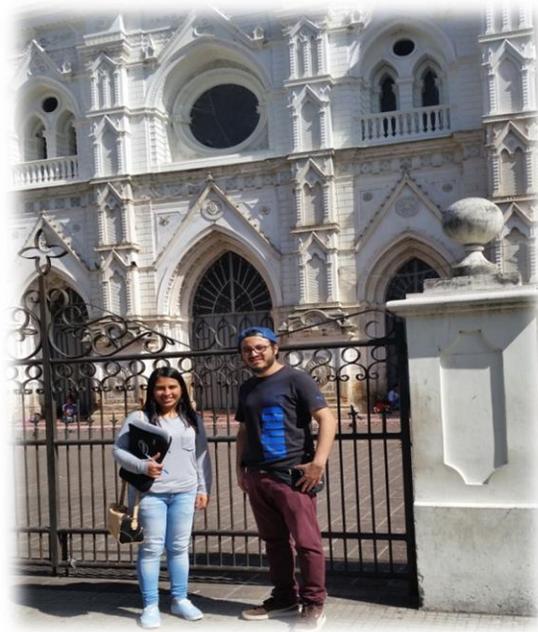
Empresa: _____ fecha: _____ Hora: _____

Puntos de observación		SI			NO		
Aspectos físicos de las instalaciones							
1	Fue fácil dar con la dirección de la empresa						
2	Las instalaciones tenían parqueo para clientes						
3	Dentro de las instalaciones había un área de recepción						
4	Dentro de las instalaciones se posee una iluminación adecuada						
5	Las instalaciones tienen ventilación adecuada						
6	Las instalaciones de la empresa eran amplias						
7	Las instalaciones se muestran aseadas						
		1	2	3	4	5	+
8	Escritorios que hay dentro de las instalaciones						
9	Equipos de computadoras						
10	Baños						
11	Se cuenta con agua potable						
Aspectos Administrativos		SI			NO		
12	Las instalaciones tenían vigilancia						
13	Contaban con un encargado de recepción						
14	Dentro de la empresa se muestran las misión y visión de la empresa						
15	Habían volantes informativos dentro de la empresa						
16	Los empleados observados poseen una vestimenta formal						
17	Los empleados portan un carnet de identificación						
		1	2	3	4	5	+
19	Empleados que se observan dentro de la empresa						
20	Clientes Observados dentro de las instalaciones						

Nota: _____

ANEXOS 4

FOTOGRAFIAS DE LA INVESTIGACION EN EL MUNICIPIO DE SANTA ANA.



El equipo de investigación llenando las encuestas en el centro del Municipio de Santa Ana.



Dueña de Pequeña Empresa contestando el Cuestionario.



Visita a empresa Publicidad Comercial donde se llevo una de las entrevistas



Entrevista realizada por integrante del equipo de investigación a Giovanni Cuellar



Visita a las instalaciones de empresa SEMERC S.A de C.V

ANEXOS 5

**CATALOGO DE EMPRESAS DEL SECTOR
SERVICIO PROPORCIONADO POR
PROESA (ORGANISMO PROMOTOR DE
EXPORTACIONES E INVERSIONES DE EL
SALVADOR)**



