



“DISEÑO DE UN PLAN OPERATIVO PARA SAE MEDIANTE LA APLICACIÓN DE DIRECTRICES ORGANIZACIONALES QUE CONTRIBUYAN AL POSICIONAMIENTO DE LOS NUEVOS PRODUCTOS OFERTADOS EN EL MERCADO LOCAL PARA EL AÑO 2020”

DOCENTES INVESTIGADORES:

- Lic. Nancy Johana Córdova Tobar
- Lic. Betty Catalina Estrella Torres
- Ing. María Cristina Moreira Sarmiento, Mgs.
- Ing. Karina Alexandra Castillo Castillo
- Ing. Paula Elizabeth Soto Fuertes, Mgs.
- Lic. Patricia Nelly Sanmartín Zhingre
- Ing. Joffre Vicente Sarmiento Chase
- Ing. Jackson Michael Quevedo Jumbo
- Ab. Pedro Alexis Jaramillo Quezada

ESTUDIANTES INVESTIGADORES:

- Tecnología Superior en Gestión del Talento Humano
- Secretariado Ejecutivo Trilingüe
- Tecnología Superior en Turismo

PERIÓDICO ACADÉMICO:

Octubre 2019 – Febrero 2020

DÍA, MES Y AÑO DE ENTREGA:

04 de Febrero del 2020

INDICE DE CONTENIDOS

INDICE DE CONTENIDOS	2
INDICE DE FIGURAS	5
INDICE DE TABLAS	6
1. INTRODUCCIÓN	9
2. ANTECEDENTES.....	10
2.1. Matriz FODA	10
3. PROBLEMÁTICA.....	12
4. JUSTIFICACIÓN	15
5. OBJETIVOS	17
5.1. Objetivo general	17
5.2. Objetivos específicos	17
6. MARCO TEÓRICO.....	18
6.1. Plan Operativo.....	18
6.1.1. ¿Qué es?	18
6.1.2. ¿Para qué sirve?.....	18
6.1.3. Etapas de un plan operativo	18
6.2. Directrices Organizacionales	19
6.2.1. ¿Qué son?	19
6.2.2. ¿Para qué sirve en la Administración?	19
6.2.3. Función de las Directrices Organizacionales en la Administración	19
6.3. ¿Qué es un planificador?.....	22
6.3.1. Tipos de Planificadores	22
6.3.2. ¿Qué información contiene?	23
6.4. ¿Qué es una aplicación móvil?.....	23
7. METODOLOGÍA	24
7.1 Métodos de investigación.....	24
7.1.1 Método fenomenológico	24

7.1.2 Método hermenéutico.....	24
7.1.3 Método práctico proyectual.....	25
7.2 Técnicas de investigación	25
7.2.1 Recopilación Documental	25
7.2.2 Observación Directa.....	25
7.2.3 Encuesta	26
8. DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	27
8.1. Estatutos de la Empresa SAE.....	27
8.2. Estructura organizacional de la empresa SAE	36
8.2.1. Perfil del puesto de la empresa SAE	41
8.3. Identidad corporativa de la empresa SAE.....	85
8.3.1. Filosofía Corporativa SAE.....	86
8.4. Plan Operativo de la empresa SAE	90
8.5. Oferta Innovadora de la empresa SAE (KAIROS)	96
8.5.1. Estudio de Mercado para KAIROS.....	96
8.6. Filosofía KAIROS.....	118
8.7. Estructura KAIROS	119
8.8. Reingeniería del Producto LOJATUR.....	120
8.8.1. App LOJATUR	121
8.8.2. Marca LOJATUR.....	122
8.9. Estrategias comunicación	122
8.9.1. Fanpage de Facebook.....	124
8.9.2. Página de Instagram	125
8.10. Precio de venta al Público (PVP).....	128
8.11. Informe Económico de la empresa SAE semestre octubre 2019 – marzo 2020	129
8.11.1. KAIROS Calculo del precio de venta al público (PVP).....	131
8.11.2. Resumen de utilidades obtenidas empresa SAE.....	132
9. RESPONSABLES Y PARTICIPANTES	141
9.1. Responsables	141

9.2 Participantes	141
10 EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA	147
10.1. Resultados esperados	147
10.2. Análisis cuantitativo de kairos.	147
11. CONCLUSIONES	154
12. RECOMENDACIONES	155
13. BIBLIOGRAFÍA	156
14. ANEXOS	158
14.1. Póster científico.....	158
14.2. Cronograma actividades.....	159
14.3. Presupuesto	161
14.3.1 Destino de la utilidad	163
14.4. Actas de cumplimiento del proyecto integrador	164
14.5. Seguimiento de las actividades cumplidas.....	167
14.6. Matriz Resumen Evaluativa	169
14.7. Evidencias fotográficas y video	172
14.7.1. Socialización de Kairos.....	172
14.7.2. Producción de Kairos	174
14.7.3. Comercialización de Kairos	175
14.7.4. Memoria del producto Kairos	176

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Logo de SAE	36
Figura 2: Organigrama general SAE.....	36
Figura 3: Organigrama estructural SAE.....	37
Figura 4: Organigrama funcional - Gerencia	38
Figura 5: Organigrama funcional – Departamento Financiero	38
Figura 6: Organigrama funcional – Departamento de producción.....	39
Figura 7: Organigrama funcional – Recursos Humanos	39
Figura 8: Departamento de Comercialización.....	39
Figura 9: Organigrama funcional – Contador.....	40
Figura 10: Organigrama funcional - Comercialización	40
Figura 11: Organigrama funcional - Analista de RRHH.....	41
Figura 12: Organigrama funcional - Gestión de proyectos.....	40
Figura 13: Organigrama funcional - Marketing.....	41
Figura 14: Organigrama funcional –	40
Figura 15: Organigrama funcional - secretaria	41
Figura 16. Servicios Administrativos Especializados.....	86
Figura 17: logo de Kairos.....	86
Figura 18: icono de App LojaTur	121
Figura 19: página inicio	121
Figura 20: productos y servicios sitios turísticos	122
Figura 21: Marca LOJATUR	122
Figura 22: Publicidad de Kairos.....	124
Figura 23: Promoción de Kairos	125
Figura 24: Publicidad de Kairos en Instagram	125
Figura 25: Informativo del producto Kairos	126
Figura 26: Marca de Kairos.....	126
Figura 27: Promoción de Kairos	127
Figura 28: Promoción y diseño de Kairos.....	127
Figura 29: Socialización de Kairos	173
Figura 30: Producción de Kairos	174
Figura 31: Comercialización de Kairos.....	175
Figura 32: video de la producción de Kairos	176
Figura 33: video de la comercialización de kairos.....	176
Figura 34: docente del desarrollo del producto kairos	176

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Matriz FODA	10
Tabla 2: Manual de funciones.....	41
Tabla 3: Perfil de referencia.....	42
Tabla 4: Perfil del cargo de gerente general.....	43
Tabla 5: Perfil del cargo de gerente general.....	44
Tabla 6: Perfil del cargo de gerente gerencial.....	46
Tabla 7: Perfil del cargo de gerente general.....	48
Tabla 8: Perfil del cargo de gerente general.....	50
Tabla 9: Perfil del cargo de director financiero.	50
Tabla 10: Perfil de referencia.....	51
Tabla 11: Perfil del cargo de director financiero.	51
Tabla 12: Perfil del cargo de director financiero.	53
Tabla 13: Perfil del cargo de director financiero.	55
Tabla 14: Perfil del cargo de director financiero.	57
Tabla 15: Perfil del cargo de director de recursos humanos.....	57
Tabla 16: Perfil de referencia.....	58
Tabla 17: Perfil del cargo de director recursos humanos.....	59
Tabla 18: Perfil del cargo de director recursos humanos.....	60
Tabla 19: Perfil del cargo de director recursos humanos.....	62
Tabla 20: Perfil del cargo de director recursos humanos.....	63
Tabla 21: Perfil del cargo de director de marketing.....	65
Tabla 22: Perfil de referencia.....	66
Tabla 23: Perfil del cargo de director de marketing.....	66
Tabla 24: Perfil del cargo de director de marketing.....	68
Tabla 25: Perfil del cargo de director recursos humanos.....	69
Tabla 26: Perfil del cargo de director de marketing.....	71
Tabla 27: Perfil del cargo de director de producción.....	72
Tabla 28: Perfil de referencia.....	73
Tabla 29: Perfil de cargo de director de producción.....	73
Tabla 30: Perfil del cargo de directorio de marketing.....	74
Tabla 31: Perfil del cargo de director de producción.....	76
Tabla 32: Perfil del cargo de director de producción.....	77

Tabla 33: Perfil del cargo de director de secretaria general.....	78
Tabla 34: Perfil de referencia de secretaria general.	80
Tabla 35: perfil del cargo de secretaria general	81
Tabla 36: perfil del cargo de secretaria general/competencia especificas	82
Tabla 37: Perfil del cargo de secretaria general/innovación	83
Tabla 38: perfil del cargo de secretaria general/ comunicación.....	85
Tabla 39: Plan operativo para la empresa SAE.....	90
Tabla 40: Pregunta N° 1 de la encuesta realizada.	98
Tabla 41: Pregunta N° 2 de la encuesta realizada.	99
Tabla 42: Pregunta N° 3 de la encuesta realizada.	100
Tabla 43: Pregunta N° 4 de la encuesta realizada.	101
Tabla 44: Pregunta N° 5 de la encuesta realizada.	102
Tabla 45: Pregunta N° 6 de la encuesta realizada.	103
Tabla 46: Pregunta N° 7 de la encuesta realizada.	104
Tabla 47: Pregunta N° 8 de la encuesta realizada.	105
Tabla 48: Pregunta N° 9 de la encuesta realizada.	106
Tabla 49: Pregunta N° 10 de la encuesta realizada.	107
Tabla 50: Pregunta N° 11 de la encuesta realizada.	108
Tabla 51: Pregunta N° 12 de la encuesta realizada.	109
Tabla 52: Segmento objetivo	112
Tabla 53: estructura del Palmificador Multitareas KAIROS	119
Tabla 54: Precio de venta al público.	128
Tabla 55: Capital inicial	129
Tabla 56.1. Detalle de la conformación del capital y aporte de socios. (Utilidad del semestre anterior y capital inicial semestre octubre 2019 – marzo 2020)	129
Tabla 57: Ventas de Kairos (Ingresos generados).....	130
Tabla 58: Egresos incurridos en el desarrollo del producto para la comercialización	130
Tabla 59: Utilidad obtenida de la actividad económica de la empresa SAE, producto Kairos	131
Tabla 60: Determinación de P.V.P. de Kairos	131
Tabla 61: Resumen de las utilidades de la empresa SAE 2020.	132
Tabla 62: Registros de ventas	133
Tabla 63: Docentes responsables KAIROS	141

Tabla 64: Nomina de estudiantes de Gestión de talento humano, secretariado y Turismo.....	141
Tabla 65: Calidad del producto	147
Tabla 66: Utilidad del producto	149
Tabla 67: Calidad de la venta.....	150
Tabla 68:Costo del producto	151
Tabla 69: Producto Kairos	152
Tabla 70: Cronograma.....	159
Tabla 71: Presupuesto.	161
Tabla 72: Ingresos LojaTur.....	162
Tabla 73: Destino de la utilidad.	163
Tabla 74: Seguimiento de las actividades cumplidas.....	167
Tabla 75: Matriz resumen evaluativa.....	169

1. INTRODUCCIÓN

Las carreras que conforman el área administrativa proponen como una línea de acción y de desarrollo que contribuya al progreso económico sostenible de la ciudad de Loja y sus alrededores. Para cumplir este objetivo, se plantea como una estrategia viable, el potencializar competencias y habilidades tanto individuales como en grupo que ayuden a la recuperación económica, cultural y social a través de ideas innovadoras de inversión y vinculación de grupos con entornos laborales similares.

Consideramos que en el mercado actual no existen propuestas de desarrollo, ejecución y presentación de productos y servicios innovadores, creativos y que sean de calidad que nazcan de una entidad de educación de tercer nivel y que estas se oferten en base al análisis del mercado, identificando la demanda pero sobre todo considerando como punto principal las posibles necesidades de los consumidores de productos y servicios que demandan de comprar productos o contratar servicios que les facilite su día a día y les resuelva los problemas de una forma inmediata y segura.

Precisamente, el desarrollo del presente proyecto integrador permite comprender una serie de conocimientos basados en los métodos: fenomenológico, hermenéutico, práctico proyectual y las técnicas: observación directa, recopilación documental y encuesta. De esta manera se presenta el proyecto de la empresa SAE (Servicios Administrativos Especializados), mismo que pone a disposición del público en general el producto KAIROS, más de 300 oportunidades. Mismo que contribuirá a la organización de nuestro tiempo y planificación de las diferentes actividades a desarrollar en el transcurso del tiempo y en momentos determinados, así como también de fechas especiales.

Finalmente, se concluye que el presente proyecto favorecerá a la ciudad y provincia de Loja y a la Zona 7, ya que este se constituye como un producto innovador denominado planificador multitareas, diseñado de acuerdo a las necesidades de los consumidores obtenidas en el estudio de mercado realizado, con la finalidad de mejorar la calidad de vida de las personas.

2. ANTECEDENTES

La empresa SAE nace de la necesidad de generar espacios de aplicación de conocimientos requeridos dentro de la formación profesional de los estudiantes de las carreras de Talento Humano, Secretariado Ejecutivo Trilingüe y Turismo, construyendo así una plataforma de emprendimiento que les permita la investigación-acción en la cual se pueda realizar una práctica real de lo que será el ejercicio profesional una vez obtenida su titulación. Con un año en el mercado comercial de Loja se encuentra ya posicionado e identificado dentro de la mente de consumidores, en cada de los procesos comerciales ejecutados se aplicaron técnicas de retroalimentación de satisfacción con respecto al o los productos adquiridos, criterios que han sido considerados como prioritarios al momento de diseñar nuevos productos y servicios innovadores y de calidad.

SAE hace que el estudiante ejecute sus proyectos empresariales piloto con todos y cada uno de los procesos que un emprendimiento real cumple, el mismo que es parte, desde un diagnóstico y concluye con la evaluación de calidad del servicio o producto diseñado.

Con la finalidad de evaluar, analizar y determinar estrategias competitivas en el mercado, la empresa SAE aplica una matriz de partida que nos permite realizar un análisis interno denominado FODA en cual se pudieron detectar las siguientes fuerzas impulsoras y restrictivas de nuestra entidad.

2.1. Matriz FODA

Tabla 1: Matriz FODA

	ANALISIS INTERNO	ANALISIS EXTERNO
POSITIVOS	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Productos y servicios de calidad. ➤ Mano de obra calificada. ➤ Análisis de mercado. ➤ Relación precio – calidad. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Respaldo de una entidad académica. ➤ Asesoría especializada - docentes propios de las ramas. ➤ Sin estrategias

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Procesos técnicos y administrativos. ➤ Producto innovador. ➤ Aceptación en el mercado. ➤ Posibilidad de preparar al mejor. ➤ impulsador del producto. ➤ Excelente colaboración laboral. ➤ Liderazgo por parte del personal. 	<ul style="list-style-type: none"> suficientes de la competencia. ➤ Tendencias favorables en el mercado. ➤ Fuerte poder adquisitivo del segmento meta. ➤ Presupuesto accesible a diferencia de otros mercados. ➤ Escasez del producto en el mercado. ➤ Colaboración en la rama de marketing con otras carreras.
NEGATIVOS	DEBILIDADES	AMENAZAS
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Carreras del área administrativa enfocada a servicios. ➤ Estudiantes de diferentes ramas del conocimiento. ➤ Reactividad en la gestión ➤ Pocos recursos. ➤ Falta de una adecuada investigación del mercado. ➤ Apatía entre colaboradores. ➤ Uso de equipos. ➤ Ineficiente. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Competencia directa. ➤ Aumento del precio de los insumos. ➤ Plagio de ideas. ➤ Nuevas tendencias que volverán obsoleto a nuestro producto. ➤ Disminución de la demanda de nuestro producto. ➤ Desinterés en nuestro producto.

Elaborado por: docentes de la carrera.

Sistematizando la información obtenida en la aplicación de la matriz para determinar el análisis FODA se ve la necesidad de trabajar en actividades que aporten a disminuir el impacto y/o eliminar las fuerzas restrictivas encontradas.

Nuestra empresa SAE en el presente ciclo académico octubre 2019 – marzo 2020, pretende optimizar de mejor manera los recursos con la finalidad de mejorar la productividad y generar mayor rentabilidad económica, se va a ofrecer a la ciudadanía productos con mayor eficiencia, utilidad e imagen que logre posicionar mayormente a la empresa dentro del mercado, además que, internamente trabajara en solución oportuna de conflictos que puedan influenciar de forma negativa en el entorno de la empresa.

3. PROBLEMÁTICA

Las empresas administrativas constituyen un aporte para la sociedad, sin embargo, la causa para que muchas de ellas fracasen o no sean finalmente exitosas, se debe a la falta de organización que las conduce a pérdidas económicas y una negativa imagen ante los clientes. Por lo regular esto se da en las medianas y pequeñas empresas, sin embargo, la comercialización es una de las actividades más importantes que se ejecuta dentro de estas, lo que les permite generar ingresos a partir de la oferta de bienes, productos o servicios, mismos que se logran con su presentación oportuna, con eficiencia y eficacia.

En el ámbito universal, muchas de las empresas hoy en día optan por generar mayor competitividad en el ámbito empresarial, y esto lo logran únicamente formando parte de la vanguardia tecnológica y sus procesos administrativos, organizativos, con la finalidad que todos y cada uno de sus clientes confíen en sus productos y servicios brindados. A pesar de ello aún existen entidades que no logran identificar la importancia de implementar un plan operativo, que contribuya al progreso continuo de la empresa.

Precisamente, se considera a nivel regional que el desarrollo continuo de muchas empresas públicas y privadas se constituye a partir del diseño e implementación de planes operativos que son los que permiten establecer objetivos y metas concretas conocidas y alcanzables mediante una serie de pasos, mismos que serán cumplidos a corto plazo. Esta información, no solo constituye un modelo formal que define a la empresa, sino la mentalidad propia de esta a la hora de tomar decisiones, que la hagan acercarse aún más a su cumplimiento.

En nuestro país, el plan operativo anual se conoce como un documento formal en el que se enumeran, por parte de los responsables de una entidad facturadora (compañía, departamento, sucursal u oficina) los objetivos a conseguir durante el presente tiempo estimado, por otro lado este debe estar perfectamente alineado con los objetivos y metas que serán alcanzadas mediante al trabajo en conjunto ejecutado por el personal de la entidad desde cada una de sus funciones (departamento, sucursal, oficina),

no obstante se puede identificar a través de la técnica de la observación que no todas las instituciones cumplen con el levantamiento de esta información que es la que permite progresar y establecerse dentro del mercado.

En la ciudad de Loja el Instituto Superior Tecnológico Sudamericano se enfoca a la producción de bienes y servicios tecnológicos o técnicos como una forma de interpretar y de transformar la realidad de los problemas existentes en la sociedad actual, es por ello que los proyectos integradores cumplen un rol fundamental a través de las disciplinas del conocimiento que oferta la institución en las diferentes carreras tecnológicas.

Las tecnologías de Gestión del Talento Humano, Secretariado Ejecutivo Trilingüe y Turismo, hemos logrado identificar algunos problemas que aquejan a las personas en el entorno individual y laboral en varios sectores de la sociedad lojana, razón por la cual para el presente periodo académico queremos contribuir de manera directa en la disminución o solución de los efectos ocasionados por los mismos.

Una de las principales debilidades identificadas en nuestro entorno social es la falta de alternativas innovadoras que fusionen los sectores productivos y de servicio del área administrativa, por ello las carreras que formamos parte de este sector buscamos la apertura de espacios de emprendimiento con alternativas que fortalezcan y amplíen el campo laboral de los futuros profesionales tecnológicos especializados en ramas afines a la administración.

Justamente, ante lo antes señalado, está la empresa SAE (Servicios administrativos especializados) dedicada a la comercialización de productos y servicios del sector administrativo, misma que ha venido evolucionando gracias a la acogida favorable que ha tenido en el mercado, ofertando productos dedicados a la solución de problemas existentes en el ámbito empresarial tales como: INFODOC (Soluciones inmediatas), KTARY (bienestar y armonía) y LOJATUR (mapa interactivo turístico), de esta manera se hace referencia al progreso que viene expandiendo la empresa SAE y de esta manera solventar las necesidades existentes, razón por la cual evolucionamos con LOJATUR (prototipo de aplicación móvil turística) y presentamos al mercado un nuevo producto denominado KAIROS

(Planificador Funcional Multitareas) que nos permite contribuir a la optimización del tiempo y genera productividad de manera eficiente y eficaz, misma que no cuenta con un plan operativo que contribuya a su posicionamiento en el mercado y mejorar la calidad de la oferta e incluso que permita contar con una predicción del volumen esperado de ventas para cada mes del año (teniendo en cuenta la estacionalidad del producto o las oscilaciones que ha experimentado el mercado en años anteriores).

4. JUSTIFICACIÓN

SAE Servicios Administrativos Especializados, es una empresa piloto formada por los estudiantes de las carreras de Turismo, Talento Humano y Secretariado Ejecutivo Trilingüe del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano en el periodo académico abril 2019 – septiembre 2019, en la cual se diseñaron productos y servicios administrativos que fueron puestos a disposición de la ciudadanía lojana con gran éxito.

El presente proyecto tiene como propósito poner en práctica los conocimientos adquiridos en el presente periodo formativo con la finalidad de que los estudiantes puedan experimentar el emprendimiento desde sus aulas de formación del Tecnológico Sudamericano con productos y servicios innovadores, que formen parte de la empresa SAE con nuevos elementos a ser comercializados y que se inserten en el mercado.

Mediante este trabajo prevemos posicionar a nuestra empresa local, con la finalidad de que la ciudadanía adquiera y se informe de sobre la organización de nuestro tiempo diariamente, y esto únicamente se lo puede llevar con una planificación ordenada que se la puede llevar mediante un PLANIFICADOR FUNCIONAL MULTITAREAS (KAIROS), que permitirá mejorar nuestra calidad de vida de tal manera que sepamos el quehacer diario sin ningún tipo de olvido durante los 365 días del año; este es el motivo por el cual su slogan se designa MAS DE 300 OPORTUNIDADES.

En el ritmo acelerado de vida que vivimos en la actualidad, estamos siempre en la búsqueda constante de productos y servicios que nos ayuden a minimizar esfuerzos y priorizar tiempos, en este contexto SAE estratégicamente diseña un nuevo servicio y un producto adicional denominado. KAIROS MAS DE 300 OPORTUNIDADES, que consiste en un planificador diario, mensual y anual que contribuirá en nuestro diario vivir recordándonos todas y cada una de las actividades que desarrollaremos y tenemos planificadas. Por otro lado, KAIROS es un producto enfocado a la concienciación de la importancia del buen ambiental laboral dentro una empresa.

Esta propuesta está diseñada para que los estudiantes apliquen sus conocimientos y los lleven a producir productos o servicios que beneficien a todos tanto en el entorno académico como personales motivándolos así a generar propuesta real que aporten a la sociedad convirtiéndose en futuros profesiones con convicción capaces de emprender y generar soluciones.

5. OBJETIVOS

5.1. Objetivo general

Demostrar que los estudiantes del ISTS están en condiciones de producir bienes o servicios innovadores y de calidad a partir de la formación humana y académica obtenida en el currículo oficial, esto con el fin de comercializar los mismos para dar solución a los problemas laborales de su profesión.

5.2. Objetivos específicos

- ✓ Identificar las necesidades inmediatas del sector a través de un estudio de mercado que nos permita determinar la demanda de los productos ofertados por la empresa SAE para el año 2020.
- ✓ Definir estrategias organizacionales mediante la aplicación de directrices administrativas y económicas para la gestión óptima de la empresa SAE que nos permita el cumplimiento de metas y objetivos a corto plazo.
- ✓ Elaborar un planificador multitareas a través de un modelo funcional para la contribución al buen desempeño personal y laboral.
- ✓ Aplicar un proceso de reingeniería de software al proyecto LojaTur tomando como referente principal información actualizada de atractivos turísticos focales ubicados en el cantón Loja con la finalidad de fortalecer la actividad turística del sector.
- ✓ Capacitar a los estudiantes involucrados en la ejecución del proyecto a través del taller de EMPRENDIMIENTO: GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN para generar procesos efectivos que contribuyan al cumplimiento de los objetivos del proyecto.
- ✓ Comercializar los productos ofertados, utilizando estrategias innovadoras de venta para cubrir la demanda y obtener rentabilidad económica en la empresa SAE.
- ✓ Socializar los resultados obtenidos de la aplicación del plan operativo estructurado para la empresa SAE a través del cumplimiento de metas establecidas a corto plazo.

6. MARCO TEÓRICO

6.1. Plan Operativo

6.1.1. ¿Qué es?

Pérez Porto & Gardey, (2009) refiere que: “Un plan operativo es un documento en el cual los responsables de una organización (ya sea una empresa, una institución o una oficina gubernamental) establecen los objetivos que desean cumplir y estipulan los pasos a seguir”.

6.1.2. ¿Para qué sirve?

“Es una herramienta que ayuda indudablemente al establecimiento de prioridades, objetivos y estrategias como apoyo a la definición de los recursos que necesitamos para lograr los resultados esperados”. (Marianeta, 2005, p. 15)

El plan operativo es la culminación del detalle de un plan estratégico y de un plan director. Debido a esta circunstancia, el POA debe adaptar los objetivos generales de la compañía a cada departamento y traducir la estrategia global de la misma en el día a día de sus trabajadores. (Laguna , 2011, pág. 1)

6.1.3. Etapas de un plan operativo

“a) Se crean los equipos de trabajo para desarrollar el plan, b) Descubrir la situación actual de la organización, c) Elaborar el plan, d) Programación de actividades” (Laguna , 2011).

6.2. Directrices Organizacionales

6.2.1. ¿Qué son?

“Son recomendaciones técnicas para la implementación del Plan Estratégico de una organización” (Secretaría del Estado de Cultura del Gobierno de España, 2014).

6.2.2. ¿Para qué sirve en la Administración?

Ochoa , (2016) Señala que:

Tienen la finalidad de proporcionar recomendaciones sistemáticas para la ejecución de un Plan Estratégico de una organización en el contenido de la política de gestión de documentos y archivos de la misma. Su finalidad es facilitar la puesta en marcha de sistemas de planificación y dirección por objetivos y resultados con criterios de eficiencia y de calidad. (p.1)

6.2.3. Función de las Directrices Organizacionales en la Administración

La finalidad de estas Directrices es proporcionar recomendaciones técnicas para la implementación del Plan Estratégico de una organización en el contexto de la política de gestión de documentos y archivos de la misma. Su finalidad es facilitar la puesta en marcha de sistemas de planificación y dirección por objetivos y resultados con criterios de eficiencia y de calidad.

También tiene como finalidad el compromiso e implicación de todos los miembros de la organización con los objetivos, estrategias, proyectos y actividades acordadas, así como con los resultados que se esperan obtener en el contexto de una correcta política de gestión y tratamiento archivístico de los documentos. (Secretaría del Estado de Cultura del Gobierno de España, 2014)

La estructura de las directrices organizacionales se basa de la siguiente manera:

a) Objetivo

Promover el proceso de Planeación Estratégica mediante la definición de lineamientos y directrices claras aplicables a la Organización.

b) Alcance

Aplica para todos los procesos y proyectos de la organización.

c) Definiciones

Incluir todas las palabras que son o puedan ser desconocidas.

d) Condiciones generales

Preguntas a responder para elaborar la misión y la visión:

El primer paso para elaborar correctamente la misión y la visión es dar respuesta a los siguientes interrogantes:

¿Quiénes somos?

¿Qué Hacemos?

¿Quiénes son los destinatarios?

¿Cómo lo hacemos?

¿Qué haremos en el futuro?

¿Qué queremos lograr?

- ¿Quiénes somos?

Es necesario que la empresa y los empleados conozcan claramente quienes son, esta respuesta se da conociendo que es eso que los hace diferentes y qué hace que sea que la empresa sea única en el mercado.

- ¿Qué hacemos?

Al responder este interrogante es necesario tener en cuenta todas las variables que definen a la Organización y no cometer el error de enfocarse hacia un producto, sino a la línea de negocio, esto con el fin de evitar los riesgos que se deriven en el futuro por cambios en el mercado o en la legislación. Como por ejemplo decir que “Somos una empresa dedicada a la Asesoría y consultoría en Normas ISO 9001”, ¿qué sucede entonces con las otras normas técnicas?, lo que sucederá es que la empresa saldrá del mercado, ya que su misión se encuentra mal planteada.

- ¿Quiénes son los destinatarios?

Una de las preguntas más importantes y que define el éxito en la declaración de la Misión es decir para quien se hace, lo que se hace, ya que es necesario recordar que toda Organización centra su razón de ser en el consumidor final de su producto y/o servicio.

- ¿Cómo lo hacemos?

Esta pregunta se refiere a los medios para cumplir la propuesta de valor, es decir si la empresa define que va a prestar servicios de asesoría, el cómo lo hacemos se refiere a los medios para garantizar que sea una “buena asesoría”, la respuesta a este ejemplo será “con estrategias, procesos y operaciones de calidad”.

- ¿Qué haremos en el futuro?

Es el estado de la Organización a donde se quiere llegar en el mediano plazo.

- ¿Qué queremos lograr?

Es el “sueño” empresarial, producto de estudios de mercado, análisis de clientes, lineamientos estratégicos y/o proyecciones de la Organización.

e) Declaración de la misión

En esta debe indicarse la respuesta a las preguntas hechas anteriormente; es decir las actividades que realiza la empresa, cómo y los destinatarios que justifican su existencia. Por lo tanto, ha de ser: comprensible, realista y servir de modelo o marco para el accionar de todos los miembros de la organización y permitir traducirse en valores y objetivos Organizacionales.

f) Declaración de la visión

La visión a diferencia de la Misión puede ser modificada a mediano plazo si los objetivos de la compañía cambian o si por necesidades del mercado, es

necesario ampliarla o replantearla, debe evitar utilizar frases cliché como “ser líderes en el mercado”, si realmente no podemos llegar a lograr dicha posición.

g) Valores organizacionales

Estos valores permiten a la empresa conseguir el cumplimiento de la visión y es recomendable que sean 5 o 6 como máximo, para que sean reales y tengan el sentido y la fuerza que se busca al redactarlos, pero estar ajustados a la misión para que trasciendan y no sean solo declaraciones impresas.

Los valores son los que decidirán el comportamiento de los colaboradores y darán un juicio en determinadas situaciones, por eso los valores se redactan en términos de conductas observables y medibles por todos los involucrados en el proceso.

h) Objetivos organizacionales

Al definir los objetivos de la organización se debe tener en cuenta que estos sean específicos ya que los objetivos constituyen una motivación para los colaboradores por lo tanto es preciso que sean alcanzables, claros, coherentes y medibles. (Secretaría del Estado de Cultura del Gobierno de España, 2014)

6.3. ¿Qué es un planificador?

“El planificador es un componente funcional muy importante de los sistemas operativos multitarea y multiproceso, y es esencial en los sistemas operativos de tiempo real. Su función consiste en repartir el tiempo disponible de un microprocesador entre todos los procesos que están disponibles para su ejecución”. (Educalingo, 2019)

6.3.1. Tipos de Planificadores

Largo plazo

- Determina qué programas son admitidos al sistema para ejecución
- Controla el grado de multiprogramación

- Mientras más procesos son admitidos, cada uno tendrá un porcentaje menor de uso del procesador

Mediano plazo

- Determina si agregar más programas a los que ya están parcialmente o totalmente en memoria principal

Corto plazo

- Determina qué proceso es ejecutado en el procesador
- Se ejecuta frecuentemente, debe ser eficiente
- Eventos típicos que desencadena al despachador: Interrupciones del reloj (quantum), interrupciones de I/O, llamados al sistema, señales, etc. (Wilson Mendoza & Moreno Molina, 2013)

6.3.2. ¿Qué información contiene?

“Un planificador debe tener un calendario por semanas y por meses; y el camino crítico de nuestro trabajo, es decir, todas las actividades que tienen prioridad sobre las demás” (Sinnaps, 2019).

6.4. ¿Qué es una aplicación móvil?

Se considera aplicación móvil, a aquel software desarrollado para dispositivos móviles. Móvil se refiere a poder acceder desde cualquier lugar y momento a los datos, las aplicaciones y los dispositivos. Este tipo de aplicaciones se desarrollan teniendo en cuenta las limitaciones de los propios dispositivos, como por ejemplo el bajo poder de cómputo, la escasa capacidad de almacenamiento, ancho de banda limitado, etc. Los dispositivos móviles son suficientemente livianos como para ser transportados por personas y disponen de la capacidad de batería adecuada para funcionar de forma autónoma. (Enriquez & Casas, 2013)

7. METODOLOGÍA

7.1 Métodos de investigación

7.1.1 Método fenomenológico

“Consiste en examinar todos los contenidos de la conciencia, determinar si tales contenidos son reales, imaginarios, ideales, etc., suspender la conciencia fenomenológica, de tal manera que resulte posible atenerse a lo dado en cuanto a tal y describirlo en su pureza”. (Vaker, 2013, pág. 3)

La aplicación de este método permitirá realizar la observación directa al fenómeno u objeto de estudio, y de esta manera se va a identificar los problemas existentes en la empresa SAE, los cuales están relacionados a la organización y planificación del Plan Operativo que contribuirá a una mejor oferta de productos y servicios que la empresa ofrece para la ciudad de Loja y la Zona 7.

7.1.2 Método hermenéutico

“Es la ciencia o el arte de comprender un documento, un gesto, un acontecimiento, captando todos sus sentidos, incluso aquello que no advierte su autor” (Montero, 2014, pág. 5).

Estos procedimientos van a facilitar a los estudiantes y docentes investigadores una guía en su proceso de investigación: es decir una coherencia científica que permite que las categorías del diseño de investigación emerjan desde el mismo proceso como un resultado dialéctico de la integración entre la comprensión, la explicación y la interpretación de su objeto de investigación en el movimiento siempre en espiral ascendente del todo a las partes y viceversa, de tal manera que permita una mejor comprensión de los diferentes textos expuestos en el marco teórico.

7.1.3 Método práctico proyectual

“El método proyectual consiste simplemente en una serie de operaciones necesarias, dispuestas en un orden lógico dictado por la experiencia. Su finalidad es la de conseguir un máximo resultado con el mínimo esfuerzo. La serie de operaciones obedece a valores objetivos que se convierten en instrumentos operativos en manos de proyectistas creativos”. (Blasco, 2011, pág. 7)

Mediante la aplicación de este método se pretende llegar a la meta o sobrepasar los límites de venta con el producto que se lanzará al mercado, el planificador que la empresa SAE ofrecerá a todos los clientes.

7.2 Técnicas de investigación

7.2.1 Recopilación Documental

“La recopilación documental es un instrumento o técnica de investigación general cuya finalidad es obtener datos e información a partir de fuentes documentales con el fin de ser utilizados dentro de los límites de una investigación en concreto”. (Torrealba, 2009, pág. 12)

Esta técnica se la aplicará para recabar y obtener información bibliográfica correspondiente a los diferentes textos expuestos en el marco referencial y teórico, y de esta manera abarcar todos y cada uno de los contenidos necesarios dentro del mismo, que permitan realizar una mejor identificación y análisis.

7.2.2 Observación Directa

“La observación directa es un método de recolección de datos que consiste en observar al objeto de estudio dentro de una situación particular. Esto se hace sin intervenir ni alterar el ambiente en el que el objeto se desenvuelve. De lo contrario, los datos obtenidos no serán válidos”. (Anónimo, 2019, pág. 4)

La técnica de observación directa se la utilizará en todos los campos a tratar, como: académicos, productivos y comerciales de la ciudad de Loja para poder identificar las necesidades y de esta manera dar las debidas soluciones con la oferta de nuestro servicio, que en este caso es el KAIROS.

7.2.3 Encuesta

Una encuesta es el procedimiento dentro de los diseños de una investigación descriptiva en la cual el investigador recopila los datos mediante un cuestionario previamente creado, sin alterar el entorno ni el fenómeno donde se recaba la información, ya sea para entregarlo en forma de gráfica, tríptico o tabla. (Anónimo, 2018)

Mediante la aplicación de la encuesta se podrá obtener información que permitirá conocer las necesidades de las personas y las posibles soluciones a las mismas, además ver la aceptación de las personas en el producto que se ofrece al mercado y su aceptación.

8. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

8.1. Estatutos de la Empresa SAE

Capítulo I

Nombre, naturaleza, domicilio, duración

Art.1. Nombre. - La denominación objetiva, de la empresa es “SAE” (Servicios Administrativos Especializados), la cual, para los diferentes fines legales, se podrá reducir a la citación únicamente de sus siglas.

Art.2. Naturaleza. - La empresa SAE se dedica a la comercialización de productos y servicios que permitan mejorar los procesos administrativos, así como también la parte laboral de las entidades beneficiarias.

Art.3. Domicilio. - La empresa SAE se ubica en la provincia de Loja, del cantón Loja en las instalaciones del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano.

1. **Art.4. Duración.** -La empresa SAE contará con una renovación automática al finalizar cada ciclo académico, la decisión de su disolución, será potestad del equipo de Docentes de las carreras que conforman la empresa.

Capítulo II

Objeto social y desarrollo

Art.5. Objeto. - La empresa SAE ofrecerá servicios administrativos, en beneficio de personas naturales o jurídicas que requieran los servicios de la institución.

Desarrollo

Art.6. Desarrollo. - Para el desarrollo del objeto propuesto, la empresa podrá:

1. Agendar actividades y programas que propendan por el desarrollo integral de la empresa.
2. Desarrollar y apoyar investigaciones en temas relacionados, directa o

indirectamente, con el objetivo principal de la empresa.

3. Diseñar y desarrollar para sus actividades y proyectos, utilizando sistemas de transversalidad.
3. Efectuar todas las otras actividades y operaciones económicas, relacionadas desde o directamente con el objetivo social, para el desarrollo del mismo, el bienestar de los asociados y la adquisición de bienes, muebles e inmuebles de la empresa.
4. Realizar publicidad necesaria para llegar a los objetivos propuestos de la empresa y a su vez que el proyecto tenga un reconocimiento a nivel provincial.
5. Apoyar, patrocinar y/o facilitar la ejecución de ideas presentadas por personas o grupos, cuyos propósitos y objetivos concuerden con los de la empresa.
6. Cualquier otra actividad, que tenga una relación directa con el objeto social de la empresa y que sirva para su fortalecimiento y proyección.

Capítulo III

Patrimonio

Art.7. Conformación. - El patrimonio de la empresa está integrado por:

1. Los aportes económicos, donaciones y cuotas de sus miembros.
2. Las donaciones, aportes, subvenciones o legados permitidos que le hagan personas naturales o jurídicas, y que la empresa acepte.
3. Los productos, beneficios o rendimientos de sus propios bienes, servicios, inversiones o actividades.
4. Todos los demás bienes que por cualquier otro concepto o título válido ingresen a la empresa.

Art.8. Destinación del patrimonio. - La destinación del patrimonio de SAE será utilizada en beneficio de los miembros de la empresa, así como las diferentes actividades que se realizarán dentro de la misma.

Capítulo IV

Socios, derechos, deberes y prohibiciones

Art.9.- Clases. - Se consideran socios de la empresa SAE aquellas personas que ingresen en calidad de estudiantes al ISTS pertenecientes en las carreras de Tecnología

Superior en Gestión del Talento Humano, Secretarito Ejecutivo Trilingüe, Tecnología Superior en Turismo.

Art. 10.- Derechos. - Son derechos de los asociados en general:

- 1) Acceder y participar, en los diferentes planes y programas de la empresa.
- 2) Acceder como beneficiarios privilegiados, a los diferentes servicios que ofrezca la empresa.
- 3) Participar en los proyectos y programas de la empresa, ser informados de ellos y de los eventos que decidan de los mismos.
- 4) Inspeccionar y controlar la administración y la gestión de la empresa personalmente o intermedio de apoderado.
- 5) Presentar respetuosas y fundamentadas solicitudes a los Órganos de la empresa y obtener oportunas y adecuadas respuestas.
- 6) Postularse para integrar los órganos de dirección, administración y control.
- 7) Utilizar responsablemente los bienes y servicios comunes.
- 8) Mantener individual y colectivamente una actitud propositiva que cuide por el bienestar de los miembros de la empresa.
- 9) Cada socio de la empresa SAE tiene derecho a gozar las utilidades generadas en la empresa.

Art. 11.- Deberes de los asociados. – Son deberes de los socios, consignados en el acta de constitución y los que se deriven de decisiones de carácter general, adoptadas por la Asamblea General, los siguientes:

- 1) Cumplir con los presentes estatutos y con las resoluciones, reglamentos, y políticas institucionales expedidas por los órganos de gobierno y control.
- 2) Asumir las funciones y responsabilidades que le sean asignadas por la empresa.
- 3) Asistir a las reuniones ordinarias de la Asamblea General, y a los demás eventos para los que sea convocado a los miembros.
- 4) Contribuir con los aportes que sean decididos y/o aprobados por la Asamblea General.
- 5) Aceptar y observar las restricciones que expresa y tácitamente se imponen al formar parte de la empresa.

- 6) Guardar confidencialidad en todos aquellos casos sometidos a su conocimiento e intervención, dentro de las funciones que le correspondan al interior de la empresa.

Art. 12.- Prohibiciones. - Se prohíbe a los miembros de la empresa:

- 1) Intervenir en asuntos que comprometan el respeto debido a la autonomía de los miembros de la empresa sus afiliados, su buen nombre o prestigio, o el de ésta.
- 2) Participar en nombre de la empresa en prácticas contrarias a los principios y objetivos de la misma.
- 3) Discriminar, actuando como miembro de la empresa, a personas naturales o jurídicas, por circunstancia de credo político o religioso, sexo, raza, nacionalidad u origen geográfico, clase o capacidad económica.
- 4) Usar el nombre, el logotipo y demás bienes de SAE con propósitos diferentes a los objetivos institucionales, en beneficio particular o en contravención a las disposiciones estatutarias o reglamentarias.
- 5) Impedir la asistencia o intervención de los miembros activos en las asambleas, reuniones de consejos, junta, comités o alterar su normal desarrollo.
- 6) Los socios están en la obligación de rendir cuentas al final de cada periodo académico caso contrario será sancionado por la asamblea general.

Art.13.- Sanciones. – La empresa podrá imponer sanciones a los socios que cometan un acto grave dentro de la misma.

Art.14.- Retiro de asociados. - Únicamente se podrá retirar un socio de SAE cuando el mismo decida abandonar el ISTS o deje de formar parte de las carreras que componen la empresa.

Capítulo V

Administración

Art.15.- Órganos de administración. - La empresa tendrá los siguientes órganos de dirección, gobierno y control:

- a) Asamblea General.
- b) Junta Directiva
- c) Director Ejecutivo
- d) El Fiscal

Título I

Asamblea general

Art. 16. - Asamblea General. - Ésta es la máxima autoridad deliberante y decisoria. Estará constituida por los miembros de la Empresa SAE.

Art. 17. - Funciones. - Son funciones de la Asamblea General:

1. Aprobar su propio reglamento.
2. Ejercer la suprema dirección de empresa y velar por el cumplimiento de su objeto social, interpretar los estatutos, fijar la orientación y política generales de sus actividades.
3. Reformar los estatutos de acuerdo con las previsiones de estos estatutos con una mayoría de votos de los asistentes.
4. Aprobar los planes y programas a desarrollar por la empresa, propuestos para el cumplimiento de su objeto social por la Junta Directiva, los asociados y el Representante Legal.
5. Expedir los reglamentos y las disposiciones estatutarias necesarias para el buen funcionamiento de la empresa, en los términos de estos estatutos.
6. Señalar, si lo estima conveniente, los aportes extraordinarios que deben hacer los miembros y establecer las sanciones diferentes de las previstas en estos estatutos, sin que las mismas impliquen reforma estatutaria.
7. Brindar a los asociados mecanismos de vigilancia y control sobre los dineros recaudados por concepto de cuotas de afiliación.
8. Propender por el bienestar de los socios.
9. Las demás que le correspondan por naturaleza, como máximo órgano de La empresa y que no hayan sido asignadas por los estatutos a otro órgano.

Art.18.- Convocatorias y reuniones. - Las convocatorias para reuniones ordinarias y extraordinarias, serán realizadas por el equipo de docentes de las carreras que componen SAE.

Art.19.- Mayorías. - Reunida la Asamblea General en la forma señalada en los presentes estatutos y adoptadas las decisiones con el número de votos previsto en estos estatutos y la ley, obligarán a todos los asociados aún a los ausentes o disidentes, siempre que tengan carácter general y que se ajusten a las leyes y a los estatutos.

Art.20.- Mayoría calificada. - Como excepción a la norma general, las siguientes decisiones requerirán mayoría calificada del setenta por ciento (70%) de los votos presentes.

- a) Cambios que afecten los objetivos generales o específicos de la empresa.
- b) Reforma a los estatutos.

Junta directiva

Art.21.- Naturaleza. - La Junta Directiva es un órgano de gobierno permanente, elegido por de forma electoral, por la Asamblea General, para un período de un ciclo académico. Estará integrada mínimo activo, con sus respectivos suplentes personales, quienes de su seno elegirán un Presidente, Vicepresidente y un Secretario.

Art.22.- Funciones. - Son funciones de la Junta Directiva las siguientes:

1. Expedir su propio reglamento, el de procesos disciplinarios en primera instancia y el de sanciones.
2. Rendir informes financieros y de gestión sobre el estado general de la empresa a la Asamblea General, al finalizar cada ciclo académico.
3. Cumplir y hacer cumplir los estatutos y ejecutar las decisiones de la Asamblea General.
4. Mantener continuamente informados a los asociados de las actividades adelantadas por la empresa.
5. Crear los cargos administrativos requeridos, asignarles sus responsabilidades, y su remuneración si a ello hubiere lugar, modificar o reorganizar la estructura administrativa para el buen funcionamiento institucional.

Art.23.- Reuniones. - La Junta Directiva sesionará ordinariamente por lo menos, una vez al mes con el equipo de docentes de la carrera.

Director ejecutivo

Art. 24.- Elección. - Éste es elegido por la Junta Directiva, por el periodo de un ciclo académico. En sus faltas absolutas, temporales o accidentales su suplente lo reemplazará con las mismas facultades y limitaciones.

El Director Ejecutivo continuará al frente de sus funciones hasta tanto se produzca nueva designación y entrega del cargo.

Art.25.- Funciones. - Son funciones del Director Ejecutivo:

1. Ejercer la representación legal de la empresa.
2. Celebrar los actos y los contratos para el desarrollo del objeto social de la empresa, así como establecer conjuntamente con el Fiscal y la Junta Directiva, los mecanismos y procedimientos que garanticen un debido control y custodia de los bienes y activos de SAE.
3. Presentar a la Junta Directiva un informe mensual sobre la marcha de la institución, sus programas y sus proyectos.
4. Ejecutar, bajo la dirección de la Junta Directiva, las labores administrativas de la ASOCIACIÓN.
5. Planear, organizar y ejecutar la gestión de la empresa
6. Mantener, usar, manejar y aplicar los dineros y demás bienes de la empresa de acuerdo con el presupuesto de ingresos y gastos y las disposiciones especiales que se aprueben en debida forma.
7. Ejercer todas las demás funciones que la Asamblea General, la Junta Directiva le asignen o le deleguen y las que señalen la ley o los reglamentos.

Capítulo VI

Fiscalización

Art. 26.- Elección. - De los socios, legalmente registrados y que tengan dicha calidad, se nombrará dos representantes de las diferentes secciones dando prioridad a ciclos superiores, los mismos que serán elegidos por sus compañeros de aula. Pueden ser fiscalizadores únicamente los estudiantes que pertenecen a las carreras que conforman la empresa SAE y que no pertenezcan a la Directiva actual.

Art. 27.- Funciones. - Son funciones de los Fiscalizadores:

Los representantes elegidos deben fiscalizar cada actividad basada en el cumplimiento del objeto social y demás legislación fundada en el presente estatuto.