Catálogo de Empresas del Sector Servicios

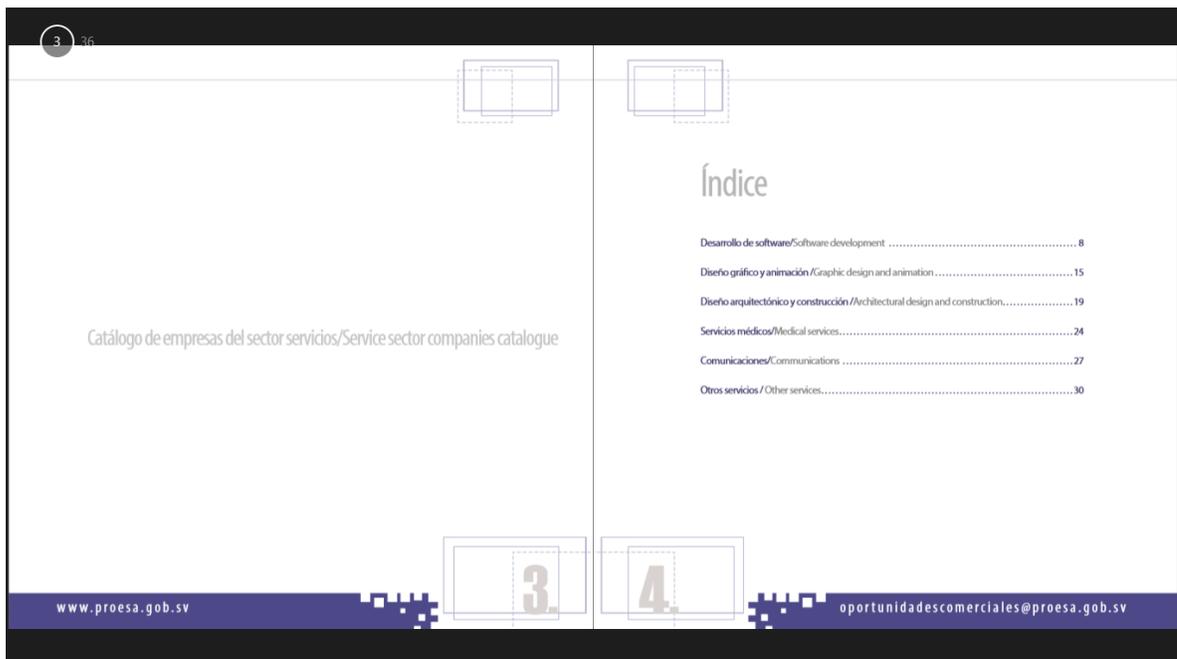
Service Sector Companies Catalogue

PROESA

AGENCIA DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DE EL SALVADOR

oportunidadescomerciales@proesa.gov.sv

2



36

Catálogo de empresas del sector servicios/Service sector companies catalogue

Índice

Desarrollo de software/Software development	8
Diseño gráfico y animación /Graphic design and animation	15
Diseño arquitectónico y construcción /Architectural design and construction	19
Servicios médicos/Medical services	24
Comunicaciones/Communications	27
Otros servicios / Other services	30

www.proesa.gov.sv

oportunidadescomerciales@proesa.gov.sv

3 4

El Salvador

Área: 21,040 km²
Populación: 6.2 millones *
Número de hogares: 1,592,633[†]

Área: 21,040 km²
Populación: 6.2 millones *
Number of households: 1,592,633[†]

PIB, 2011: US\$ 23,054 millones (Agricultura 12.2%, Industria 26%, Servicios y Comercio 61.8%)
GDP, 2011: US\$ 23,054 millones (Agriculture 12.2%, Industry 26%, Services and Commerce 61.8%)

Tasa de crecimiento del PIB 2011: 1.5%
GDP growth rate 2011: 1.5 %

Inflación 2011: 5.1%
Inflation rate 2011: 5.1 %

Exportaciones 2011: US\$ 5,309 millones
Exports 2011: US\$ 5,309 million

Acuerdos Comerciales: Centroamérica, Colombia, Cuba, Chile, Estados Unidos, México, Panamá, República Dominicana, Tailandia, Unión Europea y Venezuela
Trade Agreements: Central America, Colombia, Cuba, Chile, United States, Mexico, Panama, Dominican Republic, Taiwan, European Union and Venezuela

Ranking Doing Business 2012: Tercer lugar en Centroamérica y el décimo en Latinoamérica
Doing Business Ranking 2012: Ranked 3rd in Central America and 10th in Latin America

Informe de Competitividad Global 2012-2013: Entre los 15 países más competitivos de Latinoamérica
Global Competitiveness Report 2012-2013: El Salvador is among the top 15 most competitive countries in Latin America

*9 PM: Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples, 2011



SERVICIOS

El sector servicios contribuye significativamente a la economía salvadoreña, ya que representa el 61% del PIB y el 17% de las exportaciones totales. Las exportaciones de servicios aumentaron de US\$683 millones en 2009 a US\$1,073 millones en 2011, lo cual destaca el dinamismo del sector. En el último año, la tasa de crecimiento fue del 10% y los rubros con mayor participación fueron los de viajes, transportes y comunicaciones.

Los servicios de viajes constituyen el 39% de las exportaciones de servicios, rubro que comprende los bienes y servicios adquiridos en el país por viajeros no residentes. Los servicios de transporte y comunicaciones representan el 34% y el 15% de las exportaciones totales de servicios respectivamente.