Capítulo VII

Controles e información financiera y administrativa

Art. 28.- Libro de registro de socios. - La EMPRESA SAE cuenta con un libro de registro interno denominado “LIBRO DE ACCIONISTAS”, en el cual se inscribirán todos los datos y novedades, que permitan precisar de manera actualizada la identificación, las cuales regirán para efectos de realizar todas las notificaciones y convocatorias relacionadas con la EMPRESA SAE.

Los socios deberán suministrar dentro de los primeros quince días del ciclo académico, información completa para actualizar las novedades. El Director Ejecutivo llevará y mantendrá actualizado el libro, bajo su dependencia y responsabilidad.

Art.29.- Libro de actas. – En el libro de actas se debe llevar un registro y numeración consecutiva de reuniones llevadas a cabo dentro de la empresa SAE.

Art. 30.- Actas. - De cada sesión se levantará un acta que se transcribirá por orden cronológico en el Libro de Actas donde tendrá que constar la firma del Presidente y el Secretario de la respectiva sesión, así mismo llevara el número de orden, la fecha y hora de inicio y de finalización de la sesión, el lugar y la constatación del quorum y la hora de clausura.

Art. 31.- Libros de contabilidad y Estados Financieros. – La empresa SAE llevará un registro contable en los libros oficiales y auxiliares, aplicando técnica y principios de aceptación a efecto de presentar oportunamente estados financieros intermedios a la Junta Directiva. Ésta presentará a la Asamblea General, dentro de los tres meses siguientes a la finalización de cada año calendario, estados financieros de propósito general.

Capítulo VIII

Disolución y liquidación

Art. 32. Disolución. - La Empresa se podrá disolver por decisión del equipo de docentes de la carrera o por políticas superiores de las autoridades del ISTS.

Art. 33.- Proceso de disolución. - Para proceder a la disolución de la empresa se procederá de la siguiente forma:

1. Convocar a asamblea a todos los Integrantes, con único orden del día que es el de dar a conocer la disolución de la empresa.

Art. 34.- Liquidador. - En caso de disolución, la Asamblea General de Socios designará la persona o personas que actuarán como liquidador o liquidadores para finiquitar las operaciones de la Empresa. Mientras no se haga, acepte e inscriba la designación de liquidador, actuará como tal el Equipo de Docentes.

Art. 35.- Liquidación. - Se procederá a convocar a reunión a todos los Integrantes de SAE a fin de socializar las cuentas a la Asamblea General de Socios

- La Asamblea General de Socios procederá a la entrega porcentuada de utilidades Generadas por la Empresa SAE.

Capítulo IX

Solución de controversias

Art. 36.- Todas las diferencias surgidas entre los miembros y directivos de SAE, serán resueltas en primera instancia, a través de una conciliación que será ante la Junta Directiva.

En caso de no llegar a solucionar las diferencias en primera instancia se acudirá a la intervención del Equipo de Docentes de las Carreras

-Secretariado Ejecutivo Trilingüe

-Turismo

-Tecnología Superior de Gestión de Talento Humano

Art. 37.- Aceptación y constitución. - Una vez aprobado el estatuto todo miembro deberá conocer cada uno de los artículos establecidos, el cual se socializará para todos los estudiantes que integran SAE y para los nuevos que se integran a ella, de las carreras mencionadas.

Disposiciones generales

Disposición transitoria

Primera: Una vez aprobado el presente estatuto, entrará en vigencia y quedan sujetos todos quienes pertenecen a SAE.

8.2. Estructura organizacional de la empresa SAE



Figura 1: Logo de SAE
Elaborado por: Estudiantes

Modelo organizacional de SAE

1. Organigrama Estructural de la Empresa SAE

El organigrama es una representación gráfica de la estructura de la empresa SAE que aporta de manera esquemática información referente a la posición de las áreas que integran la empresa, los niveles jerárquicos y las líneas de autoridad.

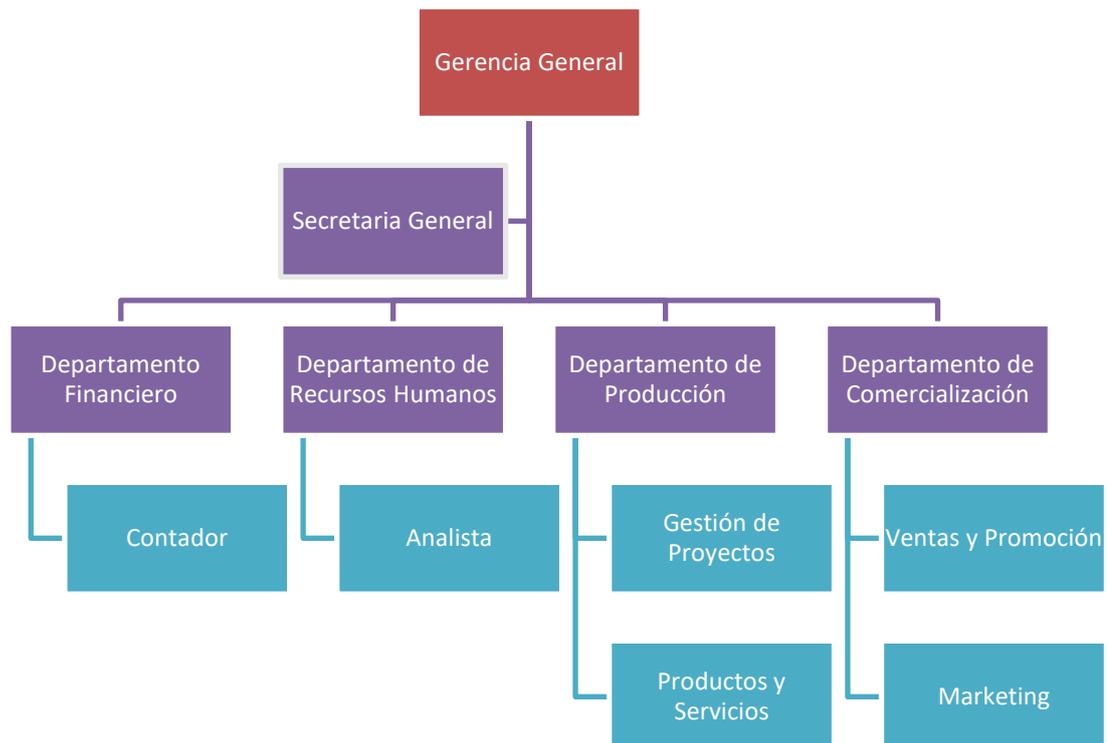


Figura 2: Organigrama general SAE
Elaborado por: Estudiantes de la carrera de Talento Humano.

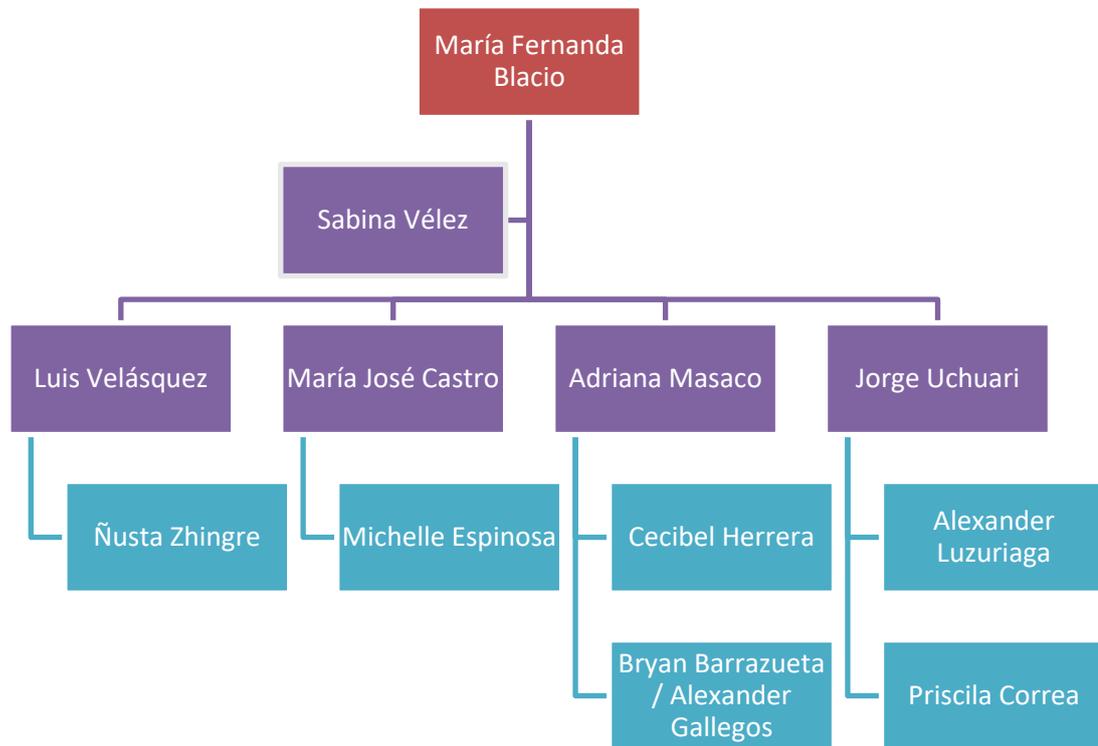


Figura 3: Organigrama estructural SAE
Elaborado por: Estudiantes de la carrera de Talento Humano.

2. Organigrama Funcional de la Empresa SAE

El organigrama funcional de la empresa SAE contiene las funciones principales de la organización, en base a las unidades y la relación que existe entre ellas.

Nivel superior – institucional

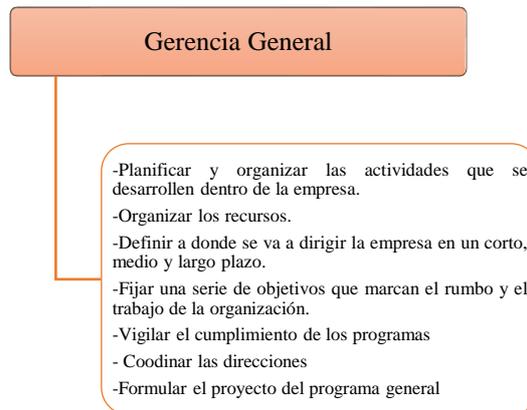


Figura 4: Organigrama funcional - Gerencia
Elaborado por: Estudiantes de la carrera de Talento Humano.

Nivel medio – intermedio



Figura 5: Organigrama funcional – Departamento Financiero
Elaborado por: Estudiantes de la carrera de Talento Humano.



Figura 6: Organigrama funcional – Departamento de producción
Elaborado por: Estudiantes de la carrera de Talento Humano.

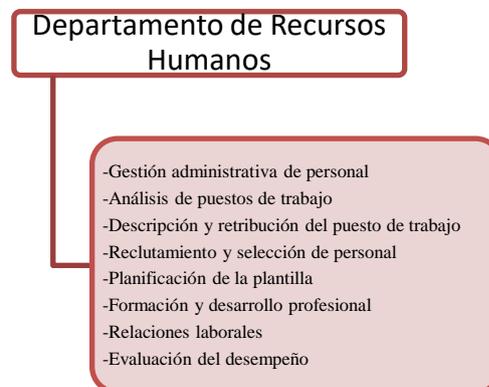


Figura 7: Organigrama funcional – Recursos Humanos
Elaborado por: Estudiantes de la carrera de Talento Humano.



Figura 8: Departamento de Comercialización
Elaborado por: Estudiantes de la carrera de Talento Humano.

Nivel operativo

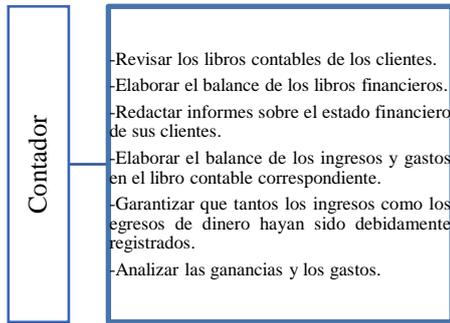


Figura 9: Organigrama funcional - Contador
Elaborado por: estudiantes de Talento H

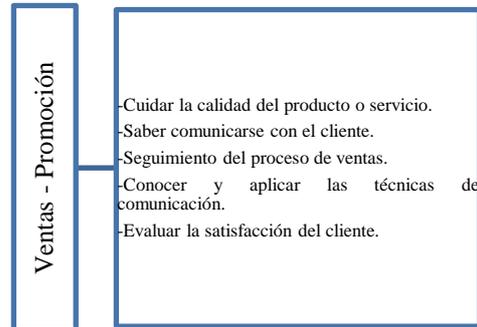


Figura 10: Organigrama funcional - Comercialización
Elaborado por: estudiantes de Talento H

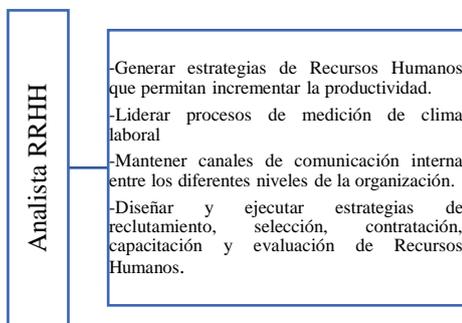


Figura 11: Organigrama funcional - Analista de RRHH.
Elaborado por: Estudiantes de Talento Humano

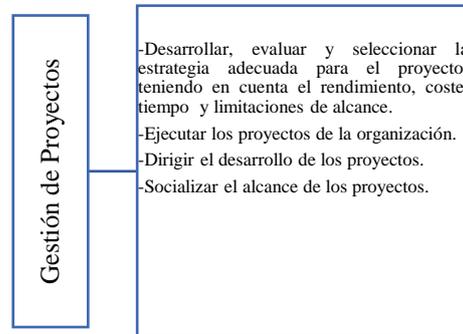


Figura 12: Organigrama funcional - Gestión de proyectos
Elaborado por: Estudiantes de Talento Humano

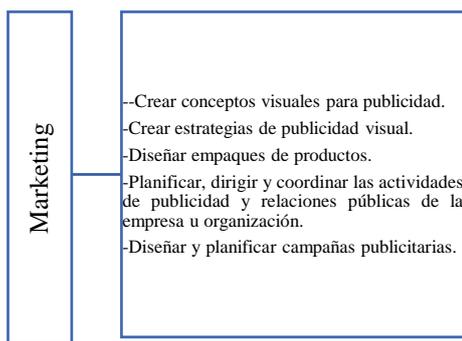


Figura 13: Organigrama funcional - Marketing.
Elaborado por: estudiantes de Talento Humano Humano

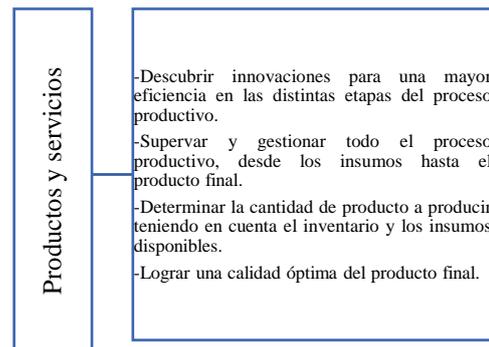


Figura 14: Organigrama funcional – Productos y servicios
Elaborado por: estudiantes de Talento

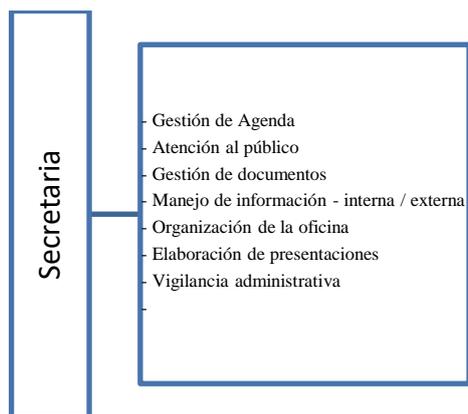


Figura 15: Organigrama funcional - secretaria
Elaborado por: estudiantes de Talento Humano

8.2.1. Perfil del puesto de la empresa SAE

Tabla 2: Manual de funciones.

	PERFIL DEL CARGO DE GERENTE GENERAL	CODIGO: GER 001
		VERSIÓN: 01 ESTADO: VIGENTE
		FECHA: 10-12-2019

1 OBJETIVO:

Definir las competencias necesarias, en términos de educación, formación, experiencia y habilidades, para ocupar el cargo de Gerente General de SAE. Determinar la responsabilidad y autoridad propias del cargo.

2. ALCANCE:

Aplica al cargo de Gerente General SAE, cuya misión es gerencia de manera integral las diversas líneas de negocio y áreas de la compañía en pro del crecimiento y mantenimiento de la misma en el mercado bajo el concepto de emprendimiento sostenible, lo que permite la satisfacción de los accionistas y el logro del direccionamiento estratégico de acuerdo con los horizontes trazados.

3. RESPONSABLE:

Director de Recursos Humanos

4. CONTENIDO:**4.1. Perfil de referencia:**

Educación: Profesional en áreas administrativas y/o afines

Formación: Conocimiento en el área administrativa, y financiera, manejo
Idioma Inglés, ofimática y HCM

Experiencia: Experiencia mínima de cuatro (4) años como Subgerente o
Gerente de empresas

Habilidades:**Destrezas dadas por la experiencia en anteriores cargos**

- Búsqueda, administración y manejo de recursos físicos, humanos y económicos
- Búsqueda y cierre de negocios
- Expresión oral y escrita en Idioma Inglés
- Excelente manejo de Excel

Tabla 3: Perfil de referencia.

	ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ
CARGO	Dirección de Recursos Humanos	Dirección de Recursos Humanos	Gerencia General
NOMBRE			
FIRMA			

Elaborado por: Estudiantes de la carrera de Talento Humano.

Tabla 4: Perfil del cargo de gerente general.

	PERFIL DEL CARGO DE GERENTE GENERAL	CODIGO: GER 001
		VERSIÓN: 01 ESTADO: VIGENTE
		FECHA: 10-12-2019

PERFIL DE COMPETENCIAS							
Competencias de Valor: Cualidades humanas a los que adhiere la organización y se ejercen a través de conductas							
1. Compromiso							
El Gerente General siente como propios los objetivos de la organización, previniendo y superando los obstáculos que interfieran con el cumplimiento de las metas de cada área. Apoya e instrumenta acciones alineadas con la estrategia corporativa. Pone en marcha las acciones y directrices recibidas por parte de la Junta Directiva y cumple cabalmente con sus compromisos, personales y profesionales.							
2. Calidad en el Trabajo							
El Gerente General se desempeña con éxito en los trabajos que realiza, basado en el profundo conocimiento de su área de trabajo y en su capacidad de planificación, organización y monitoreo. Implementa mejoras a las herramientas y estrategias que utiliza. Espera y exige de sus subordinados esta actitud.							
3. Consciencia Organizacional							
El Gerente General reconoce e interpreta las relaciones de poder en la propia empresa. Ello implica la capacidad de identificar tanto a aquellas personas que toman las decisiones como a las que pueden influir sobre las anteriores; asimismo, significa ser capaz de prever la forma en que los acontecimientos o las situaciones afectarán a las personas y grupos de la organización.							
4. Responsabilidad Social Individual							
El Gerente General emprende, se articula y facilita ejercicios de cooperación, solidaridad y contribución, para mejorar estados en la calidad de vida de compañeros de trabajo, vecinos, comunidades rurales y sociedad en general. Se interesa en la preservación del medio ambiente y en la transformación estructural de prácticas y comportamientos a partir del buen ejemplo.							
Competencias Específicas: características relacionadas directamente con el				Grado requerido			
				A	B	C	D
Motivación							
1	Orientación al logro			X			
2	Orientación al cliente			X			
Características							
3	Pensamiento Analítico y Estratégico			X			
4	Modalidades de Contacto y habilidades mediáticas				X		
5	Trabajo bajo presión			X			
6	Liderazgo para el cambio y Empowerment			X			
7	Cosmopolitismo (adaptabilidad)					X	
Concepto Propio							
8	Confianza en sí mismo				X		
Conocimiento							
9	Profundidad en el conocimiento del sector de emprendimiento				X		

Elaborado por: Estudiantes de la carrera de Talento Humano.

A: Alto**B:** Bueno, por encima del estándar**C:** Mínimo tolerado**D:** Insatisfactoria

Tabla 5: Perfil del cargo de gerente general.

	PERFIL DEL CARGO DE GERENTE GENERAL	CODIGO: GER 01
		VERSIÓN: 01 ESTADO: VIGENTE
		FECHA: 10-12-2019

Competencias Específicas
<p>1. Orientación al logro</p> <p>Es la capacidad para actuar con velocidad y sentido de urgencia cuando se deben tomar decisiones importantes necesarias para superar a los competidores, responder a las necesidades del cliente o mejorar la organización. Es la capacidad de administrar los procesos establecidos para que no interfieran con la consecución de los resultados esperados.</p> <p>Comportamientos Predictivos: (A)</p> <ul style="list-style-type: none"> · Crea un ambiente organizacional que estimula la mejora continua del servicio y la orientación a la eficiencia. · Promueve el desarrollo y/o modificación de los procesos para que contribuyan a mejorar la eficiencia de la organización. · Se considera que es un referente en esta competencia.
<p>2. Orientación al cliente</p> <p>Implica el deseo de ayudar o servir a los clientes, de comprender y satisfacer sus necesidades. Implica esforzarse por conocer y resolver los problemas del cliente, tanto del cliente final al que van dirigidos los esfuerzos de la empresa como los clientes de sus clientes y todos aquellos que cooperen en la relación empresa – cliente, como los proveedores y el personal de la organización.</p> <p>Comportamientos Predictivos: (A)</p> <ul style="list-style-type: none"> · Indaga proactivamente más allá de las necesidades que el/los clientes/s manifiestan en un principio y adecua los productos y servicios disponibles a esas necesidades. · Establece una relación con perspectivas de largo plazo con el/los cliente/s para resolver sus necesidades, debiendo sacrificar en algunas ocasiones beneficios inmediatos en función de los futuros.
<p>3. Pensamiento Analítico y Estratégico</p> <p>Es la habilidad para comprender rápidamente los cambios del entorno, las oportunidades del mercado, las amenazas competitivas y las fortalezas y debilidades de su propia organización a la hora de identificar la mejor respuesta estratégica. Capacidad para detectar nuevas oportunidades de negocio, comprar negocios en marcha, realizar alianzas estratégicas con clientes, proveedores o competidores. Incluye la capacidad para saber cuándo hay que abandonar un negocio o remplazarlo por otro.</p> <p>Comportamientos Predictivos: (A)</p> <ul style="list-style-type: none"> · Comprende los cambios del entorno y las oportunidades del mercado. · Detecta nuevas oportunidades de hacer negocios y de crear alianzas estratégicas. · Analiza de manera rápida y natural las partes de una situación o problema y encuentra la mejor solución.

4. Modalidades de Contacto y habilidades mediáticas

Es la capacidad de demostrar una sólida habilidad de comunicación; esta capacidad asegura una comunicación clara. Alienta a otros a compartir información, habla por todos y valora las contribuciones de los demás. En un concepto más amplio, comunicarse implica saber escuchar y hacer posible que los demás tengan fácil acceso a la información que se posea. Implica desenvoltura frente a los medios, en las conferencias con medios, sus pares o la comunidad, etc. Buena relación con la prensa, habilidad de comunicar lo que desea con claridad y sencillez.

Comportamientos Predictivos: (B)

- Formula preguntas perspicaces que van al centro del problema, comprende y comunica temas complejos.
- Demuestra seguridad para expresar opiniones con claridad y precisión.
- Se maneja adecuadamente en situaciones difíciles o si está presionado.
- Comunica exactamente lo que se espera en pos de los intereses de la compañía.
- Posee correcto manejo del idioma y privilegia la imagen de la empresa.

Elaborado por: Estudiantes de la carrera de Talento Humano.

Tabla 6: Perfil del cargo de gerente gerencial.

 Servicios Administrativos Especializados	PERFIL DEL CARGO DE GERENTE GENERAL	CODIGO: GER 001
		VERSIÓN: 01 ESTADO: VIGENTE
		FECHA: 10-12-2019

1. Trabajo bajo presión
<p>Se trata de la habilidad para trabajar duro en situaciones cambiantes o alternativas, con interlocutores muy diversos, que cambian en cortos espacios de tiempo, en jornadas de trabajo prolongadas sin que por esto se vea afectado su nivel de actividad. Implica capacidad para controlar las emociones personales y evitar las reacciones negativas ante provocaciones, oposición u hostilidad de los demás, o cuando se trabaja en condiciones de estrés.</p> <p>Comportamientos Predictivos: (A)</p> <ul style="list-style-type: none"> · Demuestra energía y dinamismo trabajando duro, con interlocutores diversos, que cambian en cortos espacios de tiempo, en diferentes lugares geográficos, en largas jornadas de trabajo, sin que su nivel de rendimiento se vea afectado. · Transmite energía a su grupo y a su accionar. · Sabe controlarse ante conductas negativas de otras personas, al evaluarlas no como algo personal sino como producto de una situación agobiante o de alta exigencia.
2. Liderazgo para el cambio y Empowerment
<p>Es la habilidad de comunicar una visión de la estrategia de la firma, que hace que esa visión aparezca no solo posible sino deseable para los accionistas, creando en ellos una motivación y un compromiso genuinos; actúa como <i>sponsor</i> de la innovación y los nuevos emprendimientos, consigue que la firma afecte recursos para la instrumentación de cambios frecuentes. Implica, con sus equipos, establecer claros objetivos de desempeño y las correspondientes responsabilidades personales, proporcionando dirección, integrando adecuadamente al equipo de trabajo y compartiendo las consecuencias de los resultados con todos los involucrados.</p> <p>Comportamientos Predictivos: (A)</p> <ul style="list-style-type: none"> · Comunica su visión de la estrategia de la firma y los negocios haciendo que aquella parezca posible y deseable para los accionistas, despertando compromiso genuino con su gestión y sus planes. · Apoya y propone nuevas tendencias y nuevos emprendimientos. · Aprovecha la diversidad de su equipo para lograr un valor añadido superior en el negocio. · Cumple la función de consejero confiable compartiendo las consecuencias de los resultados con todos los involucrados.
3. Cosmopolitismo (adaptabilidad)
<p>Implica la habilidad para adaptarse rápidamente y funcionar con eficacia en cualquier contexto cultural (nacional o extranjero). La investigación indica que esta competencia se correlaciona con las de disfrutar con los viajes y conocer otros lugares, resistencia al estrés, comprensión de diferentes culturas y capacidad de establecer relaciones interpersonales.</p> <p>Comportamientos Predictivos: (C)</p> <ul style="list-style-type: none"> · Buena adaptación a diferentes medios geográficos · Funciona eficazmente en contextos extranjeros · Buena resistencia y placer al viajar, se adapta a culturas diversas

4. Confianza en sí mismo

Es el convencimiento de que se es capaz de realizar con éxito una tarea o elegir el enfoque adecuado para resolver un problema. Esto incluye abordar nuevos y crecientes retos con una actitud de confianza en las propias posibilidades, decisiones o puntos de vista.

Comportamientos Predictivos: (B)

- Sostiene sus ideas y puntos de vista con fundamento y criterio frente a interlocutores internos y externos de todos los niveles, y es capaz de incorporar nuevas ideas o aportes, reconociendo el mérito de quienes las realizan.
- Es abierto a cambios en su rutina laboral, actúa con seguridad y eficiencia y se siente atraído por asumir nuevas y más desafiantes tareas.
- Aporta herramientas adecuadas para el manejo de situaciones delicadas con criterio y seguridad.

Elaborado por: Estudiantes de la carrera de Talento Humano.

Tabla 7: Perfil del cargo de gerente general.

	PERFIL DEL CARGO DE GERENTE GENERAL	CODIGO: GER 001
		VERSIÓN: 01 ESTADO: VIGENTE
		FECHA: 10-12-2019

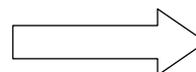
Profundidad en el conocimiento del sector de emprendimiento
<p>Conocimiento de las tendencias del sector emprendimiento PYMES y de aquellas que se dan en un contexto global. Implica conocimiento de modelos administrativos aplicables y aplicados</p> <p>Comportamientos Predictivos: (B)</p> <ul style="list-style-type: none"> · Conoce los aspectos administrativos, legales, normativos, financieros y logísticos de su trabajo y responde preguntas con claro conocimiento de causa. · Su amplio conocimiento le da credibilidad. · Realiza la planeación de tiempos y costos de los proyectos con sentido de la productividad y rentabilidad. <p>Su experticia le permite generar ideas de mejora técnica y administrativa.</p>

Elaborado por: Estudiantes de la carrera de Talento Humano.

1.2 Funciones y responsabilidades del cargo:

a) Direccionamiento Estratégico de la Compañía

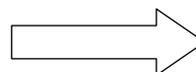
- ✓ Misión, Visión, Valores
- ✓ Objetivos generales
- ✓ Proyecciones y presupuestos generales
- ✓ Estrategias y acciones
- ✓ Estructura Organizacional, responsabilidades y autoridades
- ✓ Líneas de Negocio
- ✓ Áreas de la compañía
- ✓ Sistema de Gestión



Descuentos a empleados, conciliaciones de pago

Ejecución de Estrategias y actividades propias del cargo

- ✓ Presentación de Propuestas
- ✓ Cierre de Negocios
- ✓ Control de la marcha administrativa (pagos de nómina, pagos a proveedores, facturación, ingresos y egresos por centro de costos, dotaciones, cajas menores, cartera, giros y pagos recibidos, recibos de caja, procesos contables, operaciones bancarias, liquidaciones definitivas, préstamos y



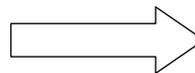
Planificación

Implementación en frentes de trabajo, pago de Impuestos y retenciones)

- ✓ Informes Gerenciales

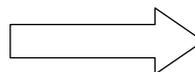
Seguimiento de Estrategias

- ✓ Cumplimiento de contratos, de normatividad, de lineamientos y requisitos
- ✓ Indicadores de gestión
- ✓ Balances y estados financieros
- ✓ Comportamiento de líneas de negocio
- ✓ Desempeño de las diferentes áreas de la organización



Mejora continua

- ✓ Planes de acción sobre necesidades de Acciones de mejora mejora.



Monitoreo

Tabla 8: Perfil del cargo de gerente general.

	PERFIL DEL CARGO DE GERENTE GENERAL	CODIGO: GER 001
		VERSIÓN: 01 ESTADO: VIGENTE
		FECHA: 10-12-2019

Autoridad

- Atender bajo su responsabilidad la gerencia general de SAE, liderando las diversas áreas de la compañía, direccionando a los gerentes de las líneas de negocio hacia el norte establecido por los accionistas y canalizando las acciones en pro del cumplimiento de las metas.
- Presentar la Organización ante el Estado, Los Socios, La Comunidad y los Clientes.

Tabla 9: Perfil del cargo de director financiero.

	PERFIL DEL CARGO DE DIRECTOR FINANCIERO	CODIGO: DF 001
		VERSIÓN: 01 ESTADO: VIGENTE
		FECHA: 10-12-2019

Objetivo:

Definir las competencias necesarias, en términos de educación, formación, experiencia y habilidades, para ocupar el cargo de Director Financiero de SAE. Determinar la responsabilidad y autoridad propias del cargo.

Alcance:

Aplica al cargo de Director Financiero de SAE, cuya misión es gestionar y supervisar los recursos económicos y financieros de la compañía para poder trabajar con las mejores

condiciones de coste, liquidez, rentabilidad y seguridad, bajo el concepto de emprendimiento sostenible, lo que permite la satisfacción de los accionistas y el logro del direccionamiento estratégico definido por gerencia general.

Responsable:

Director de Recursos Humanos

Contenido:

1.3. Perfil de referencia:

- Educación:** Profesional en áreas financieras y/o afines
Formación: Conocimiento en el área financiera, manejo de herramientas de ofimática y conocimientos sólido de tributación.
Experiencia: Experiencia mínima de tres (3) años como director de finanzas, contabilidad y/o tesorería.

Habilidades:

Destrezas dadas por la experiencia en anteriores cargos

- Búsqueda, administración y manejo de recursos económicos
- Excelente manejo de Excel
- Análisis financiero y auditoría interna

Tabla 10: Perfil de referencia.

	ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ
CARGO	Dirección de Recursos Humanos	Dirección de Recursos Humanos	Gerencia General
NOMBRE			
FIRMA			

Elaborado por: Estudiantes de la carrera de Talento Humano.

Tabla 11: Perfil del cargo de director financiero.

	PERFIL DEL CARGO DE DIRECTOR FINANCIERO	CODIGO: DF 001
		VERSIÓN: 01 ESTADO: VIGENTE
		FECHA: 10-12-2019

PERFIL DE COMPETENCIAS							
Competencias de Valor: Cualidades humanas a los que adhiere la organización y se ejercen a través							
1. Compromiso							
El Director financiero siente como propios los objetivos de la organización, previniendo y superando los obstáculos que interfieran con el cumplimiento de las metas de cada área. Apoya e instrumenta acciones alineadas con la estrategia corporativa. Pone en marcha las acciones y directrices recibidas por parte de la Junta Directiva y cumple cabalmente con sus compromisos, personales y profesionales.							
2. Calidad en el Trabajo							
El Director financiero se desempeña con éxito en los trabajos que realiza, basado en el profundo conocimiento de su área de trabajo y en su capacidad de planificación, organización y monitoreo. Implementa mejoras a las herramientas y estrategias que utiliza. Espera y exige de sus subordinados esta actitud.							
3. Consciencia Organizacional							
El Director financiero reconoce e interpreta las relaciones de poder en la propia empresa. Ello implica la capacidad de identificar tanto a aquellas personas que toman las decisiones como a las que pueden influir sobre las anteriores; asimismo, significa ser capaz de prever la forma en que los acontecimientos o las situaciones afectarán a las personas y grupos de la organización.							
4. Responsabilidad Social Individual							
El Director financiero emprende, se articula y facilita ejercicios de cooperación, solidaridad y contribución, para mejorar estados en la calidad de vida de compañeros de trabajo, vecinos, comunidades rurales y sociedad en general. Se interesa en la preservación del medio ambiente y en la transformación estructural de prácticas y comportamientos a partir del buen ejemplo.							
Competencias Específicas: características relacionadas directamente con el puesto de trabajo				Grado requerido			
				A	B	C	D
Motivación							
1	Orientación al logro			X			
2	Orientación al cliente			X			
Características							
3	Pensamiento Analítico y Estratégico			X			
4	Trabajo bajo presión				X		
5	Trabajo en equipo			X			
Concepto Propio							
6	Confianza en sí mismo				X		
Conocimiento							
7	Profundidad en el conocimiento del sector financiero y tributario			X			

Elaborado por: Estudiantes de la carrera de Talento Humano.

A: Alto **B:** Bueno, por encima del estándar **C:** Mínimo tolerado **D:** Insatisfactorio

Tabla 12: Perfil del cargo de director financiero.

	PERFIL DEL CARGO DE DIRECTOR FINANCIERO	CODIGO: DF 001
		VERSIÓN: 01 ESTADO: VIGENTE
		FECHA: 10-12-2019

Competencias Específicas
<p>1. Orientación al logro</p> <p>Es la capacidad para actuar con velocidad y sentido de urgencia cuando se deben tomar decisiones importantes necesarias para superar a los competidores, responder a las necesidades del cliente o mejorar la organización. Es la capacidad de administrar los procesos establecidos para que no interfieran con la consecución de los resultados esperados.</p> <p>Comportamientos Predictivos: (A)</p> <ul style="list-style-type: none"> · Crea un ambiente organizacional que estimula la mejora continua del servicio y la orientación a la eficiencia. · Promueve el desarrollo y/o modificación de los procesos para que contribuyan a mejorar la eficiencia de la organización. · Se considera que es un referente en esta competencia.
<p>2. Orientación al cliente</p> <p>Implica el deseo de ayudar o servir a los clientes, de comprender y satisfacer sus necesidades. Implica esforzarse por conocer y resolver los problemas del cliente, tanto del cliente final al que van dirigidos los esfuerzos de la empresa como los clientes de sus clientes y todos aquellos que cooperen en la relación empresa – cliente, como los proveedores y el personal de la organización.</p> <p>Comportamientos Predictivos: (A)</p> <ul style="list-style-type: none"> · Indaga proactivamente más allá de las necesidades que el/los clientes/s manifiestan en un principio y adecua los productos y servicios disponibles a esas necesidades. · Establece una relación con perspectivas de largo plazo con el/los cliente/s para resolver sus necesidades, debiendo sacrificar en algunas ocasiones beneficios inmediatos en función de los futuros.
<p>3. Pensamiento Analítico y Estratégico</p> <p>Es la habilidad para comprender rápidamente los cambios del entorno, las oportunidades del mercado, las amenazas competitivas y las fortalezas y debilidades de su propia organización a la hora de identificar la mejor respuesta estratégica. Capacidad para detectar nuevas oportunidades de negocio, comprar negocios en marcha, realizar alianzas estratégicas con clientes, proveedores o competidores. Incluye la capacidad para saber cuándo hay que abandonar un negocio o reemplazarlo por otro.</p> <p>Comportamientos Predictivos: (A)</p> <ul style="list-style-type: none"> · Comprende los cambios del entorno y las oportunidades del mercado. · Detecta nuevas oportunidades de hacer negocios y de crear alianzas estratégicas. · Analiza de manera rápida y natural las partes de una situación o problema y encuentra la mejor solución.
<p>4. Trabajo bajo presión</p>

Se trata de la habilidad para trabajar duro en situaciones cambiantes o alternativas, con interlocutores muy diversos, que cambian en cortos espacios de tiempo, en jornadas de trabajo prolongadas sin que por esto se vea afectado su nivel de actividad. Implica capacidad para controlar las emociones personales y evitar las reacciones negativas ante provocaciones, oposición u hostilidad de los demás, o cuando se trabaja en condiciones de estrés.

Comportamientos Predictivos: (A)

- Demuestra energía y dinamismo trabajando duro, con interlocutores diversos, que cambian en cortos espacios de tiempo, en diferentes lugares geográficos, en largas jornadas de trabajo, sin que su nivel de rendimiento se vea afectado.
- Transmite energía a su grupo y a su accionar.
- Sabe controlarse ante conductas negativas de otras personas, al evaluarlas no como algo personal sino como producto de una situación agobiante o de alta exigencia.

Elaborado por: Estudiantes de la carrera de Talento Humano.

Tabla 13: Perfil del cargo de director financiero.

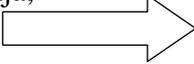
	PERFIL DEL CARGO DE DIRECTOR FINANCIERO	CODIGO: DF 001
		VERSIÓN: 01 ESTADO: VIGENTE
		FECHA: 10-12-2019

1. Trabajo en equipo
<p>Fortalece el espíritu de equipo en toda la organización. Expresa satisfacción personal con los éxitos de sus pares o de otras líneas de negocios. Se preocupa por apoyar el desempeño de otras áreas de la compañía, aunque la organización no le dé suficiente apoyo. En beneficio de objetivos organizacionales de largo plazo, es capaz de sacrificar intereses personales o de su grupo cuando es necesario. Se considera que es un referente en el manejo de equipos de trabajo.</p> <p>Comportamientos Predictivos: (A)</p> <p>Anima y motiva a los demás. Desarrolla el espíritu de equipo. Actúa para desarrollar un ambiente de trabajo amistoso, buen clima y espíritu de cooperación. Resuelve los conflictos que se puedan producir dentro del equipo. Solicita la opinión al resto del grupo. Valora sinceramente las ideas y experiencia de los demás; mantiene una actitud abierta para aprender de los otros, incluso sus pares y subordinados. Promueve la colaboración de los distintos equipos, dentro de ellos y entre ellos. Valora las contribuciones de los demás, aunque tengan diferentes puntos de vista. Cooperar. Participa de buen grado en el grupo, apoya sus decisiones. Realiza la parte de trabajo que le corresponde. Como miembro de un equipo, mantiene informados a los demás y los tiene al corriente de los temas que lo afectan. Comparte información.</p>
2. Confianza en sí mismo
<p>Es el convencimiento de que se es capaz de realizar con éxito una tarea o elegir el enfoque adecuado para resolver un problema. Esto incluye abordar nuevos y crecientes retos con una actitud de confianza en las propias posibilidades, decisiones o puntos de vista.</p> <p>Comportamientos Predictivos: (B)</p> <ul style="list-style-type: none"> · Sostiene sus ideas y puntos de vista con fundamento y criterio frente a interlocutores internos y externos de todos los niveles, y es capaz de incorporar nuevas ideas o aportes, reconociendo el mérito de quienes las realizan. · Es abierto a cambios en su rutina laboral, actúa con seguridad y eficiencia y se siente atraído por asumir nuevas y más desafiantes tareas. · Aporta herramientas adecuadas para el manejo de situaciones delicadas con criterio y seguridad.
3. Profundidad en el conocimiento del sector financiero y tributario
<p>Conocimiento de las tendencias financieras y económicas del sector emprendimiento PYMES</p> <p>Comportamientos Predictivos: (B)</p> <ul style="list-style-type: none"> · Conoce los aspectos administrativos, legales, normativos, financieros y logísticos de su trabajo y responde preguntas con claro conocimiento de causa. · Realiza la planeación de tiempos y costos de los proyectos con sentido de la productividad y rentabilidad.

Elaborado por: Estudiantes de la carrera de Talento Humano.

4.2 Funciones y responsabilidades del cargo:

a) Ejecución de Estrategias y actividades propias del cargo

- ✓ Presentación de Propuestas
 - ✓ Control de la marcha financiera
(pagos de nómina, pagos a proveedores, facturación, ingresos y egresos por centro de costos, dotaciones, cajas menores, cartera, giros y pagos recibidos, recibos de caja, procesos contables, operaciones bancarias, liquidaciones definitivas, préstamos y descuentos a empleados, conciliaciones de pago en frentes de trabajo, pago de Impuestos y retenciones).
 - ✓ Informes y estados
-  Implementación

b) Mejora continua

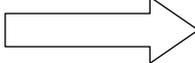
- ✓ Planes de acción sobre necesidades de mejora Acciones de mejora
-  Acciones de mejor

Tabla 14: Perfil del cargo de director financiero.

	PERFIL DEL CARGO DE DIRECTOR FINANCIERO	CODIGO: DF 001
		VERSIÓN: 01 ESTADO: VIGENTE
		FECHA: 10-12-2019

Elaborado por: Estudiantes de la carrera de Talento Humano.

Autoridad

- Atender bajo su responsabilidad la dirección financiera de SAE y los analistas a su cargo
- Presentar la Organización ante el Estado, Los Socios, La Comunidad y los Clientes.

Tabla 15: Perfil del cargo de director de recursos humanos.

	PERFIL DEL CARGO DE DIRECTOR RECURSOS HUMANOS	CODIGO: DRH 003
		VERSIÓN: 01 ESTADO: VIGENTE
		FECHA: 10-12-2019

Elaborado por: Estudiantes de la carrera de Talento Humano.

Objetivo:

Definir las competencias necesarias, en términos de educación, formación, experiencia y habilidades, para ocupar el cargo de Director de Recursos Humanos de SAE. Determinar la responsabilidad y autoridad propias del cargo.

Alcance:

Aplica al cargo de Director de Recursos Humanos de SAE, cuya misión es desarrollar, formular, aprobar y poner en práctica políticas, programas, campañas normas y procedimientos de desarrollo de los recursos humanos, lo que permite la satisfacción de los accionistas y el logro del direccionamiento estratégico definido por gerencia general.

Responsable:

Director de Recursos Humanos

Contenido:**1.1. Perfil de referencia:**

Educación: Profesional en psicología organizacional y/o áreas afines

Formación: Conocimiento en el área administrativa de personal, manejo de herramientas de ofimática y conocimientos de código de trabajo.

Experiencia: Experiencia mínima de tres (3) años como director de recursos humanos, talento humano.

Habilidades:**Destrezas dadas por la experiencia en anteriores cargos**

- Búsqueda, administración y manejo de recursos humanos
- Análisis estratégico de personas
- Capacidad de análisis

Tabla 16: Perfil de referencia.

	ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ
CARGO	Dirección de Recursos Humanos	Dirección de Recursos Humanos	Gerencia General
NOMBRE			
FIRMA			

Elaborado por: Estudiantes de la carrera de Talento Humano.

Tabla 17: Perfil del cargo de director recursos humanos.

	PERFIL DEL CARGO DE DIRECTOR RECURSOS HUMANOS		CODIGO: DRH 003					
			VERSIÓN: 01 ESTADO: VIGENTE					
			FECHA: 10-12-2019					
PERFIL DE COMPETENCIAS								
Competencias de Valor: Cualidades humanas a los que adhiere la organización y se ejercen a								
1. Compromiso								
El Director de Recursos Humanos siente como propios los objetivos de la organización, previniendo y superando los obstáculos que interfieran con el cumplimiento de las metas de cada área. Apoya e instrumenta acciones alineadas con la estrategia corporativa. Pone en marcha las acciones y directrices recibidas por parte de la Junta Directiva y cumple cabalmente con sus compromisos, personales y profesionales.								
2. Calidad en el Trabajo								
El Director de Recursos Humanos se desempeña con éxito en los trabajos que realiza, basado en el profundo conocimiento de su área de trabajo y en su capacidad de planificación, organización y monitoreo. Implementa mejoras a las herramientas y estrategias que utiliza. Espera y exige de sus subordinados esta actitud.								
3. Consciencia Organizacional								
El Director de Recursos Humanos reconoce e interpreta las relaciones de poder en la propia empresa. Ello implica la capacidad de identificar tanto a aquellas personas que toman las decisiones como a las que pueden influir sobre las anteriores; asimismo, significa ser capaz de prever la forma en que los acontecimientos o las situaciones afectarán a las personas y grupos de la organización.								
4. Responsabilidad Social Individual								
El Director de Recursos Humanos emprende, se articula y facilita ejercicios de cooperación, solidaridad y contribución, para mejorar estados en la calidad de vida de compañeros de trabajo, vecinos, comunidades rurales y sociedad en general. Se interesa en la preservación del medio ambiente y en la transformación estructural de prácticas y comportamientos a partir del buen ejemplo.								
Competencias Específicas: características relacionadas directamente con el puesto de trabajo					Grado			
					A	B	C	D
Motivación								
1	Orientación al logro				X			
2	Orientación al cliente				X			
Características								
3	Trabajo en equipo				X			
4	Comprensión Interpersonal					X		
5	Desarrollo de Personas				X			
Concepto Propio								
6	Confianza en sí mismo				X			
Conocimiento								
7	Subsistemas de Recursos Humanos				X			

Elaborado por: Estudiantes de la carrera de Talento Humano.

A: Alto **B:** Bueno, por encima del estándar **C:** Mínimo tolerado **D:** Insatisfactorio

Tabla 18: Perfil del cargo de director recursos humanos.