Además de los rubros mencionados, se registran exportaciones de otros servicios empresariales, que también constituyen sectores con potencial de crecimiento a nivel nacional.



ASESORES EN INFORMÁTICA SA DE CV, ASEINFO

+503 2239-6300
 @ aseinfo@proesa.gob.sv
 www.aseinfo.com.sv

Servicios:

- ✓ Sistemas de información para el área de recursos humanos
- ✓ Planación estratégica de sistemas de información
- ✓ Consultoría



BOA COMPUTER SYSTEMS SA DE CV

+503 2222-0030
 @ boa.computer@gmail.com
 www.boa.com.sv

Servicios:

- ✓ Desarrollo de software
- ✓ Diseño y desarrollo de aplicaciones desktop/web, Windows 8 (metro), Sierling, VFP, VisualForms
- ✓ Diseño y desarrollo de aplicaciones para móviles: Windows Phone 7.5, Android, Windows Mobile
- ✓ Software de planilla, control de asistencia (trab. marcabor), control de producción (magajal)
- ✓ Software para control de calidad
- ✓ Consultoría
- ✓ Seguridad de la información (plan de contingencia anti-desastres) programación
- ✓ Análisis, entrenamiento y capacitaciones



CREATIVA CONSULTORES SA DE CV

+503 2132-0000
 +503 2132-0035
 +503 2132-0304
 @ creativo.mt@gmail.com
 www.creativaconsultores.com

Servicios:

- ✓ Desarrollo de software sobre plataformas como: Oracle, Microsoft, Java, ASP400 y Delphi
- ✓ Diseño y desarrollo de aplicaciones para móviles
- ✓ Inteligencia de negocios
- ✓ Tercero de software con metodología alemana ITQB



DISTA SOFT

+503 2531-0344
 @ info@distaoft.com.sv
 www.distaoft.com.sv

Servicios:

- ✓ Implementación de software administrativo
- ✓ Desarrollo de software a la medida



GPREMPER SA DE CV

+503 2256-1313
 @ gpremp@premp.com
 www.premp.com

Servicios:

- ✓ Diseño de estrategias en línea para establecer presencia de marca en Internet
- ✓ Integración de servicios de marketing online y social media basado en principios de SEO y usabilidad



GRUPO GD SA DE CV

+503 2263-4141
 +503 2264-7849
 @ gdm@grupogd.com.sv
 @ foral@grupogd.com.sv
 www.grupogd.com.sv

Servicios:

- ✓ Consultoría en sistemas y desarrollo de software a la medida

11 36













INET CONSULTING SERVICES

☎ +503 2521-7575
✉ ventas@inetcs.com
🌐 www.inetcs.com

Servicios:

- ✓ Análisis, diseño, desarrollo e implementación de proyectos tecnológicos en las siguientes áreas: aplicaciones para dispositivos móviles, intranet corporativas, comunicaciones unificadas, continuidad del negocio, virtualización y desarrollo a la medida
- ✓ Consultoría TI

KEY PROCESS S.A. DE C.V.

☎ +503 2229-1186
☎ +503 2288-6228
✉ emirotopa@keyprocess.biz
🌐 www.keyprocess.biz

Servicios:

- ✓ Soluciones informáticas en administración de negocios para pequeñas, medianas y grandes empresas
- ✓ Soluciones para modelos de negocio tales como puntos de venta, droguería y laboratorios, empresas distribuidoras, entre otras

NETWORK SECURE

☎ +503 2525-4300
✉ ventas@networksecure.com.sv
🌐 www.networksecure.com.sv

Servicios:

- ✓ Seguridad administrada para cubrir todos los ángulos de la infraestructura de red que pudiera ser blanco de ataques informáticos
- ✓ Gestión de redes para el monitoreo de la red vía SNMP

OMNIREsources S.A. DE C.V.

☎ +503 2243-1173
☎ +503 2243-1174
✉ r.cahno@omniresources.com.sv
✉ cmah@omniresources.com.sv
🌐 www.omniresources.com.sv

Servicios:

- ✓ Sistema informático especializado para agencias de publicidad y comunicaciones con los siguientes módulos:
 - Coordinación y tráfico
 - Hojas de tiempo
 - Bancos de imágenes
 - Medios de planificación y compra
 - Administración y finanzas

OUTSTANDING S.A. DE C.V.