	PERFIL DEL CARGO DE DIRECTOR RECURSOS HUMANOS	CODIGO: DRH 003
		VERSIÓN: 01 ESTADO: VIGENTE
		FECHA: 10-12-2019

Competencias Específicas
<p>1. Orientación al logro</p> <p>Es la capacidad para actuar con velocidad y sentido de urgencia cuando se deben tomar decisiones importantes necesarias para superar a los competidores, responder a las necesidades del cliente o mejorar la organización. Es la capacidad de administrar los procesos establecidos para que no interfieran con la consecución de los resultados esperados.</p> <p>Comportamientos Predictivos: (A)</p> <ul style="list-style-type: none"> · Crea un ambiente organizacional que estimula la mejora continua del servicio y la orientación a la eficiencia. · Promueve el desarrollo y/o modificación de los procesos para que contribuyan a mejorar la eficiencia de la organización. · Se considera que es un referente en esta competencia.
<p>2. Orientación al cliente</p> <p>Implica el deseo de ayudar o servir a los clientes, de comprender y satisfacer sus necesidades. Implica esforzarse por conocer y resolver los problemas del cliente, tanto del cliente final al que van dirigidos los esfuerzos de la empresa como los clientes de sus clientes y todos aquellos que cooperen en la relación empresa – cliente, como los proveedores y el personal de la organización.</p> <p>Comportamientos Predictivos: (A)</p> <ul style="list-style-type: none"> · Indaga proactivamente más allá de las necesidades que el/los clientes/s manifiestan en un principio y adecua los productos y servicios disponibles a esas necesidades. · Establece una relación con perspectivas de largo plazo con el/los clientes/s para resolver sus necesidades, debiendo sacrificar en algunas ocasiones beneficios inmediatos en función de los futuros.
<p>3. Trabajo en equipo</p> <p>Fortalece el espíritu de equipo en toda la organización. Expresa satisfacción personal con los éxitos de sus pares o de otras líneas de negocios. Se preocupa por apoyar el desempeño de otras áreas de la compañía, aunque la organización no le dé suficiente apoyo. En beneficio de objetivos organizacionales de largo plazo, es capaz de sacrificar intereses personales o de su grupo cuando es necesario. Se considera que es un referente en el manejo de equipos de trabajo.</p> <p>Comportamientos Predictivos: (A)</p> <p>Anima y motiva a los demás. Desarrolla el espíritu de equipo. Actúa para desarrollar un ambiente de trabajo amistoso, buen clima y espíritu de cooperación. Resuelve los conflictos que se puedan producir dentro del equipo. Solicita la opinión al resto del grupo. Valora sinceramente las ideas y experiencia de los demás; mantiene una actitud abierta para aprender de los otros, incluso sus pares y subordinados. Promueve la colaboración de los distintos equipos, dentro de ellos y entre ellos. Valora las contribuciones de los demás, aunque tengan diferentes puntos de vista. Cooperar. Participa de buen grado en el grupo, apoya sus decisiones. Realiza la parte de trabajo que le corresponde. Como miembro de un equipo, mantiene informados a los demás y los tiene al corriente de los temas que lo afectan. Comparte información.</p>

4. Comprensión Interpersonal

Es la habilidad para escuchar, entender correctamente los pensamientos, sentimientos o preocupaciones de los demás, aunque no se expresen verbalmente o se expresen parcialmente. Esta competencia mide la creciente complejidad y profundidad que supone entender a los demás; puede también incluir la sensibilidad intercultural.

Comportamientos Predictivos: (A)

- Entiende los sentimientos o su razón. Capta los sentimientos de una persona en un momento dado o su razón explícita, pero no ambas cosas.
- Entiende los sentimientos y su razón. Entiende a la vez los sentimientos de los demás y su razón explícita.
- Entiende los porqués. Entiende el sentido o por qué los demás actúan en ese momento de una determinada manera, aunque estos no lo expliquen o lo hagan de una forma incompleta o imprecisa.
- Entiende los problemas de fondo de los demás. Comprende las razones principales de los sentimientos, preocupaciones y comportamientos más arraigados de otras personas. O bien da una visión completa de los puntos fuertes y débiles de los demás.

Elaborado por: Estudiantes de la carrera de Talento Humano.

Tabla 19: Perfil del cargo de director recursos humanos.

	PERFIL DEL CARGO DE DIRECTOR RECURSOS HUMANOS	CODIGO: DRH 003
		VERSIÓN: 01 ESTADO: VIGENTE
		FECHA: 10-12-2019
1. Desarrollo de personas		
<p>Desarrollo de Personas implica un esfuerzo constante por mejorar el aprendizaje o el desarrollo de los demás a partir de un apropiado análisis de sus necesidades y de la organización. Se centra en el interés por desarrollar a las personas, no en el de proporcionar formación.</p> <p>Comportamientos Predictivos: (A)</p> <ul style="list-style-type: none"> · Expresa expectativas positivas. Hace comentarios positivos sobre el desarrollo de los demás. Se refiere a las habilidades actuales y futuras y/o el potencial para aprender, incluso en casos difíciles. Cree que las personas quieren y pueden aprender para mejorar su rendimiento. · Da instrucciones detalladas. Dedicar tiempo para explicar a los demás cómo realizar los trabajos y/o hacer demostraciones prácticas. Da instrucciones detalladas y les ofrece sugerencias para ayudarles. · Da explicaciones/ofrece ayuda. Da instrucciones o demostraciones, junto con las razones subyacentes, como estrategia de aprendizaje. Ofrece a los colaboradores ayuda práctica o instrumentos que les faciliten el trabajo (por ejemplo: recursos adicionales, herramientas, información, consejo de expertos...). Hace preguntas, pruebas o test o utiliza medios para asegurarse de que los demás han comprendido bien sus explicaciones o instrucciones. · Da "feed-back". Da "feedback" positivo o mixto como estrategia de desarrollo. Anima y motiva a los demás después de un contratiempo o revés. Da feedback negativo en términos de comportamientos concretos y sin desacreditar personalmente, y expresa su confianza en que se mejorará en el futuro, o bien ofrece sugerencias específicas para mejorar. 		
2. Confianza en sí mismo		
<p>Es el convencimiento de que se es capaz de realizar con éxito una tarea o elegir el enfoque adecuado para resolver un problema. Esto incluye abordar nuevos y crecientes retos con una actitud de confianza en las propias posibilidades, decisiones o puntos de vista.</p> <p>Comportamientos Predictivos: (B)</p> <ul style="list-style-type: none"> · Sostiene sus ideas y puntos de vista con fundamento y criterio frente a interlocutores internos y externos de todos los niveles, y es capaz de incorporar nuevas ideas o aportes, reconociendo el mérito de quienes las realizan. · Es abierto a cambios en su rutina laboral, actúa con seguridad y eficiencia y se siente atraído por asumir nuevas y más desafiantes tareas. · Aporta herramientas adecuadas para el manejo de situaciones delicadas con criterio y seguridad. 		
3. Conocimiento subsistemas de Rh		
<p>El área o departamento de recursos humanos debe estar correctamente organizada para que de esta manera se responda eficientemente a las necesidades de la organización.</p> <p>Proporciona formación, o experiencias en el trabajo que sirvan para adquirir nuevas capacidades o habilidades. Hace que las personas lleguen a la solución de los problemas en lugar de darles simplemente la respuesta.</p> <p>No se deben confundir los subsistemas de recursos humanos con los subsistemas de la empresa.</p> <p>Comportamientos Predictivos: (B)</p> <ul style="list-style-type: none"> · Reclutamiento y selección de personal · Planes de desarrollo y sucesión · Capacitación profesional · Sueldos y salarios 		

· Evaluaciones de desempeño

Elaborado por: Estudiantes de la carrera de Talento Humano.

Tabla 20: Perfil del cargo de director recursos humanos.

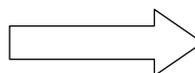
	PERFIL DEL CARGO DE DIRECTOR RECURSOS HUMANOS	CODIGO: DRH 003
		VERSIÓN: 01 ESTADO: VIGENTE
		FECHA: 10-12-2019

Elaborado por: Estudiantes de la carrera de Talento Humano.

4.2 Funciones y responsabilidades del cargo

a) Ejecución de Estrategias y actividades propias del cargo

- ✓ Colaborar en la creación y difusión de las políticas laborales de la empresa.
- ✓ Vigilar el cumplimiento del paquete de prestaciones ofrecidos a los trabajadores, dotando a estos de la información necesaria para que puedan solicitarlas y utilizarlas.
- ✓ Generar un ambiente de confianza con los empleados a través de una interacción constante.
- ✓ Escuchar y atender las preocupaciones de los empleados para canalizarlas a la esfera ejecutiva, y de ser necesario, defender dichas demandas
- ✓ Ideas y coordinar actividades al interior de la empresa que impulsen las relaciones positivas de trabajo.
- ✓ Incentivar y favorecer la capacitación y actualización de las habilidades de los



Implementación

empleados.

- ✓ Selección y reclutamiento de candidatos.
- ✓ Seguimiento del proceso de selección.
- ✓ Inducción de nuevos integrantes de la plantilla, a fin de que conozcan la misión, visión y valores de la empresa.

b) Mejora continua

- ✓ Planes de acción sobre necesidades de mejora  Acciones de mejora

4.2 Autoridad

- ✓ Atender bajo su responsabilidad dirección de Recursos Humanos de SAE y los analistas a su cargo
- ✓ Presentar la Organización ante el Estado, Los Socios, La Comunidad y los Clientes.

Tabla 21: Perfil del cargo de director de marketing

	PERFIL DEL CARGO DE DIRECTOR DE COMERCIALIZACIÓN	CODIGO: COM 004
		VERSIÓN: 01 ESTADO: VIGENTE
		FECHA: 10-12-2019

1. OBJETIVO:

Definir las competencias necesarias, en términos de educación, formación, experiencia y habilidades, para ocupar el cargo de Director de Marketing de SAE. Determinar la responsabilidad y autoridad propias del cargo.

2. ALCANCE:

Aplica al cargo de Director de Comercialización de SAE, cuya misión es diseñar planes de marketing a corto, medio y largo plazo, determinando las prioridades y estrategias de los productos de la empresa con la finalidad de acceder a los mercados como meta final en las mejores condiciones de competitividad y rentabilidad; lo que permite la satisfacción de los accionistas y el logro del direccionamiento estratégico definido por gerencia general.

3. RESPONSABLE:

Director de Recursos Humanos

4. CONTENIDO:

4.1. PERFIL DE REFERENCIA:

EDUCACIÓN: Profesional en marketing, diseño gráfico y/o áreas afines

FORMACIÓN: Conocimiento en el área de planificación de estrategias comerciales, canales de distribución, producto-mercado-competencial, manejo de herramientas de diseño gráfico.

EXPERIENCIA: Experiencia mínima de tres (3) años como director o jefe de marketing o media

HABILIDADES:

Destrezas dadas por la experiencia en anteriores cargos

Diseño de campañas publicitarias y de promoción

Tabla 22: Perfil de referencia.

	ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ
CARGO	Dirección de Recursos Humanos	Dirección de Recursos Humanos	Gerencia General
NOMBRE			
FIRMA			

Elaborado por: Estudiantes de la carrera de Talento Humano.

Tabla 23: Perfil del cargo de director de marketing.

	PERFIL DEL CARGO DE DIRECTOR DE COMERCIALIZACIÓN	CODIGO: COM 004
		VERSIÓN: 01 ESTADO: VIGENTE
		FECHA: 10-12-2019
PERFIL DE COMPETENCIAS		
Competencias de Valor: Cualidades humanas a los que adhiere la organización y se ejercen a		
1. Compromiso		

El Director de Marketing siente como propios los objetivos de la organización, previniendo y superando los obstáculos que interfieran con el cumplimiento de las metas de cada área. Apoya e instrumenta acciones alineadas con la estrategia corporativa. Pone en marcha las acciones y directrices recibidas por parte de la Junta Directiva y cumple cabalmente con sus compromisos, personales y profesionales.							
2. Calidad en el Trabajo							
El Director de Marketing se desempeña con éxito en los trabajos que realiza, basado en el profundo conocimiento de su área de trabajo y en su capacidad de planificación, organización y monitoreo. Implementa mejoras a las herramientas y estrategias que utiliza. Espera y exige de sus subordinados esta actitud.							
3. Consciencia Organizacional							
El Director de Marketing reconoce e interpreta las relaciones de poder en la propia empresa. Ello implica la capacidad de identificar tanto a aquellas personas que toman las decisiones como a las que pueden influir sobre las anteriores; asimismo, significa ser capaz de prever la forma en que los acontecimientos o las situaciones afectarán a las personas y grupos de la organización.							
4. Responsabilidad Social Individual							
El Director de Marketing emprende, se articula y facilita ejercicios de cooperación, solidaridad y contribución, para mejorar estados en la calidad de vida de compañeros de trabajo, vecinos, comunidades rurales y sociedad en general. Se interesa en la preservación del medio ambiente y en la transformación estructural de prácticas y comportamientos a partir del buen ejemplo.							
Competencias Específicas: características relacionadas directamente con el puesto de trabajo				Grado			
				A	B	C	D
Motivación							
1	Orientación al logro			X			
2	Orientación al cliente			X			
Características							
3	Trabajo en equipo			X			
4	Innovación			X			
5	Iniciativa			X			
Concepto Propio							
6	Confianza en sí mismo			X			
Conocimiento							
7	Conocimiento de la industria y el mercado			X			

Elaborado por: Estudiantes de la carrera de Talento Humano.

Tabla 24: Perfil del cargo de director de marketing

	PERFIL DEL CARGO DE DIRECTOR DE COMERCIALIZACIÓN	CODIGO: COM 004
		VERSIÓN: 01 ESTADO: VIGENTE
		FECHA: 10-12-2019
Competencias Específicas		
1. Orientación al logro		
<p>Es la capacidad para actuar con velocidad y sentido de urgencia cuando se deben tomar decisiones importantes necesarias para superar a los competidores, responder a las necesidades del cliente o mejorar la organización. Es la capacidad de administrar los procesos establecidos para que no interfieran con la consecución de los resultados esperados.</p> <p>Comportamientos Predictivos: (A)</p> <ul style="list-style-type: none"> · Crea un ambiente organizacional que estimula la mejora continua del servicio y la orientación a la eficiencia. · Promueve el desarrollo y/o modificación de los procesos para que contribuyan a mejorar la eficiencia de la organización. · Se considera que es un referente en esta competencia. 		
2. Orientación al cliente		
<p>Implica el deseo de ayudar o servir a los clientes, de comprender y satisfacer sus necesidades. Implica esforzarse por conocer y resolver los problemas del cliente, tanto del cliente final al que van dirigidos los esfuerzos de la empresa como los clientes de sus clientes y todos aquellos que cooperen en la relación empresa – cliente, como los proveedores y el personal de la organización.</p> <p>Comportamientos Predictivos: (A)</p> <ul style="list-style-type: none"> · Indaga proactivamente más allá de las necesidades que el/los clientes/s manifiestan en un principio y adecua los productos y servicios disponibles a esas necesidades. · Establece una relación con perspectivas de largo plazo con el/los clientes/s para resolver sus necesidades, debiendo sacrificar en algunas ocasiones beneficios inmediatos en función de los futuros. 		
3. Trabajo en equipo		
<p>Fortalece el espíritu de equipo en toda la organización. Expresa satisfacción personal con los éxitos de sus pares o de otras líneas de negocios. Se preocupa por apoyar el desempeño de otras áreas de la compañía, aunque la organización no le dé suficiente apoyo. En beneficio de objetivos organizacionales de largo plazo, es capaz de sacrificar intereses personales o de su grupo cuando es necesario. Se considera que es un referente en el manejo de equipos de trabajo.</p> <p>Comportamientos Predictivos: (A)</p> <p>Anima y motiva a los demás. Desarrolla el espíritu de equipo. Actúa para desarrollar un ambiente de trabajo amistoso, buen clima y espíritu de cooperación. Resuelve los conflictos que se puedan producir dentro del equipo. Solicita la opinión al resto del grupo. Valora sinceramente las ideas y experiencia de los demás; mantiene una actitud abierta para aprender de los otros, incluso sus pares y subordinados. Promueve la colaboración de los distintos equipos, dentro de ellos y entre ellos. Valora las contribuciones de los demás, aunque tengan diferentes puntos de vista. Cooperar. Participa de buen grado en el grupo, apoya sus decisiones. Realiza la parte de trabajo que le corresponde. Como miembro de un equipo, mantiene informados a los demás y los tiene al corriente de los temas que lo afectan. Comparte información.</p>		

4. Innovación
<p>Es la capacidad para modificar las cosas incluso partiendo de formas o situaciones no pensadas con anterioridad. Implica idear soluciones nuevas y diferente ante problemas o situaciones requeridos por el propio puesto, la organización, los clientes o el segmento de la economía donde actúe</p> <p>Comportamientos Predictivos: (A)</p> <ul style="list-style-type: none"> · Presenta una solución novedosa y original, a la medida de los requerimientos del cliente, que ni la propia empresa ni otros habían presentado antes. · Presenta soluciones a problemas o situaciones de los clientes que la empresa no había ofrecido nunca. · Aplica/recomienda soluciones para resolver problemas o situaciones utilizando su experiencia en otras similares. Aplica/recomienda respuesta estándar que el mercado u otros utilizarían para resolver problemas/situaciones similares a los presentados en su área

Elaborado por: Estudiantes de la carrera de Talento Humano.

Tabla 25: Perfil del cargo de director recursos humanos

	PERFIL DEL CARGO DE DIRECTOR DE COMERCIALIZACIÓN	CODIGO: COM 004
		VERSIÓN: 01 ESTADO: VIGENTE
		FECHA: 10-12-2019
1. Iniciativa		
<p>Es la predisposición para actuar proactivamente y a pensar no sólo en lo que hay que hacer en el futuro. Implica marcar el rumbo mediante acciones concretas, no sólo de palabras. Los niveles de actuación van desde concretar decisiones tomadas en el pasado hasta la búsqueda de nuevas oportunidades o soluciones de los problemas</p> <p>Comportamientos Predictivos: (A)</p> <ul style="list-style-type: none"> · Se anticipa a las situaciones con una visión a largo plazo; actúa para crear oportunidades o evitar problemas que no son evidentes para los demás. Elabora planes de contingencia. Es promotor de ideas innovadoras. Se considera que es un referente en esta competencia y es imitado por otros. · Se adelanta y prepara para los acontecimientos que puedan ocurrir en el corto plazo. Crea oportunidades o minimiza los problemas potenciales. Es capaz de evaluar las principales consecuencias de una decisión a largo plazo. Es ágil en la respuesta a los cambios. Aplica distintas formas de trabajo con una visión de mediano plazo. · Toma decisiones en momentos de crisis, tratando de anticiparse a las situaciones que puedan surgir. Actúa rápida y decididamente en una crisis, cuando lo normal sería esperar, analizar y ver si se resuelve sola. Tiene distintos enfoques para enfrentar un problema. · Aborda oportunidades o problemas del momento. Reconoce las oportunidades que se presentan, y o bien actúa para materializarlas o bien se enfrenta inmediatamente con los problemas. 		
2. Confianza en sí mismo		

Es el convencimiento de que se es capaz de realizar con éxito una tarea o elegir el enfoque adecuado para resolver un problema. Esto incluye abordar nuevos y crecientes retos con una actitud de confianza en las propias posibilidades, decisiones o puntos de vista.

Comportamientos Predictivos: (B)

- Sostiene sus ideas y puntos de vista con fundamento y criterio frente a interlocutores internos y externos de todos los niveles, y es capaz de incorporar nuevas ideas o aportes, reconociendo el mérito de quienes las realizan.
- Es abierto a cambios en su rutina laboral, actúa con seguridad y eficiencia y se siente atraído por asumir nuevas y más desafiantes tareas.
- Aporta herramientas adecuadas para el manejo de situaciones delicadas con criterio y seguridad.

3. Conocimiento de la industria y el mercado

Es la capacidad de comprender las necesidades del o los clientes, la de los clientes de sus clientes, las de los usuarios finales (según corresponda). También es la capacidad de prever las tendencias, las diferentes oportunidades del mercado, las amenazas de las empresas competidoras, y los puntos fuertes y débiles de la propia organización.

Comportamientos Predictivos: (B)

- Identifica las tendencias de mercado. Elabora y propone proyectos alineados con los objetivos estratégicos, realiza correctos análisis de fortalezas y debilidades, reconoce las potenciales amenazas provenientes de los diferentes oferentes/jugadores del mercado en el que actúa.
- Planifica su accionar y conoce a fondo todas las posibles variables. Toma decisiones estratégicas y define objetivos para posicionar la propia empresa, y genera planes de acción y seguimiento que apunten a lograrlos.
- Comprende la estrategia, objetivos y la cultura de la organización propia y la de los clientes. Conoce la segmentación del mercado que sus propios clientes realizan, y los productos y servicios que se les ofrecen.
- Comprende le negocio del cliente. Tiene conocimientos generales del mercado y de la industria. Maneja el lenguaje del cliente y aplica conceptos adecuados.

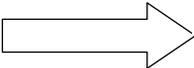
Elaborado por: Estudiantes de la carrera de Talento Humano.

Tabla 26: Perfil del cargo de director de marketing

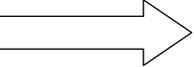
	PERFIL DEL CARGO DE DIRECTOR DE COMERCIALIZACIÓN	CODIGO: COM 004
		VERSIÓN: 01 ESTADO: VIGENTE
		FECHA: 10-12-2019

4. 2 Funciones y responsabilidades del cargo

a) Ejecución de Estrategias y actividades propias del cargo

- ✓ Diseñar, planificar elaborar e instaurar los planes de marketing de la empresa.
- ✓ Coordinar y controlar el lanzamiento de campañas publicitarias y de promoción.
- ✓ Dirigir y supervisar los estudios sobre coberturas, cuotas y distribución.
- ✓ Dar soporte al área de ventas en cuanto a estrategias, políticas, canales, publicidad, merchandising  Implementación
- ✓ Hacer investigaciones comerciales de los productos existentes o nuevos, realizando el estudio de las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de estos en el mercado.

b) Mejora continua

- ✓ Planes de acción sobre necesidades de mejora  Acciones de mejora

4.3 Autoridad

- Atender bajo su responsabilidad dirección de Marketing de SAE y los analistas a su cargo
- Presentar la Organización ante el Estado, Los Socios, La Comunidad y los Clientes.

Tabla 27: Perfil del cargo de director de producción

	PERFIL DEL CARGO DE DIRECTOR DE PRODUCCIÓN	CODIGO: DP 005
		VERSIÓN: 01 ESTADO: VIGENTE
		FECHA: 10-12-2019

1. Objetivo:

Definir las competencias necesarias, en términos de educación, formación, experiencia y habilidades, para ocupar el cargo de Director de Producción de SAE. Determinar la responsabilidad y autoridad propias del cargo.

2. Alcance:

Aplica al cargo de Director de Producción de SAE, cuya misión es prever, organizar integrar, dirigir, controlar y retroalimentar las operaciones de producción garantizando el cumplimiento de los planes con eficiente uso de los recursos dentro de los estándares de productividad y calidad establecidos; lo que permite la satisfacción de los accionistas y el logro del direccionamiento estratégico definido por gerencia general.

3. Responsable:

Director de Recursos Humanos

4. Contenido:

4.1. Perfil de referencia:

Educación:	Profesional en Ingeniería Industrial y/o áreas afines
Formación:	Conocimiento en el área de blockchain para producción y distribución, cadena de suministros.
Experiencia:	Experiencia mínima de tres (3) años como director o jefe de producción.

Habilidades:

Destrezas dadas por la experiencia en anteriores cargos

Conocimientos de BPM

Idioma inglés

Metodologías ágiles

Tabla 28: Perfil de referencia.

	ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ
CARGO	Dirección de Recursos Humanos	Dirección de Recursos Humanos	Gerencia General
NOMBRE			
FIRMA			

Elaborado por: Estudiantes de la carrera de Talento Humano.

Tabla 29: Perfil de cargo de director de producción.

	PERFIL DEL CARGO DE DIRECTOR DE PRODUCCIÓN	CODIGO: DP 005
		VERSIÓN: 01 ESTADO: VIGENTE
		FECHA: 10-12-2019
PERFIL DE COMPETENCIAS		
Competencias de Valor: Cualidades humanas a los que adhiere la organización y se ejercen a través de conductas		
1. Compromiso		
El Director de Producción siente como propios los objetivos de la organización, previniendo y superando los obstáculos que interfieran con el cumplimiento de las metas de cada área. Apoya e instrumenta acciones alineadas con la estrategia corporativa. Pone en marcha las acciones y directrices recibidas por parte de la Junta Directiva y cumple cabalmente con sus compromisos, personales y profesionales.		
2. Calidad en el Trabajo		
El Director de Producción se desempeña con éxito en los trabajos que realiza, basado en el profundo conocimiento de su área de trabajo y en su capacidad de planificación, organización y monitoreo. Implementa mejoras a las herramientas y estrategias que utiliza. Espera y exige de sus subordinados esta actitud.		

3. Conciencia Organizacional								
El Director de Producción reconoce e interpreta las relaciones de poder en la propia empresa. Ello implica la capacidad de identificar tanto a aquellas personas que toman las decisiones como a las que pueden influir sobre las anteriores; asimismo, significa ser capaz de prever la forma en que los acontecimientos o las situaciones afectarán a las personas y grupos de la organización.								
4. Responsabilidad Social Individual								
El Director de Producción emprende, se articula y facilita ejercicios de cooperación, solidaridad y contribución, para mejorar estados en la calidad de vida de compañeros de trabajo, vecinos, comunidades rurales y sociedad en general. Se interesa en la preservación del medio ambiente y en la transformación estructural de prácticas y comportamientos a partir del buen ejemplo.								
Competencias Específicas: características relacionadas directamente con el puesto de trabajo				Grado				
				A	B	C	D	
Motivación								
1	Orientación al logro						X	
2	Orientación al cliente						X	
Características								
3	Trabajo en equipo						X	
4	Innovación						X	
5	Iniciativa						X	
Concepto Propio								
6	Confianza en sí mismo						X	
Conocimiento								
7	Conocimiento de la industria y el mercado						X	

Elaborado por: Estudiantes de la carrera de Talento Humano.

Tabla 30: Perfil del cargo de directorio de marketing

	PERFIL DEL CARGO DE DIRECTOR DE PRODUCCIÓN	CODIGO: DP 005
		VERSIÓN: 01 ESTADO: VIGENTE
		FECHA: 10-12-2019
Competencias Específicas		
1. Orientación al logro		

Es la capacidad para actuar con velocidad y sentido de urgencia cuando se deben tomar decisiones importantes necesarias para superar a los competidores, responder a las necesidades del cliente o mejorar la organización. Es la capacidad de administrar los procesos establecidos para que no interfieran con la consecución de los resultados esperados.

Comportamientos Predictivos: (A)

- Crea un ambiente organizacional que estimula la mejora continua del servicio y la orientación a la eficiencia.
- Promueve el desarrollo y/o modificación de los procesos para que contribuyan a mejorar la eficiencia de la organización.
- Se considera que es un referente en esta competencia.

2. Orientación al cliente

Implica el deseo de ayudar o servir a los clientes, de comprender y satisfacer sus necesidades. Implica esforzarse por conocer y resolver los problemas del cliente, tanto del cliente final al que van dirigidos los esfuerzos de la empresa como los clientes de sus clientes y todos aquellos que cooperen en la relación empresa – cliente, como los proveedores y el personal de la organización.

Comportamientos Predictivos: (A)

- Indaga proactivamente más allá de las necesidades que el/los clientes/s manifiestan en un principio y adecua los productos y servicios disponibles a esas necesidades.
- Establece una relación con perspectivas de largo plazo con el/los clientes/s para resolver sus necesidades, debiendo sacrificar en algunas ocasiones beneficios inmediatos en función de los futuros.

3. Trabajo en equipo

Fortalece el espíritu de equipo en toda la organización. Expresa satisfacción personal con los éxitos de sus pares o de otras líneas de negocios. Se preocupa por apoyar el desempeño de otras áreas de la compañía, aunque la organización no le dé suficiente apoyo. En beneficio de objetivos organizacionales de largo plazo, es capaz de sacrificar intereses personales o de su grupo cuando es necesario. Se considera que es un referente en el manejo de equipos de trabajo.

Comportamientos Predictivos: (A)

Anima y motiva a los demás. Desarrolla el espíritu de equipo. Actúa para desarrollar un ambiente de trabajo amistoso, buen clima y espíritu de cooperación. Resuelve los conflictos que se puedan producir dentro del equipo. Solicita la opinión al resto del grupo. Valora sinceramente las ideas y experiencia de los demás; mantiene una actitud abierta para aprender de los otros, incluso sus pares y subordinados. Promueve la colaboración de los distintos equipos, dentro de ellos y entre ellos. Valora las contribuciones de los demás, aunque tengan diferentes puntos de vista. Cooperar. Participa de buen grado en el grupo, apoya sus decisiones. Realiza la parte de trabajo que le corresponde. Como miembro de un equipo, mantiene informados a los demás y los tiene al corriente de los temas que lo afectan. Comparte información.

4. Innovación

Es la capacidad para modificar las cosas incluso partiendo de formas o situaciones no pensadas con anterioridad. Implica idear soluciones nuevas y diferentes antes problemas o situaciones requeridos por el propio puesto, la organización, los clientes o el segmento de la economía donde actúe

Comportamientos Predictivos: (A)

- Presenta una solución novedosa y original, a la medida de los requerimientos del cliente, que ni la propia empresa ni otros habían presentado antes.
- Presenta soluciones a problemas o situaciones de los clientes que la empresa no había ofrecido nunca.
- Aplica/recomienda soluciones para resolver problemas o situaciones utilizando su experiencia en otras similares. Aplica/recomienda respuesta estándar que el mercado u otros utilizarían para resolver problemas/situaciones similares a los presentados en su área

Elaborado por: Estudiantes de la carrera de Talento Humano.

Tabla 31: Perfil del cargo de director de producción.

	PERFIL DEL CARGO DE DIRECTOR DE PRODUCCIÓN	CODIGO: DP 005
		VERSIÓN: 01 ESTADO: VIGENTE
		FECHA: 10-12-2019
1. Iniciativa		
<p>Es la predisposición para actuar proactivamente y a pensar no sólo en lo que hay que hacer en el futuro. Implica marcar el rumbo mediante acciones concretas, no sólo de palabras. Los niveles de actuación van desde concretar decisiones tomadas en el pasado hasta la búsqueda de nuevas oportunidades o soluciones de los problemas</p> <p>Comportamientos Predictivos: (A)</p> <ul style="list-style-type: none"> · Se anticipa a las situaciones con una visión a largo plazo; actúa para crear oportunidades o evitar problemas que no son evidentes para los demás. Elabora planes de contingencia. Es promotor de ideas innovadoras. Se considera que es un referente en esta competencia y es imitado por otros. · Se adelanta y prepara para los acontecimientos que puedan ocurrir en el corto plazo. Crea oportunidades o minimiza los problemas potenciales. Es capaz de evaluar las principales consecuencias de una decisión a largo plazo. Es ágil en la respuesta a los cambios. Aplica distintas formas de trabajo con una visión de mediano plazo. · Toma decisiones en momentos de crisis, tratando de anticiparse a las situaciones que puedan surgir. Actúa rápida y decididamente en una crisis, cuando lo normal sería esperar, analizar y ver si se resuelve sola. Tiene distintos enfoques para enfrentar un problema. · Aborda oportunidades o problemas del momento. Reconoce las oportunidades que se presentan, y o bien actúa para materializarlas o bien se enfrenta inmediatamente con los problemas. 		

2. Confianza en sí mismo
<p>Es el convencimiento de que se es capaz de realizar con éxito una tarea o elegir el enfoque adecuado para resolver un problema. Esto incluye abordar nuevos y crecientes retos con una actitud de confianza en las propias posibilidades, decisiones o puntos de vista.</p> <p>Comportamientos Predictivos: (B)</p> <ul style="list-style-type: none"> · Sostiene sus ideas y puntos de vista con fundamento y criterio frente a interlocutores internos y externos de todos los niveles, y es capaz de incorporar nuevas ideas o aportes, reconociendo el mérito de quienes las realizan. · Es abierto a cambios en su rutina laboral, actúa con seguridad y eficiencia y se siente atraído por asumir nuevas y más desafiantes tareas. · Aporta herramientas adecuadas para el manejo de situaciones delicadas con criterio y seguridad.
7. Conocimiento de la industria y el mercado
<p>Es la capacidad de comprender las necesidades del o los clientes, la de los clientes de sus clientes, las de los usuarios finales (según corresponda). También es la capacidad de prever las tendencias, las diferentes oportunidades del mercado, las amenazas de las empresas competidoras, y los puntos fuertes y débiles de la propia organización.</p> <p>Comportamientos Predictivos: (B)</p> <ul style="list-style-type: none"> · Identifica las tendencias de mercado. Elabora y propone proyectos alineados con los objetivos estratégicos, realiza correctos análisis de fortalezas y debilidades, reconoce las potenciales amenazas provenientes de los diferentes oferentes/jugadores del mercado en el que actúa. · Planifica su accionar y conoce a fondo todas las posibles variables. Toma decisiones estratégicas y define objetivos para posicionar la propia empresa, y genera planes de acción y seguimiento que apunten a lograrlos. · Comprende la estrategia, objetivos y la cultura de la organización propia y la de los clientes. Conoce la segmentación del mercado que sus propios clientes realizan, y los productos y servicios que se les ofrecen. · Comprende le negocio del cliente. Tiene conocimientos generales del mercado y de la industria. Maneja el lenguaje del cliente y aplica conceptos adecuados.

Elaborado por: Estudiantes de la carrera de Talento Humano.

Tabla 32: Perfil del cargo de director de producción.

 <p>Servicios Administrativos Especializados</p>	<p>PERFIL DEL CARGO DE DIRECTOR DE PRODUCCIÓN</p>	CODIGO: DP 005
		VERSIÓN: 01 ESTADO: VIGENTE
		FECHA: 10-12-2019

Elaborado por: Estudiantes de la carrera de Talento Humano.

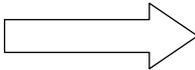
4. 2 Funciones y responsabilidades del cargo

a) Ejecución de Estrategias y actividades propias del cargo

- ✓ Diseñar, planificar elaborar e

- instaurar los planes de marketing de la empresa.
- ✓ Coordinar y controlar el lanzamiento de campañas publicitarias y de promoción.
 - ✓ Dirigir y supervisar los estudios sobre
-  Implementación

b) Mejora continua

- ✓ Planes de acción sobre necesidades de mejora
-  Acciones de mejora

4.3 Autoridad

- Atender bajo su responsabilidad dirección de Marketing de SAE y los analistas a su cargo
- Presentar la Organización ante el Estado, Los Socios, La Comunidad y los Cliente

Tabla 33: Perfil del cargo de director de secretaria general

	PERFIL DEL CARGO DE SECRETARIA GENERAL	CODIGO: SG 006
		VERSIÓN: 01 ESTADO: VIGENTE
		FECHA: 10-12-2019

1.OBJETIVO:

Definir las competencias necesarias, en términos de educación, formación, experiencia y habilidades, para ocupar el cargo de Secretaria General de la empresa SAE. Determinar la responsabilidad y autoridad propias del cargo.

2. ALCANCE:

Aplica al cargo de Secretaria General de SAE, cuya misión es prever, organizar integrar,

dirigir, controlar y retroalimentar las operaciones de secretaria garantizando el cumplimiento de los planes con eficiente uso de los recursos dentro de los estándares de productividad y calidad establecidos; lo que permite la satisfacción de los accionistas y el logro del direccionamiento estratégico definido por gerencia general.

3.RESONSABLE:

Director de Recursos Humanos

4.CONTENIDO:

4.1.PERFIL DE REFERENCIA:

EDUCACIÓN: Profesional en Secretariado Ejecutivo Trilingüe

FORMACIÓN: Redacción de documentos, ofimática, comunicación organizacional

EXPERIENCIA: Experiencia mínima de tres (3) años como secretaria general

HABILIDADES:

Destrezas dadas por la experiencia en anteriores cargos

Conocimientos: Organización

Gestión de agenda

Manejos de TIC`s

Comunicación

Redacción

Idioma: español

Tabla 34: Perfil de referencia de secretaria general.

	ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ
CARGO	Dirección de Recursos Humanos	Dirección de Recursos Humanos	Gerencia General
NOMBRE			
FIRMA			

Elaborado por: Estudiantes de la carrera de Talento Humano.

Tabla 35: perfil del cargo de secretaria general

	PERFIL DEL CARGO DE SECRETARIA GENERAL		CODIGO: SG 006					
			VERSIÓN: 01 ESTADO: VIGENTE					
			FECHA: 10-12-2019					
PERFIL DE COMPETENCIAS								
Competencias de Valor: Cualidades humanas a los que adhiere la organización y se ejercen a través de conductas								
1. Compromiso								
La secretaria general de SAE siente como propios los objetivos de la organización, previniendo y superando los obstáculos que interfieran con el cumplimiento de las metas de cada área. Apoya e instrumenta acciones alineadas con la estrategia corporativa. Pone en marcha las acciones y directrices recibidas por parte de la Junta Directiva y cumple cabalmente con sus compromisos, personales y profesionales.								
2. Calidad en el Trabajo								
La secretaria general se desempeña con éxito en los trabajos que realiza, basado en el profundo conocimiento de su área de trabajo y en su capacidad de planificación, organización y monitoreo. Implementa mejoras a las herramientas y estrategias que utiliza. Espera y exige de sus subordinados esta actitud.								
3. Prudencia								
La secretaria general se desempeñará con sensatez y moderación en todos los actos, en la aplicación de normas y políticas de la organización sabiendo discernir lo bueno y lo malo para la empresa, para el personal y para sí mismo. Implica también que piensa y actúa								
4. Orientación al cliente								
La secretaria general de SAE demostrará el deseo de ayudar o servir a los clientes, de comprender y satisfacer sus necesidades, aun aquellas no expresadas. Implica esforzarse por conocer y resolver los problemas del cliente, tanto del cliente final a quien van dirigidos los esfuerzos de la empresa como los clientes de los propios clientes y todos aquellos que cooperen en la relación empresa-cliente, como el personal ajeno a la organización.								
Competencias Específicas: características relacionadas directamente con el puesto					Grado			
					A	B	C	D
Motivación								
1	Orientación al logro				X			
2	Orientación al cliente				X			
Características								
3	Trabajo en equipo				X			
4	Innovación				X			
5	Iniciativa				X			
Concepto Propio								
6	Confianza en sí mismo				X			

Conocimiento				
7	Comunicación	X		

Elaborado por: Estudiantes de la carrera de Talento Humano.

Tabla 36: perfil del cargo de secretaria general/competencia específicas

	PERFIL DEL CARGO DE SECRETARIA GENERAL	CODIGO: SG 006
		VERSIÓN: 01 ESTADO: VIGENTE
		FECHA: 10-12-2019
Competencias Específicas		
1. Orientación al logro		
<p>Es la capacidad para actuar con velocidad y sentido de urgencia cuando se deben tomar decisiones importantes necesarias para superar a los competidores, responder a las necesidades del cliente o mejorar la organización. Es la capacidad de administrar los procesos establecidos para que no interfieran con la consecución de los resultados esperados.</p> <p>Comportamientos Predictivos: (A)</p> <ul style="list-style-type: none"> · Crea un ambiente organizacional que estimula la mejora continua del servicio y la orientación a la eficiencia. · Promueve el desarrollo y/o modificación de los procesos para que contribuyan a mejorar la eficiencia de la organización. · Se considera que es un referente en esta competencia. 		
2. Orientación al cliente		
<p>Implica el deseo de ayudar o servir a los clientes, de comprender y satisfacer sus necesidades. Implica esforzarse por conocer y resolver los problemas del cliente, tanto del cliente final al que van dirigidos los esfuerzos de la empresa como los clientes de sus clientes y todos aquellos que cooperen en la relación empresa – cliente, como los proveedores y el personal de la organización.</p> <p>Comportamientos Predictivos: (A)</p> <ul style="list-style-type: none"> · Indaga proactivamente más allá de las necesidades que el/los cliente/s manifiestan en un principio y adecua los productos y servicios disponibles a esas necesidades. · Establece una relación con perspectivas de largo plazo con el/los clientes/s para resolver sus necesidades, debiendo sacrificar en algunas ocasiones beneficios inmediatos en función de los futuros. 		
3. Trabajo en equipo		

Fortalece el espíritu de equipo en toda la organización. Expresa satisfacción personal con los éxitos de sus pares o de otras líneas de negocios. Se preocupa por apoyar el desempeño de otras áreas de la compañía, aunque la organización no le dé suficiente apoyo. En beneficio de objetivos organizacionales de largo plazo, es capaz de sacrificar intereses personales o de su grupo cuando es necesario. Se considera que es un referente en el manejo de equipos de trabajo.

Comportamientos Predictivos: (A)

Anima y motiva a los demás. Desarrolla el espíritu de equipo. Actúa para desarrollar un ambiente de trabajo amistoso, buen clima y espíritu de cooperación. Resuelve los conflictos que se puedan producir dentro del equipo. Solicita la opinión al resto del grupo. Valora sinceramente las ideas y experiencia de los demás; mantiene una actitud abierta para aprender de los otros, incluso sus pares y subordinados. Promueve la colaboración de los distintos equipos, dentro de ellos y entre ellos. Valora las contribuciones de los demás, aunque tengan diferentes puntos de vista. Cooperar. Participa de buen grado en el grupo, apoya sus decisiones. Realiza la parte de trabajo que le corresponde. Como miembro de un equipo, mantiene informados a los demás y los tiene al corriente de los temas que lo afectan. Comparte información.

Elaborado por: Estudiantes de la carrera de Talento Humano.

Tabla 37: Perfil del cargo de secretaria general/innovación

	PERFIL DEL CARGO DE SECRETARIA GENERAL	CODIGO: SG 006
		VERSIÓN: 01 ESTADO: VIGENTE
		FECHA: 10-12-2019
4. Innovación		
<p>Es la capacidad para modificar las cosas incluso partiendo de formas o situaciones no pensadas con anterioridad. Implica idear soluciones nuevas y diferentes ante problemas o situaciones requeridos por el propio puesto, la organización, los clientes o el segmento de la economía donde actúe</p> <p>Comportamientos Predictivos: (A)</p> <ul style="list-style-type: none"> · Presenta una solución novedosa y original, a la medida de los requerimientos del cliente, que ni la propia empresa ni otros habían presentado antes. · Presenta soluciones a problemas o situaciones de los clientes que la empresa no había ofrecido nunca. · Aplica/recomienda soluciones para resolver problemas o situaciones utilizando su experiencia en otras similares. Aplica/recomienda respuesta estándar que el mercado u otros utilizarían para resolver problemas/situaciones similares a los presentados en su área 		
5. Iniciativa		

Es la predisposición para actuar proactivamente y a pensar no sólo en lo que hay que hacer en el futuro. Implica marcar el rumbo mediante acciones concretas, no sólo de palabras. Los niveles de actuación van desde concretar decisiones tomadas en el pasado hasta la búsqueda de nuevas oportunidades o soluciones de los problemas

Comportamientos Predictivos: (A)

- Se anticipa a las situaciones con una visión a largo plazo; actúa para crear oportunidades o evitar problemas que no son evidentes para los demás. Elabora planes de contingencia. Es promotor de ideas innovadoras. Se considera que es un referente en esta competencia y es imitado por otros.
- Se adelanta y prepara para los acontecimientos que puedan ocurrir en el corto plazo. Crea oportunidades o minimiza los problemas potenciales. Es capaz de evaluar las principales consecuencias de una decisión a largo plazo. Es ágil en la respuesta a los cambios. Aplica distintas formas de trabajo con una visión de mediano plazo.
- Toma decisiones en momentos de crisis, tratando de anticiparse a las situaciones que puedan surgir. Actúa rápida y decididamente en una crisis, cuando lo normal sería esperar, analizar y ver si se resuelve sola. Tiene distintos enfoques para enfrentar un problema.
- Aborda oportunidades o problemas del momento. Reconoce las oportunidades que se presentan, y o bien actúa para materializarlas o bien se enfrenta inmediatamente con los problemas.

6. Confianza en sí mismo

Es el convencimiento de que se es capaz de realizar con éxito una tarea o elegir el enfoque adecuado para resolver un problema. Esto incluye abordar nuevos y crecientes retos con una actitud de confianza en las propias posibilidades, decisiones o puntos de vista.

Comportamientos Predictivos: (B)

- Sostiene sus ideas y puntos de vista con fundamento y criterio frente a interlocutores internos y externos de todos los niveles, y es capaz de incorporar nuevas ideas o aportes, reconociendo el mérito de quienes las realizan.
- Es abierto a cambios en su rutina laboral, actúa con seguridad y eficiencia y se siente atraído por asumir nuevas y más desafiantes tareas.
- Aporta herramientas adecuadas para el manejo de situaciones delicadas con criterio y seguridad.

Elaborado por: Estudiantes de la carrera de Talento Humano.

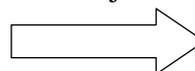
Tabla 38: perfil del cargo de secretaria general/ comunicación

	PERFIL DEL CARGO DE SECRETARIA GENERAL	CODIGO: SG 006
		VERSIÓN: 01 ESTADO: VIGENTE
		FECHA: 10-12-2019
7. Comunicación		
<p>Es la capacidad de comprender las necesidades del o los clientes, la de los clientes de sus clientes, las de los usuarios finales (según corresponda). También es la capacidad de prever las tendencias, las diferentes oportunidades del mercado, las amenazas de las empresas competidoras, y los puntos fuertes y débiles de la propia organización.</p> <p>Comportamientos Predictivos: (A)</p> <ul style="list-style-type: none"> · Es reconocido por su habilidad para identificar los momentos y la forma adecuados para exponer diferentes situaciones en las políticas de la organización y llamado por otros para colaborar en estas situaciones. · Utiliza herramientas y metodologías para diseñar y preparar la mejor estrategia de cada comunicación. 		

4. 2 FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DEL CARGO

Mejora continua

- ✓ Planes de acción sobre necesidades de mejora



Acciones de mejora

4.3 AUTORIDAD

- No ejerce autoridad

8.3. Identidad corporativa de la empresa SAE

SAE Servicios Administrativos Especializados nace de la determinación de las necesidades de los estudiantes de las carreras de Administración Turística, Secretariado

Ejecutivo y Talento Humano, que requieren dentro de su formación profesional una plataforma que les permita la investigación-acción en la cual puedan realizar una práctica real de lo que será su ejercicio profesional una vez obtenida la titulación.



Figura 16. Servicios Administrativos Especializados
Fuente: Coordinación de Carrera

SAE hace que el estudiante ejecute sus proyectos empresariales piloto con todos y cada uno de los procesos que un emprendimiento real cumple, se parte desde un diagnóstico y se concluye con la evaluación de calidad del servicio o producto diseñado.

8.3.1. Filosofía Corporativa SAE



Figura 17: logo de Kairos
Elaborado por: Estudiante de diseño gráfico

MISIÓN: DISEÑAR PROYECTOS INNOVADORES Y CREATIVOS DEL ÁREA ADMINISTRATIVA CON CALIDAD ACADÉMICA INTEGRANDO AL ESTUDIANTE EN CADA UNO DE LOS PROCESOS REALIZADOS, BRINDANDO SEGUIMIENTO Y ACOMPAÑAMIENTO EFECTIVO PARA OBTENER RESULTADOS EXCELENTES.

VISIÓN: SER LA MEJOR EMPRESA GESTIONADORA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS ADMINISTRATIVOS DEL TECNOLÓGICO SUDAMERICANO QUE CONSTRUYA UNA PLATAFORMA ACADÉMICA Y PROMUEVA UN NEXO SEGURO PARA EL EMPRENDIMIENTO DE LOS FUTUROS PROFESIONALES.

VALORES

✓ **Calidad**

Se refiere a la capacidad de satisfacer necesidades implícitas o explícitas

La calidad en relación a los productos

El producto se ajuste a la exigencia de los clientes como el valor añadido costo beneficio entre otros.

Para SAE la calidad es transversal en cada uno de sus actividades tanto en la parte de gestión como en el diseño de sus productos.

En conclusión, no se entrega al cliente lo que quiere si no lo que nunca se imaginó que quería y una vez que lo tenga se dé cuenta que era lo que siempre quería.

✓ **Excelencia**

Permite resaltar la considerable calidad que convierte un objeto en merecedor de una estima y aprecio elevados, se relaciona a la idea de perfección y características sobresalientes

- El producto sea de buena calidad
- A un precio apto para el público dirigido
- Que sea agradable a la vista del público

Tres puntos clave que SAE usa en el diseño de Ktary, Lojatur e Infodoc

✓ **Confianza**

Es la seguridad que algo se va a desarrollar de acuerdo a nuestras expectativas y es fundamental ya que podemos brindar seguridad hacia otras personas.

El trabajo de un equipo multidisciplinario se ha logrado cristalizar con éxito por la confianza depositada en cada una de sus integrantes y que ha sido demostrado, pues los resultados son visibles a lo interno de la institución como en la sociedad Lojana.

✓ **Integridad**

Siempre hacer lo correcto sin afectar los intereses de otras personas.

- Cumplir y superar las expectativas del cliente
- Cumplir el rendimiento de vida del producto
- Confiabilidad del producto

Iniciando desde los procesos financieros concluyendo en la evaluación del producto entregado pues cada paso dado ha sido bajo estrictas normas de transparencia y veracidad.