☎ +503 2260-1660
✉ santiago@outstanding.com.sv
🌐 www.outstanding.com.sv

Servicios:

- ✓ Fabrica de software
- ✓ Tercerización (Outsourcing) de personal de tecnología de información (ITC)
- ✓ Tercerización (Outsourcing) de personal administrativo (BPO)

PH SOFTWARE S.A. DE C.V.

☎ +503 2211-0538
✉ soluciones@grupoph.com
🌐 www.grupoph.com

Servicios:

- ✓ Metodologías para documentar, analizar y automatizar los procesos de la empresa
- ✓ Definición de estructuras de medición del desempeño tales como Balance Scorecard, indicadores de calidad y financieros

www.proesa.gov.sv

oportunidadescomerciales@proesa.gov.sv

13 36











SOLUCIONES PROFESIONALES DE SOFTWARE S.A. DE C.V.

☎ +503 2504-9955
☎ +503 7469-8622
✉ kalletero@soluciones.com.sv
🌐 www.soluciones.com.sv

Servicios:

- ✓ Software de gestión integral para la administración del área académica, financiera y de recursos humanos de universidades y colegios

SYNERGYCA S.A. DE C.V.

☎ +503 2264-0531
✉ mgaweb@synergycanet
🌐 www.synergycanet

Servicios:

- ✓ Ingeniería de software: análisis, desarrollo e implementación de sistemas en Java, JEE, JSP, AJAX, WebServices, SOAP, Microsoft.Net, Oracle Developer
- ✓ Administración de bases de datos en Oracle, SQLServer, Sybase, PostgreSQL, MySQL
- ✓ Administración de servidores Linux, Linux y Windows
- ✓ Virtualización
- ✓ Tareas y seguridad informática
- ✓ Tercerización de servicios (Outsourcing)
- ✓ Gestión de proyectos de software
- ✓ Soporte de infraestructura tecnológica

SYSTEMHAUS WESTFALIA

☎ +503 2243-3814
✉ info@westfalia.it.com
✉ emiko.orobasa@westfalia.it.com
🌐 www.systemhaus-westfalia.com

Servicios:

- ✓ Consultoría e implementación de Adempiere ERP Business Suite (solución Open Source)

WEB INFORMÁTICA

☎ +503 2264-7212
☎ USA +1 (954) 501-1026
✉ info@web-informatica.com
🌐 www.web-informatica.com

Servicios:

- ✓ Diseño web
- ✓ Comercio electrónico
- ✓ E-Learning
- ✓ Envío de correos masivos con Targomailnet

WISE MARKETING S.A. DE C.V.

☎ +503 2564-0467
☎ +503 7729-9705
✉ Barreto@wisemarketing.net
🌐 www.wisemarketing.net

Servicios:

- ✓ Proveedores de servicios para operadores de telefonía móvil y tiendas digitales de música
- ✓ Licencias exclusivas de contenido para LATAM y plataformas para aplicaciones, freemium, kárracts, MP3, clubes de contenidos SP9 y de música, portales WAP, suscripciones de texto y ringtones
- ✓ Desarrollo e implementación de mobile marketing instant win, polls, trivia, mashups
- ✓ Location Based Services
- ✓ Crowdsourcing

www.proesa.gov.sv

oportunidadescomerciales@proesa.gov.sv

38 36



Servicios para importadores:

- ✓ Apoyo en la búsqueda de proveedores salvadoreños de productos y servicios
- ✓ Apoyo en la preparación de programas y visitas al país
- ✓ Información estratégica sobre condiciones de acceso preferenciales en la compra de bienes y servicios salvadoreños, logística y estadísticas de comercio exterior

Services for importers:

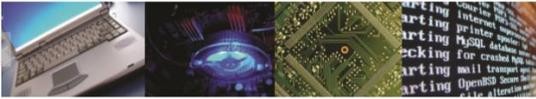
- ✓ Support in the search of salvadoran suppliers of products and services
- ✓ Support in the preparation of programs and country visits
- ✓ Strategic information about market access requirements in the purchase of salvadoran goods and services, logistics and international trade statistics

Contáctenos/Contact us
oportunidadescomerciales@proesa.gob.sv
Teléfono/Phone: +503 2241 - 6400