Objetivos

Objetivos Corporativos

- Integrar las carreras administrativas del Tecnológico Sudamericano a través de la identificación de potencialidades profesionales que contribuyan a solucionar problemas inmediatos del entorno social a través de ideas innovadoras y creativas para el mercado.
- Identificar las necesidades del mercado a través de estudios específicos que nos permita desarrollar alternativas de productos en base a las tendencias del mercado.
- Posicionar a la empresa en el mercado local a través de la aplicación de estrategias de comercialización y ventas que nos permitan ampliar la demanda y satisfacer al máximo sus necesidades.

Objetivos Comerciales

- Definir medios y estrategias de comercialización a través del análisis de resultados obtenidos del mercado para promocionar y posicionar nuestros productos y servicios.
- Comercializar productos y servicios administrativos de calidad a través de la utilización de medios de promoción y publicidad asertivos que aseguren ventas efectivas que generen utilidad en el desarrollo del proyecto.

8.4. Plan Operativo de la empresa SAE

Tabla 39: Plan operativo para la empresa SAE

 <i>Plan Operativo Octubre 2019- Marzo 2020</i>										
Objetivo general: Demostrar que los estudiantes del ISTS están en condiciones de producir bienes o servicios innovadores y de calidad a partir de la formación humana y académica obtenida en el currículo oficial, esto con el fin de comercializar los mismos para dar solución a los problemas laborales de su profesión.										
Variable	Estrategias (Objetivos específicos)	Actividades	% cumplimiento	Cronograma (Periodo de tiempo)		Presupuesto	Medios de verificación	Responsable		
				Fecha de inicio	Fecha de culminación			Ciclo	Sección	Carrera
Estudio de mercado	Identificar las necesidades inmediatas del sector a través de un estudio de mercado que nos permita determinar la demanda de los productos ofertados por la empresa SAE para el año 2020.	1. Determinación de la muestra. 2. Identificación de los segmentos de mercado. 3. Estructuración y aplicación de encuestas. 4. Tabulación y análisis de resultado. 5. Determinación de la demanda. 6. Estructuración de la oferta. 7. Análisis de precio. 8. Análisis de la distribución.	100%	1 de Octubre '2019	31 de Octubre / 2019	\$ 20,00	1. Encuesta. 2. Análisis de los resultados del estudio de mercado. 3. Evidencia.	Primerc	Diurno	Gestión de Talento Humano.

		9. Determinación de estrategias de comercialización.								
Estrategia organizacional	Definir estrategias organizacionales mediante la aplicación de directrices administrativas y económicas para la gestión optima de la empresa SAE que nos permita el cumplimiento de metas y objetivos a corto plazo.	1. Constitución de la empresa SAE. *Estatutos SAE *Reglamento SAE 2. Manual de funciones SAE 3. Ubicación dentro de la empresa. *Orientación del colaborador. *Funciones. *Responsabilidades. *Cargos. 3. Estructura organizacional SAE. *Modelo organizacional SAE. *Organigrama estructural. *Organigrama funcional. 4. Elaboración del plan operativo.	100%	Octubre / 2019	Marzo / 2020	\$ 0,00	1. Estatutos físicos. 2.Reglamento físico. 3. Manual de funciones. 4.Organigramas. 5. Archivos físicos y digitales.	Primero Segundo Tercer	Fin de semana.	Gestión del Talento Humano.
Planificadores multiteareas (Kairos)	Elaborar un planificador multiteareas a través de un modelo funcional para la contribución al buen desempeño	1. Determinación del nombre y eslogan del producto. 2. Elaboración de la Filosofía KAIROS	100%	Octubre / 2019	Marzo / 2020	\$ 4.764,26	1. Publicidad en redes sociales. 2. Producto terminado	Primero Segundo Tercero Quinto	Diurno Nocturno Fin de semana	Gestión de Talento Humano Secretariado Trilingüe Turismo

	personal y laboral.	3. Diseño de la marca, contenidos, material publicitario. 4. Diseño del Planificador multitareas. 5. Diseño de contenidos. 6. Diseño de cápsulas de normas ortográficas y ergonómicas. 7. Impresión del planificador multitareas. 8. Determinación de precios de venta.					KAIROS. 3.Evidencias Fotográficas .			
Reingeniería de software	Aplicar un proceso de reingeniería de software al proyecto Loja Tur tomando como referente principal información actualizada de atractivos turísticos focales ubicados en el cantón Loja con la finalidad de fortalecer la actividad turística del sector.	1. Actualización de las rutas turísticas del centro histórico de la ciudad de Loja. 2. Levantamiento fotográfico de los atractivos turísticos culturales y naturales de la ciudad de Loja. 3. Presentar un prototipo de la creación de una App Móvil.	30%	Noviembre/ 2019	Febrero / 2020	\$ 0,00	1. Archivo fotográfico. 2.Prototipo de una App Móvil	Tercero Quinto	Diurno Fin de semana	Turismo

		4. Reingeniería de la plataforma web a una App Móvil.								
Plan de capacitación	Capacitar a los estudiantes involucrados en la ejecución del proyecto a través del taller de emprendimiento : GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN para generar procesos efectivos que contribuyan al cumplimiento de los objetivos del proyecto.	1. Elección del tema. 2. Desarrollo del material didáctico. 3. Preparación de los materiales para el día de la capacitación. 4. Logística para el desarrollo de la capacitación. 5. Evaluación de los contenidos de capacitación. 6. Ejemplificación de la comercialización de los productos.	100%	Octubre 2019	Marzo 2020	\$ 0,00	1.Documento o guía. 2. Evidencia fotográfica. 3.Maximización en ventas.	Todos	Todos.	Ing. Betty Estrella

Comercialización del producto	Comercializar los productos ofertados, utilizando estrategias innovadoras de venta para cubrir la demanda y obtener rentabilidad económica en la empresa SAE.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar la demanda potencial. 2. Difusión de los beneficios. 3. Promoción mediante redes sociales: <ul style="list-style-type: none"> * Facebook * Instagram * WhatsApp 4. Preventa. 5. Venta directa. 6. Evaluación y medición de los resultados. 	100%	Octubre / 2019	Marzo / 2020	\$ 0,00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Evidencia fotográfica. 2. Evaluación de satisfacción. 3. Resultado de ventas. 	Todos.	Todos.	Docentes y estudiantes.
--------------------------------------	---	--	------	----------------	--------------	---------	--	--------	--------	-------------------------

Socialización de resultados	Socializar los resultados obtenidos de la aplicación del plan operativo estructurado para la empresa SAE a través del cumplimiento de metas establecidas a corto plazo.	1.Elección de estudiantes para la socialización del proyecto. 2.Elaboración de infografías. 3.Ensayos de temas para exponer. 4.Elaboración de memorias del proyecto. 5.Ejecución del evento. 6.Entrega de acciones a estudiantes del primer ciclo.	100%	1 de Febrero / 2020	28 de Febrero / 2020	\$ 410,00	1. Proyecto físico. 2.Registro de asistencia a la socialización. 3.Memorias del proyecto.	Todo s.	Todos.	Docentes y estudiantes.
------------------------------------	---	---	------	---------------------	----------------------	-----------	---	---------	--------	-------------------------

Elaborado por: Estudiantes de la carrera de Talento Humano.

8.5. Oferta Innovadora de la empresa SAE (KAIROS)

8.5.1. Estudio de Mercado para KAIROS

El presente estudio de mercado nos ayudará a determinar la cantidad de demanda en la población de Loja que está dispuesto a adquirir un planificador multitareas con un diseño exclusivo e innovador a precios accesibles de las personas llevándose un producto de calidad.

Ofreciendo así un planificador multitareas enfocado a la concienciación de la importancia de manejar diariamente el tiempo óptimo de las personas a través de un planificador multitareas que contribuya a canalizar los tiempos en nuestra vida cotidiana, tanto en lo laboral como en lo personal y así organizar todos los aspectos importantes mes a mes.

Fórmula de la muestra

Datos:

n = Tamaño de la muestra.

N = Población (Loja) 249658

Z = Nivel de confianza. 1,96

P = Probabilidad de éxito. 50%

Q = Probabilidad de fracaso. 50%

E = Margen de error. 0,05%

$$n = (N * z^2 * P * Q) / ((N - 1) * E^2 + (z^2 * P * Q))$$

$$n = (249658 * [(1,96)]^2 * 0,50 * 0,50) / ((249658 - 1) * [(0,05)]^2 + ((1,96)^2 * 0,50 * 0,50))$$

$$n = (249658 * 3,8416 * 0,50 * 0,50) / ([248657 * 0,0025] + (3,8416 * 0,50 * 0,50))$$

$$n = 239771,5432 / (621,6425 + 0,9604)$$

$$n = \frac{239771,5432}{622,6029}$$

$$n = 384$$

TABULACIÓN DE RESULTADOS ESTUDIO DE MERCADO PRODUCTO “KAIROS”

1. Edad

Tabla 40: Pregunta N° 1 de la encuesta realizada.

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
22-27	153	40%
28-34	91	24%
35-41	56	15%
42-48	44	11%
49-55	40	10%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Estudiantes de Gestión del Talento Humano

Gráfico 1

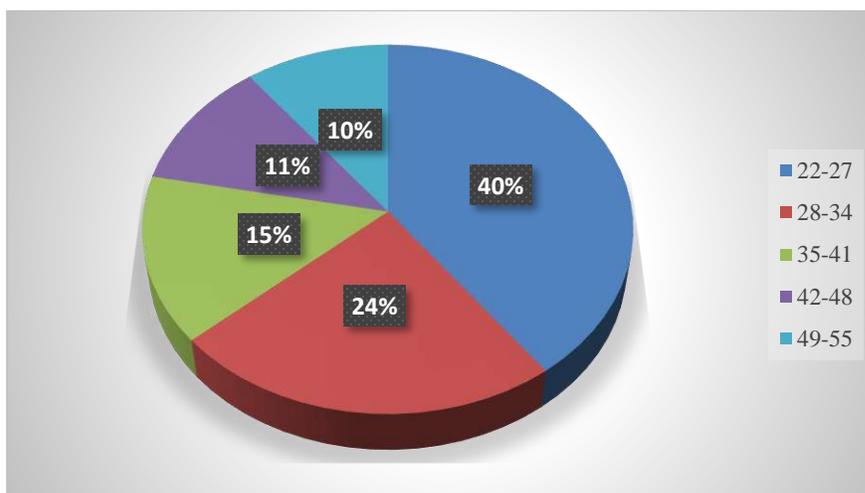


Gráfico 1: Pregunta N° 1 de la encuesta realizada.

Fuente: Encuestas realizada

Elaborado por: Estudiantes de Gestión del Talento Humano

Análisis e Interpretación

Dentro de la ciudad Loja, se realiza para el estudio de mercado con una muestra de 384 personas comprendidas entre las edades de 22-27 años que corresponden al (40%),

de 28-34 años el (24%), de 35-41 años el (15%), de 42-48 años el (11%) y finalmente de 49-55 años con el (8%) de la población encuestada.

2. ¿Le gustan las agendas?

Tabla 41: Pregunta N° 2 de la encuesta realizada.

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	314	82%
NO	70	18%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuestas Realizadas

Elaborado por: Estudiantes de Gestión de Talento Humano

Gráfico 2

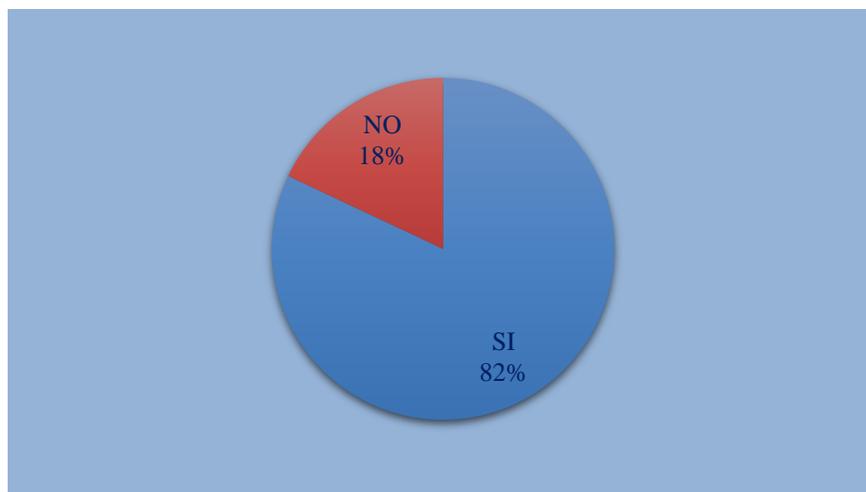


Gráfico 2: Pregunta N° 2 de la encuesta realizada.

Fuente: Encuestas Realizadas

Elaborado por: Estudiantes de Gestión de Talento Humano

Análisis e Interpretación

De una muestra de 384 encuestas en la ciudad de Loja, se evidencia que el 81% de las personas manifiestan que les gustan las agendas, mientras que el 18% consideran que no son de su agrado y que no utilizan dichos artículos.

3. ¿Utiliza agendas para organizar sus actividades diarias?

Tabla 42: Pregunta N° 3 de la encuesta realizada.

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	248	65%
NO	136	35%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuestas Realizadas

Elaborado por: Estudiantes de Gestión de Talento Humano

Gráfico 3

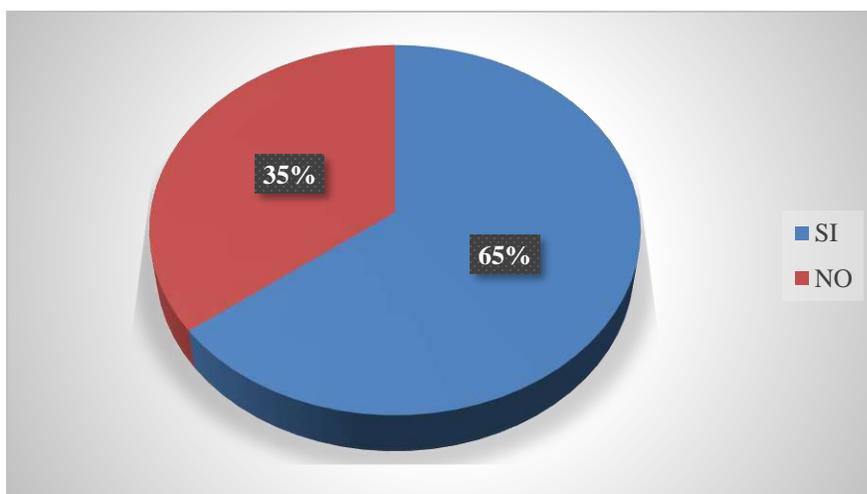


Gráfico 3: Pregunta N° 3 de la encuesta realizada.

Fuente: Encuestas Realizadas

Elaborado por: Estudiantes de Gestión de Talento Humano

Análisis e Interpretación

En los resultados del estudio de mercado de las encuestas realizadas en diferentes sectores de la ciudad de Loja, el 65% nos indicaron que utilizan agendas para organizar sus actividades cotidianas, por lo que el 35% no utiliza agendas para organizar las actividades, considerando que son innecesarias.

4. ¿De qué manera planifica usted sus actividades?

Tabla 43: Pregunta N° 4 de la encuesta realizada.

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diariamente	172	45%
Semanalmente	134	35%
Mensualmente	63	16%
Anualmente	15	4%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuestas Realizadas

Elaborado por: Estudiantes de Gestión de Talento Humano

Gráfico 4

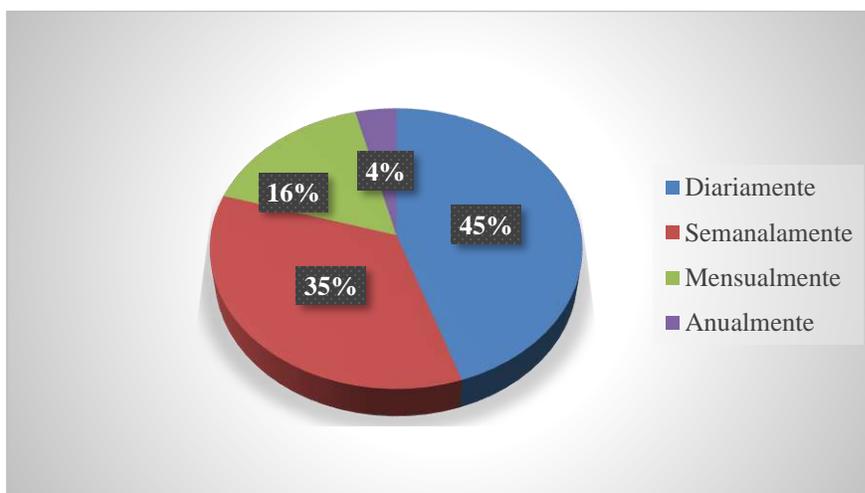


Gráfico 4: Pregunta N° 4 de la encuesta realizada.

Fuente: Encuestas Realizadas

Elaborado por: Estudiantes de Gestión de Talento Humano

Análisis e Interpretación

En un porcentaje ya establecido de la muestra del estudio de mercado realizado en las diferentes parroquias de la ciudad de Loja, el 45% utiliza agendas para organizar las actividades diariamente, el 35% lo realiza semanalmente, el 16% los hace mensualmente, y el 4% lo hace anualmente.

5. ¿De los siguientes artículos, cual es el que ha adquirido?

Tabla 44: Pregunta N° 5 de la encuesta realizada.

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Agenda	235	61%
Calendario	110	29%
Planificador	39	10%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuestas Realizadas

Elaborado por: Estudiantes de Gestión de Talento Humano

Gráfico 5

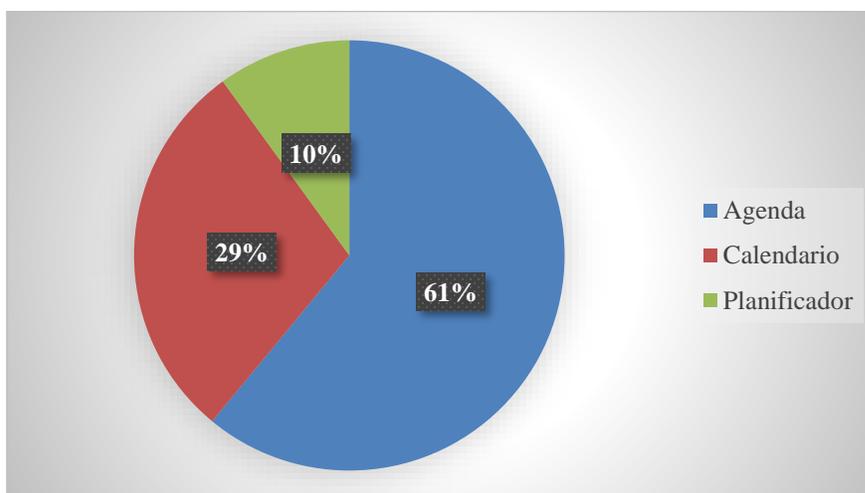


Gráfico 5: Pregunta N° 5 de la encuesta realizada.

Fuente: Encuestas Realizadas

Elaborado por: Estudiantes de Gestión de Talento Humano

Análisis e Interpretación

En la ciudad de Loja las personas encuestadas supieron manifestar que adquirieron agendas como principal documento para sus labores diarias lo cual representa el 61% de la muestra, el 29% utilizan calendario; por lo que un 10% de las personas usan un planificador de tareas.

6. ¿Sabía usted que un planificador funcional de multitareas ayuda a reducir tiempo y recursos en el desarrollo de sus actividades cotidianas tanto en su hogar como en su lugar de trabajo?

Tabla 45: Pregunta N° 6 de la encuesta realizada.

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	238	62%
NO	146	38%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuestas Realizadas

Elaborado por: Estudiantes de Gestión de Talento Humano

Gráfico 6

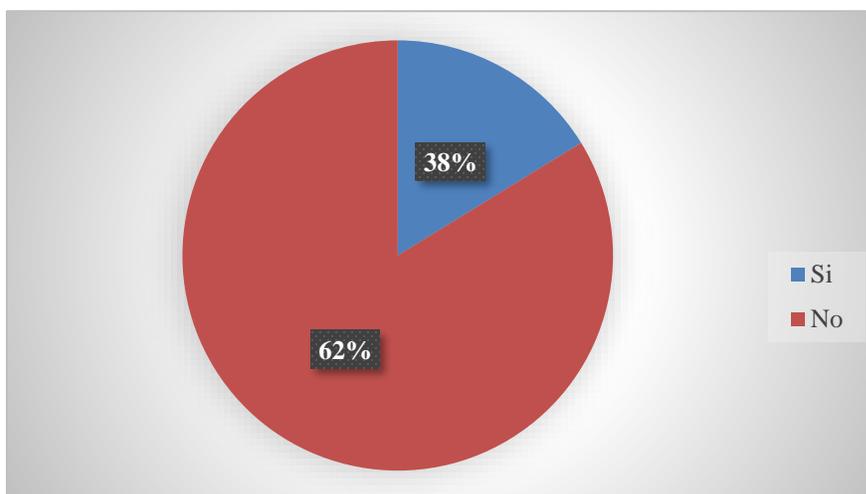


Gráfico 6: Pregunta N° 6 de la encuesta realizada.

Fuente: Encuestas Realizadas

Elaborado por: Estudiantes de Gestión de Talento Humano

Análisis e Interpretación

El 62% de la población encuestada en las parroquias de la ciudad de Loja tenían conocimiento que el planificador funcional de multitareas ayuda a reducir tiempo y recursos; en cambio el 38% de la población no tenía conocimiento sobre lo factible que resulta utilizar los planificadores multitareas para organizar las actividades.

7. ¿Cuál de los siguientes aspectos escogería usted al momento de adquirir un planificador multitareas?

Tabla 46: Pregunta N° 7 de la encuesta realizada.

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Presentación	76	20%
Diseño	108	28%
Precio	120	31%
Calidad	80	21%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuestas Realizadas

Elaborado por: Estudiantes de Gestión de Talento Humano

Gráfico 7

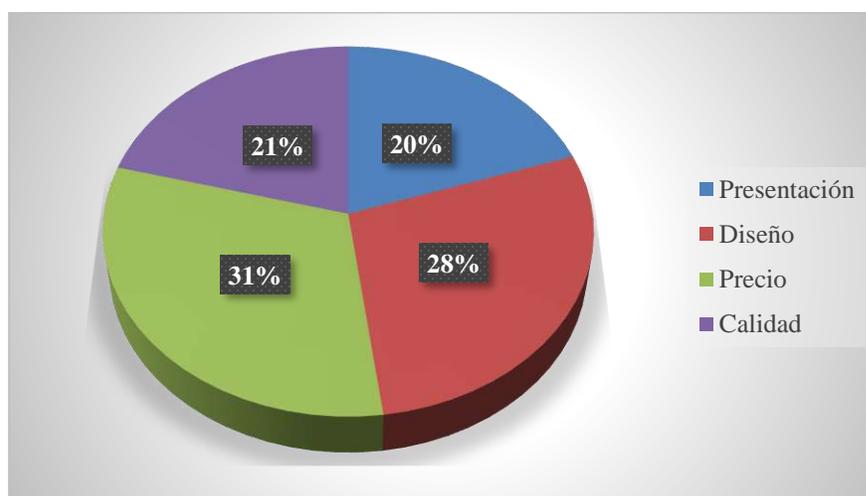


Gráfico 7: Pregunta N° 7 de la encuesta realizada

Fuente: Encuestas Realizadas

Elaborado por: Estudiantes de Gestión de Talento Humano

Análisis e Interpretación

Del total de personas encuestadas en los diferentes barrios de la ciudad de Loja, el 31% escogería el precio como aspecto importante al momento de adquirir un planificador multitarea, el 28% compraría por el diseño, por lo que el 41% prefiere la calidad y presentación.

8. ¿Estaría dispuesto a comprar un PLANIFICADOR MULTITAREAS con un diseño diferente?

Tabla 47: Pregunta N° 8 de la encuesta realizada.