Catálogo de empresas del sector servicios/Service sector companies catalogue

33 34

www.proesa.gob.sv oportunidadescomerciales@proesa.gob.sv



www.proesa.gob.sv
oportunidadescomerciales@proesa.gob.sv

PBX: +503 2241-6400
Boulevard Orden de Malta, Urb. Santa Elena,
Antiguo Cuscatlán, La Libertad,
El Salvador



EXPORT AND INVESTMENT PROMOTION AGENCY OF EL SALVADOR

ANEXOS 6

TRANSCRIPCIÓN DE EVOLUCIÓN DEL SECTOR TERCIARIO EN EL DEPARTAMENTO DE SAN SALVADOR

Transcripción de Evolución del sector terciario en el departamento de San Salvador

Evolución del sector terciario en el departamento de San Salvador, durante el periodo 2005-2012

Universidad de El Salvador

Facultad de Ciencias Económicas

Escuela de Economía.

¿Cuáles son los elementos más importantes del sector terciario?

Análisis de datos sector terciario

MARCO TEÓRICO:

Antecedentes:

¿Cuáles son los orígenes del sector terciario?

¿Por qué el sector terciario es importante para la economía nacional?

El sector terciario o de servicios es la parte de la economía que más aporta al Producto Interno Bruto del país, prácticamente, todos los países del mundo, y el que más población laboral ocupa. Es, también, el más heterogéneo, puesto que los servicios que se pueden prestar son innumerables.

¿Cuál es el objetivo del comercio en El Salvador?

Convertir a El Salvador en un destino turístico regional e internacional y estimular el turismo interno. Apoyando el encadenamiento del sector con el resto de la economía, convirtiendo al turismo en un sector con amplios efectos multiplicadores sobre el empleo, las MIPYMES y las economías locales.

¿Cuáles son los elementos más importantes del sector terciario?

A través de la investigación se ha caracterizado 3 actividades que son los motores de impulso del sector, estas son el comercio con un participación

activa del 40.44 por ciento , los servicio con un 33.88 por ciento y el transporte 2.49 por ciento.

¿Cuáles han sido las variables a comparar para el año 2005-2012 sobre este tema?

El análisis ha sido realizado en base al análisis del total de unidades económicas, sus diferentes participaciones en las distintas actividades que la conforman. Al igual que el personal ocupado, determinado el crecimiento o decrecimiento de esta.

¿Cómo ha evolucionado el sector servicio en estos últimos 6 años?

El sector servicio, ha crecido enormemente con relación a sus unidades económicas, en un 10 por ciento, mientras que los otros sectores respondieron a saldos negativos este fue el único que sumo unidades y por lo tanto aumento su participación dentro del sector.

CONCLUSIONES.

→ El sector terciario es un elemento esencial para la sociedad y que a la vez es el sector que más aporta al PIB del país. pero que en los últimos años no se les da la importancia que se merecen ya que sus prestaciones para este sector son muy desiguales.

→ Las empresas se dedican a invertir en este sector ya que es muy rentable por su capital humano y manejado con mucha facilidad.

→ La economía salvadoreña está cada vez más montada sobre los servicios.

→ Los gobiernos usan estrategias para atraer inversiones pero estas inversiones ocasionan malos tratos para este sector.

ANEXOS 7

NORMA ISO 14,000

Prólogo

ISO (la Organización Internacional de Normalización) es una federación mundial de organismos nacionales de normalización (organismos miembros de ISO). El trabajo de preparación de las normas internacionales normalmente se realiza a través de los comités técnicos de ISO. Cada organismo miembro interesado en una materia para la cual se haya establecido un comité técnico, tiene el derecho de estar representado en dicho comité. Las organizaciones internacionales, públicas y privadas, en coordinación con ISO, también participan en el trabajo. ISO colabora estrechamente con la Comisión Electrotécnica Internacional (CEI) en todas las materias de normalización electrotécnica.

Las Normas Internacionales se redactan de acuerdo con las reglas establecidas en la Parte 2 de las Directivas ISO/CEI.

La tarea principal de los comités técnicos es preparar Normas Internacionales. Los Proyectos de Normas Internacionales aceptados por los comités técnicos son enviados a los organismos miembros para votación. La publicación como Norma Internacional requiere la aprobación por al menos el 75 % de los organismos miembros requeridos para votar.

Se llama la atención sobre la posibilidad de que algunos de los elementos de esta Norma Internacional puedan estar sujetos a derechos de patente. ISO no asume la responsabilidad por la identificación de cualquiera o todos los derechos de patente.

La Norma ISO 14001 ha sido preparada por el Comité Técnico ISO/TC 207, Gestión ambiental, Subcomité SC1, Sistemas de gestión ambiental.

Esta segunda edición anula y sustituye la primera edición (ISO 14001:1996), que ha sido actualizada técnicamente.

ISO 14001:2004 (traducción certificada)

viii Traducción certificada / Certified translation / Traduction certifiée © ISO 2004 – Todos los derechos reservados

Esta Norma Internacional contiene solamente aquellos requisitos que pueden ser auditados objetivamente. Se invita a aquellas organizaciones que requieran orientación más general sobre la amplia variedad de temas relacionados con los sistemas de gestión ambiental, a que consulten la Norma ISO 14004.

Esta Norma Internacional no establece requisitos absolutos para el desempeño ambiental más allá de los compromisos incluidos en la política ambiental, de cumplir con los requisitos legales aplicables y con otros requisitos que la organización suscriba, la prevención de la contaminación y la mejora continua. Por tanto, dos organizaciones que realizan actividades similares con diferente desempeño ambiental, pueden ambas cumplir con sus requisitos.

La adopción e implementación de un conjunto de técnicas de gestión ambiental de una manera sistemática puede contribuir a que se alcancen resultados óptimos para todas las partes interesadas. Sin embargo, la adopción de esta norma internacional no garantiza en sí misma unos resultados ambientales óptimos. Para lograr objetivos ambientales, el sistema de gestión ambiental puede estimular a las organizaciones a considerar la implementación de las mejores técnicas disponibles cuando sea apropiado y económicamente viable, y a tener en cuenta completamente la relación entre el costo y la eficacia de estas técnicas.

Esta Norma Internacional no incluye requisitos específicos para otros sistemas de gestión, tales como los relativos a gestión de la calidad, gestión de seguridad y salud ocupacional, gestión financiera o gestión de riesgos aunque sus elementos pueden

alinearse o integrarse con los de otros sistemas de gestión. Es posible que una organización adapte su sistema o sistemas de gestión existentes para establecer un sistema de gestión ambiental que sea conforme con los requisitos de esta Norma Internacional. Sin embargo, se señala que la aplicación de los distintos elementos del sistema de gestión podría variar dependiendo del propósito y de las diferentes partes interesadas involucradas.

El nivel de detalle y complejidad del sistema de gestión ambiental, la extensión de la documentación y los recursos que se dedican dependen de varios factores tales como el alcance del sistema, el tamaño de la organización, la naturaleza de sus actividades, productos y servicios. Este podría ser el caso en particular de las pequeñas y medianas empresas.

Sistemas de gestión ambiental - Requisitos con orientación para su uso

1 Objeto y campo de aplicación

Esta Norma Internacional especifica los requisitos para un sistema de gestión ambiental, destinados a permitir que una organización desarrolle e implemente una política y unos objetivos que tengan en cuenta los requisitos legales y otros requisitos que la organización suscriba, y la información relativa a los aspectos ambientales significativos. Se aplica a aquellos aspectos ambientales que la organización identifica que puede controlar y aquellos sobre los que la organización puede tener influencia. No establece por sí misma criterios de desempeño ambiental específicos.

Esta Norma Internacional se aplica a cualquier organización que desee:

a) establecer, implementar, mantener y mejorar un sistema de gestión ambiental;

b) asegurarse de su conformidad con su política ambiental establecida;

c) demostrar la conformidad con esta Norma Internacional por:

1) la realización de una autoevaluación y autodeclaración, o

2) la búsqueda de confirmación de dicha conformidad por las partes interesadas en la organización, tales como clientes; o

3) la búsqueda de confirmación de su autodeclaración por una parte externa a la organización; o

4) la búsqueda de la certificación/registro de su sistema de gestión ambiental por una parte externa a la organización.

Todos los requisitos de esta Norma Internacional tienen como fin su incorporación a cualquier sistema de gestión ambiental. Su grado de aplicación depende de factores tales como la política ambiental de la organización, la naturaleza de sus actividades, productos y servicios y la localización donde y las condiciones en las cuales opera. Esta Norma Internacional también proporciona, en el anexo A, orientación de carácter informativo sobre su uso.