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	291	76%
NO	93	24%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuestas Realizadas

Elaborado por: Estudiantes de Gestión de Talento Humano

Gráfico 8

COMPRAR PLANIFICADOR MULTITAREA

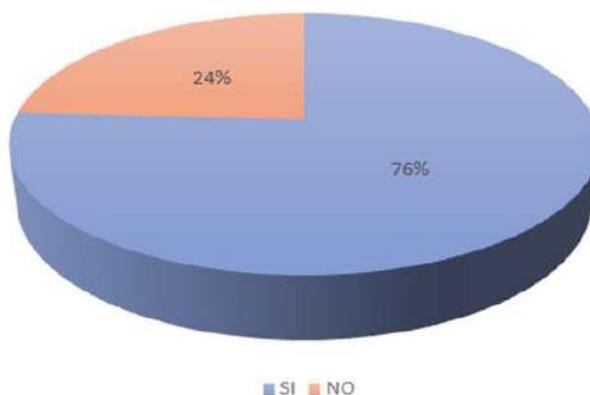


Gráfico 8: Pregunta N° 8 de la encuesta realizada.

Fuente: Encuestas Realizadas

Elaborado por: Estudiantes de Gestión de Talento Humano

Análisis e Interpretación

Considerando la muestra de las personas en la ciudad de Loja, se puede evidenciar que la mayoría de los ciudadanos en un 76% estaría dispuesto a adquirir un planificador multitarea, mencionando que es un recuso de gran ayuda tanto para lo laborar como en lo personal; mientras que el 24% prefiere no comprar.

9. ¿Cuál es el precio que pagaría por un Planificador Multitareas personalizado?

Tabla 48: Pregunta N° 9 de la encuesta realizada.

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$8,00 a \$10,00	302	79%
\$11,00 a \$12,00	52	13%
\$12,00 a \$13,00	18	5%
\$14,00 a \$15,00	12	3%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuestas Realizadas

Elaborado por: Estudiantes de Gestión de Talento Humano

Gráfico 9

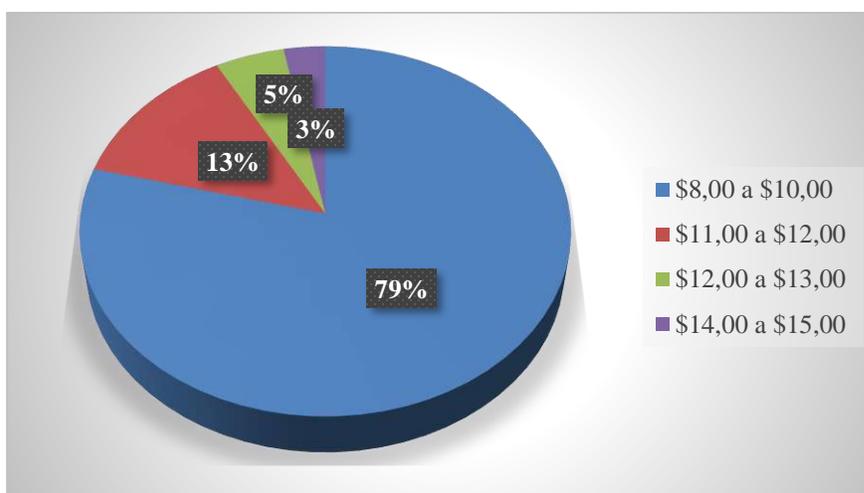


Gráfico 9: Pregunta N° 9 de la encuesta realizada.

Fuente: Encuestas Realizadas

Elaborado por: Estudiantes de Gestión de Talento Humano

Análisis e Interpretación

El 59 % está dispuesto a pagar por un Planificador Multitareas, estaría dispuesto a pagar por un planificador multitareas de 8 a 10 dólares mencionando que lo haría sin ningún inconveniente si fuera llamativo y diferentes al tradicional planificador que se ofertan en el mercado local cabe mencionar que el 8 % pagaría entre 13 a 15 dólares.

10. ¿En qué lugar le gustaría adquirir un planificador multitareas?

Tabla 49: Pregunta N° 10 de la encuesta realizada.

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Papelerías	235	61%
Local comercial	77	20%
Copiadoras	34	9%
Instituto sudamericano	38	10%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuestas Realizadas

Elaborado por: Estudiantes de Gestión de Talento Humanos

Gráfico 10

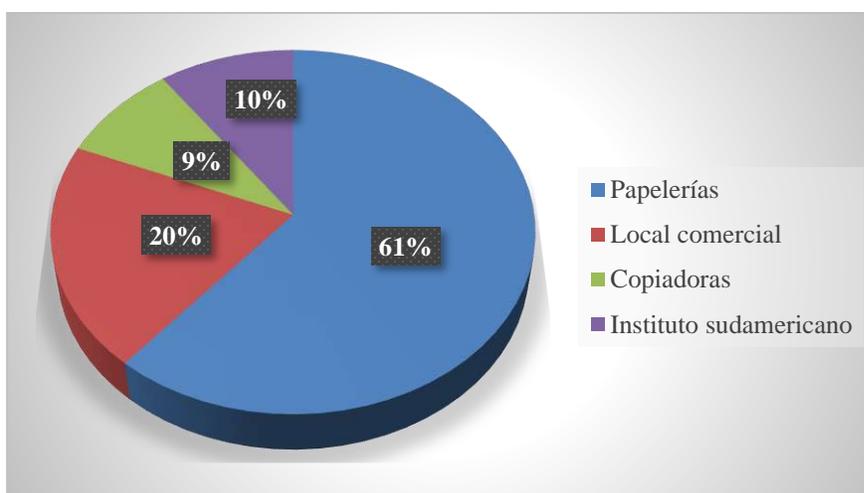


Gráfico 10: Pregunta N° 10 de la encuesta realizada.

Fuente: Encuestas Realizadas

Elaborado por: Estudiantes de Gestión de Talento Humanos

Análisis e Interpretación

Mediante la recolección de datos de las encuestas realizadas a la muestra de la población de Loja, las personas consideran que el lugar idóneo para la compra del planificador multitareas es en la papelería representando esto el 61% de las personas

encuestadas, por lo que el 39% prefieren en copadoras, locales comerciales y en el Instituto Sudamericano.

11. ¿Por qué red social prefiere enterarse de las características de los planificadores multitareas?

Tabla 50: Pregunta N° 11 de la encuesta realizada.

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Facebook	251	65%
Instagram	111	29%
Twitter	22	6%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuestas Realizadas

Elaborado por: Estudiantes de Gestión de Talento Humano

Gráfico 11

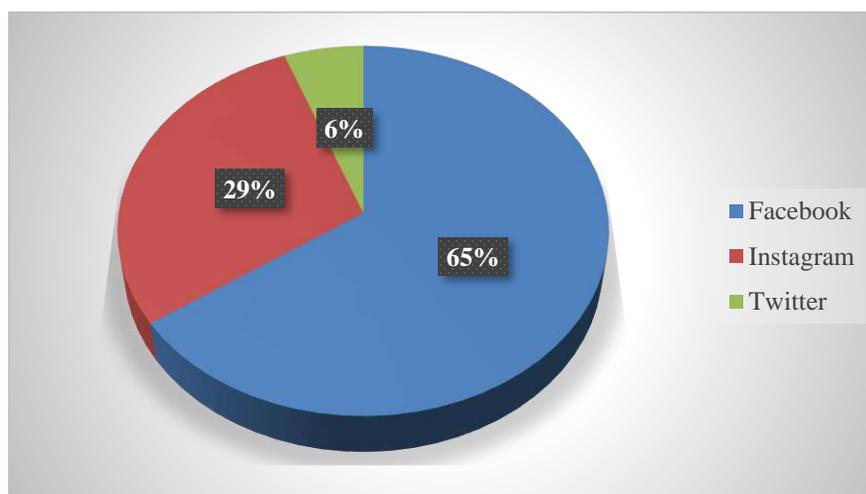


Gráfico 11: Pregunta N° 11 de la encuesta realizada.

Fuente: Encuestas Realizadas

Elaborado por: Estudiantes de Gestión de Talento Humano

Análisis e interpretación

A la población le gustaría conocer sobre las características de planificadores multitareas mediante la red social más conocida como es Facebook con un 65% de

aceptación, seguidamente Instagram en un 29% por lo que el 6% prefiere el Twitter haciendo hincapié que estas dos últimas redes no tienen mayor acogida por dicha población.

12. ¿Qué tipo de distribución considera usted la más óptima para la comercialización de los planificadores multitareas?

Tabla 51: Pregunta N° 12 de la encuesta realizada.

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Venta personal	141	37%
Venta en línea	80	21%
Locales de venta	134	35%
En ISTS	29	7%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuestas Realizadas

Elaborado por: Estudiantes de Gestión de Talento Humano

Gráfico 12

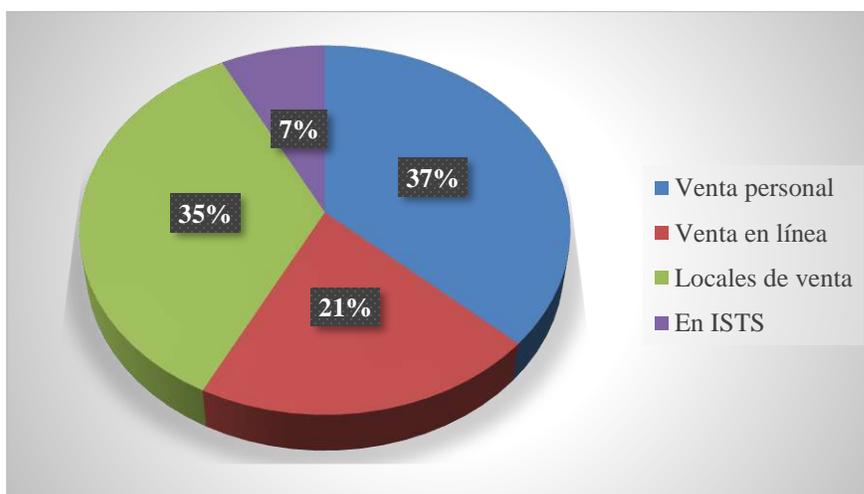


Gráfico 12: Pregunta N° 12 de la encuesta realizada.

Fuente: Encuestas Realizadas

Elaborado por: Estudiantes de Gestión de Talento Humano

Análisis e Interpretación

A la población le gustaría que la distribución de los planificadores multitareas, sea mediante la venta personal representa el 37%, seguidamente locales de venta el 35%,

venta en línea el 21% y finalmente en el ISTS con un 7%, haciendo hincapié que en las dos primeras distribuciones de ventas tienen mayor acogida por dicha población.

Objetivo del estudio de mercado

Determinar la cantidad de demanda de un planificador multitareas denominado “KAIROS” que las personas de las diferentes Parroquias de la Ciudad de Loja estén dispuestos a comprar este producto innovador.

Identificación del producto

Ofrecer a los clientes de la ciudad de Loja un planificador multitareas innovador considerando más de 300 oportunidades, iniciando con la adquisición de la materia prima para la elaboración de este producto, donde se utilizará los procesos de diseño y normas que debe llevar un planificador para luego realizar la presentación del mismo y poder entregar al consumidor y así brindar el producto a la comunidad lojana, donde se podrá enfocar el producto como una nueva alternativa para organizar nuestras tareas personales como laborales los 365 días del año, considerando que éste producto puede beneficiar a toda la población de Loja para optimizar recursos al momento de ordenar nuestras actividades.

Características del producto

Es un producto elaborado que está compuesto por:

- Papel
- Cartulina
- Imágenes
- Colores
- Frases
- Diseño
- Ideas

Uso del producto

Este producto resulta ideal para incorporarlo en nuestros hogares y lugares de trabajo, para estar en contacto con cada persona al momento del comienzo del día; puesto que está enfocado a la concientización la importancia de organizar las actividades personales y laborales ya que nos ayuda a reducir tiempo y recursos al momento de planificar nuestras actividades diarias, proyectando nuestro tiempo de acuerdo a nuestras labores, este producto tendrá estrategias de precio para ser accesible al bolsillo de cada uno de los consumidores en la ciudad de Loja.

Metodología de investigación de campo

Para la investigación de campo se utilizará la encuesta para determinar la factibilidad de la producción y comercialización del producto “KAIROS” de bajo costo, para el consumo de las personas de la ciudad de Loja.

Definición de las variables

Género

Edad

Beneficios

Preferencia

Nivel de satisfacción

Grado de aceptabilidad

Segmento objetivo

Los datos a utilizar para esta investigación son aproximados:

Tabla 52: Segmento objetivo

Segmento	Cantidad (personas)
Personas de la ciudad de Loja (Parroquias de la ciudad de Loja)	384
Total	384

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Los Autores

Tamaño de la muestra

Para la realización de la muestra de la población total (N) 249658 que constituyen al dato general de la población de Loja del último Censo del INEC. Para la realización de encuestas el nivel de confianza (Z) es del 95% (1.96), el error muestral (E) 5% es el error matemático de extraer elementos de la población y mediante la prueba piloto que se realizó se obtuvo los valores de probabilidad de éxito (P) 90% la cual indica si la investigación se puede realizar y la probabilidad de fracaso (Q) 10%, que es el porcentaje de que alguna parte o toda la investigación no se pueda realizar.

Análisis de demanda

Las características del producto hacen que se considere como un producto administrativo importante para organizar actividades.

Es por esto que el precio juega un papel fundamental al momento de su compra, por lo tanto, se basa en gustos y preferencias de cada cliente.

Al no ser un producto especializado, la venta del mismo depende directamente del precio y no de la necesidad de su uso, por lo que se podría decir que existe una relación inversa: a mayor precio, menor demanda y viceversa.

De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas realizadas observamos que 65% de las personas de la ciudad de Loja manifestaron que utilizan agendas para organizar sus actividades diarias y personales, así mismo el 45% planifica sus actividades diariamente; asimismo el 62% de los encuestados tienen conocimiento de que un planificador multitareas ayuda a reducir tiempo y recursos en el desarrollo de sus actividades cotidianas tanto en sus hogares como en sus lugares de trabajo, el 28% de la población indica que la presentación es uno de los aspectos principales que consideran para adquirir un planificador multitareas y concluyendo que el 76% de las personas de la ciudad de Loja estarían dispuestos a comprar un planificador multitareas con un diseño innovador y fácil de utilizarlo al momento de planificar sus tareas diarias. Considerando estos aspectos antes mencionados se puede concluir que se podría llegar a una demanda total de 500 planificadores, considerando los años anteriores como referencia en producción dentro de la Empresa SAE.

Demanda Actual

Partiendo bajo el supuesto que el 90% de la población de Loja adquieren planificadores multitareas es el porcentaje de demanda cubierta, trasladando aquel valor a la demanda total obtenida mediante la encuesta realizada en el presente estudio de mercador, obtenemos un total de demanda cubierta el mismo que es de 500 consumidores en la ciudad de Loja.

Análisis de la oferta

La Oferta constituye el conjunto de proveedores dentro del mercado y la competencia actual que debe enfrentar el producto, objeto del proyecto, si se trata de un nuevo producto se debe identificar cuáles son los posibles sustitutos para así poder compararlos con la demanda.

En la actualidad existen varios negocios a nivel nacional comercializadoras del producto, tales como: papelerías, gráficas, imprentas de todo el país y de la ciudad de

Loja; así mismo marcas internacionales como: Finocam, Paperblanks, Jolie 2020, Mr. Wonderful Organizer, Pastell Collection, entre otras. En cuanto a la producción, la empresa productora del producto con mayor participación en el mercado son los mercados de la localidad quienes tienen mayor acogida en el mercado, el mismo que son la mayor competencia en cuanto a agendas o planificadores multitareas.

Proyección de la oferta

Para proyectar la oferta se considera el número de población con año base del 2019, considerando que será la cantidad que demandará el producto.

Oferta = 249658

Tasa de crecimiento de la oferta = 2.5%

Se ha proyectado la oferta para 5 años (futuro), con la finalidad de determinar la capacidad que la empresa producirá para cubrir todo o parte de la demanda insatisfecha calculada. Los resultados obtenidos de la proyección son los siguientes:

Pt= población total

Po= población base

I= crecimiento

Análisis de precios

El precio del producto que se pretende fabricar influye en los ingresos o la maximización de las ganancias, el cual existe un equilibrio entre la oferta y la demanda en el mercado, se obtiene el precio base del producto que es el costo para posterior definir el precio de venta al público o al consumidor final el cual presentan su grado de conveniencia y satisfacción en la transacción, condicionado a la cantidad y al momento dado.

Por tanto, en los estudios que se realizó a la población de Loja basándonos en la encuesta los mismos ya que la fijación del precio del producto es mucha importancia porque se sabe hasta qué cantidad están dispuestos a pagar por nuestro producto el mismo que están dispuestos a pagar por el producto con un precio de \$10,00 por cada planificador multitareas, ya precio venta final al público.

Análisis de comercialización

La comercialización del producto es muy importante porque opera como un mecanismo de coordinación entre los comerciantes y los consumidores, el mismo que se trata de buscar el mayor número de puntos de venta posibles dentro de la ciudad de Loja, lugares a los cuales las personas acuden con frecuencia y adquieren sus productos. Por lo tanto, la estrategia de distribución debe ser a lugares dedicados a la venta de productos masivos.

Estrategias de promoción y publicidad

Nuestro producto estrella “KAIROS” planificador multitareas más de 300 oportunidades, producto con calidad y diseños exclusivos para su comercialización. Así mismo se trata de posicionarlo en la mente de los consumidores de la ciudad de Loja, por lo que se utilizarán las siguientes estrategias de promoción y publicidad mismas que van orientadas a disminuir costos:

- Diferenciación del producto
- Ventaja competitiva
- Promoción a través de las redes sociales
- Difusión y venta directa al consumidor (marketing boca a boca)
- Venta personalizada

Estudio técnico

Lo que se pretende dentro del estudio técnico del proyecto es el estudio de localización y las alternativas que tiene su ubicación específicamente en la ciudad de Loja y su Provincia.

Micro localización

Una vez analizada la macro localización se procede a analizar la micro localización, que consiste en ubicar el sitio adecuado para el proyecto a realizar. La empresa de acuerdo a los factores antes analizados se ubicará en las calles Miguel Riofrío entre Sucre y Bolívar, el mismo que cumple con las condiciones necesarias que la empresa busca para cumplir con los objetivos planteados debido a la facilidad de acceso y un entorno factible.

Macro localización

Dentro del estudio de mercado y una vez realizadas las encuestas a la muestra de la población en diferentes parroquias de la ciudad de Loja, se pueden determinar algunos posibles clientes de nuestro producto “KAIROS”, planificador multitareas, más de 300 oportunidades, producto nuevo y exclusivo que puede ser comercializado a personas particulares, en instituciones públicas y privadas; así mismo personas particulares en sus hogares en la ciudad de Loja, entre los que podemos mencionar están:

- GOBERNACIÓN DE LOJA
- GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO DE LOJA
- CONSEJO PROVINCIAL DE LOJA
- CONTRALORIA GENERAL DEL ESTADO
- PROCURADURIA GENERAL DEL ESTADO
- CONSEJO DE LA JUDICATURA DE LOJA
- FISCALÍA PROVINCIAL DE LOJA
- COORDINACIÓN DE SALUD
- MINISTERIO DEL AMBIENTE

- INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL
- EMPRESA ELÉCTRICA REGIONAL DEL SUR
- MINISTERIO DE BIENESTAR SOCIAL
- UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
- UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
- COORDINACIÓN ZONAL DE EDUCACIÓN
- CAFRILOSA
- ILESA
- ILE
- COCA COLA
- INAPESA
- LA SUREÑITA
- SERVICIO DE RENTAS INTERNAS
- PATRONATO DE AMPARO SOCIAL
- BANCO SOLIDARIO
- BANCO DE GUAYAQUIL
- BANCO DEL PACIFICO
- BANCO RUMIÑAHUI
- BANCO DE LOJA
- BANCO DE MACHALA
- BANCO DEL PICHINCHA
- BANCO DEL AUSTRO
- COOPMEGO
- COOPERATIVA JEP
- COOPERATIVA PADRE JULIÁN LORENTE
- CACPE LOJA
- CACPE PASTAZA
- BANCO DEL ESTADO
- NOTARIA SEGUNDA DEL CANTÓN LOJA
- NOTARIA CUARTA DEL CANTÓN LOJA
- HOTEL SONESTA
- HOTEL LIBERTADOR
- HOTEL GRAN VICTORIA
- HOTEL VILCABAMBA
- GRAN HOTEL LOJA
- PATRONATO DE AMPARO SOCIAL
- CENTRO DEL ADULTO MAYOR-LOJA
- CENTRO DEL ADULTO MAYOR-VILCABAMBA

- COLEGIO LICEO DE LOJA
- COLEGIO EUGENIO ESPEJO
- COLEGIO CORDILLERA
- COLEGIO ATENEO
- UNIDAD EDUCATIVA LA INMACULADA
- UNIDAD EDUCATIVA ANTONIO PEÑA CELI
- UNIDAD EDUCATIVA LA PORCIÚNCULA
- UNIDAD EDUCATIVA SANTA MARIANA DE JESÚS
- UNIDAD EDUCATIVA DANIEL ALVAREZ BURNEO
- UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
- UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
- UNIVERSIDAD INTERNACIONAL-SEDE LOJA
- RESTAURANTE MORELIA
- RESTAURANTE MAMA LOLA
- RESTAURANTE VIDA VENTURA
- RESTAURANTE EL FOGON GRILL
- RESTAURANTE EL CARBONERO
- RESTAURANTE CHILLI HOUSE
- HOSTERIA DE VILCABAMBA
- HOSTERIA EL DESCANSO DEL TORO
- HOSTERIA RUINAS DE QUINARA
- HOSTERIA IZHCAYLUMA
- HOSTERIA RAMSES

8.6. Filosofía KAIROS

Kairós es un PLANIFICADOR MULTITAREAS que combina varios elementos emocionales y lógicos en una experiencia excepcional brindando un producto de calidad para quienes buscan la oportunidad de dirigir su tiempo planificando, ordenando y construyendo una base sólida menos abrumadora en su diario vivir, otorgando a sus usuarios o clientes de forma segura y eficiente un planificador para la contribución al buen desempeño personal y laboral, gestionando el tiempo de manera óptima y efectiva.

Kairós tiene como finalidad gestionar una sociedad de planificación, disciplina y orden considerando para ello el bienestar personal y la salud emocional de quienes adquieran este producto, partiendo del buen desempeño personal se pretende promover un desempeño laboral eficiente en donde el factor tiempo es determinante para dar cumplimiento a todas aquellas actividades que forman parte de nuestro diario vivir.

Con los antecedentes descritos la marca KAIROS se define en base al concepto de la filosofía griega que representa un lapso indeterminado de tiempo en que algo importante sucede, además busca contribuir a la optimización del tiempo y de esta manera mejorar la productividad. Su significado literal es «momento adecuado u oportuno», y en la teología cristiana se lo asocia con el «tiempo de Dios».

8.7. Estructura KAIROS

1. PROYECTO:

KAIROS

Más de 300 oportunidades...

2. ESTRUCTURA DEL PLANIFICADOR

Tabla 53: estructura del Planificador Multitareas KAIROS

ELEMENTO	ANVERSO	REVERSO	CARACTERÍSTICA TÉCNICA
Portada 4 alternativas	Diseño full color Marca KAIROS Slogan	Marca de agua logotipos KAIROS	Relieve y mate selectivo
Contraportada 4 alternativas	Diseño relacionado a la portada Frase de tiempo Logotipos ISTS – carreras participantes	Marca de agua logotipos KAIROS	Sin relieve (Laminación mate)
Hoja Informativa	Datos personales	Reverso 2020	Calendario Papel 90 gramos
Hoja de stickers adhesivos	Figuras troqueladas	Limpio	Papel 90 gramos
Separadores mensuales	Calendario mensual Frase motivadora	Tips de bienestar personal y laboral	Couche 150 gramos

	Espacio para notas Marca de agua KAIROS	Capsulas ergonómicas Tips de ortografía.	
Hoja planificadora diaria	Diseño de planificación personalizada	Diseño de planificación personalizada	Papel 90 gramos
Hoja de notas importantes	Diseño de planificación personalizada	Diseño de planificación personalizada	Papel 90 gramos
Hoja de directorio	Diseño de directorio personalizado	Diseño de directorio personalizado	Papel 90 gramos
Separador de Lectura	Diseño con frase motivadora	Diseños turísticos con atractivos mundiales	17 x 5.5 cm dos lados laminados en mate selectivo

Elaborado: Coordinadora de carrera

8.8.Reingeniería del Producto LOJATUR

LOJATUR evoluciona y presenta un prototipo de aplicación móvil APP adaptada al sistema Android e IOS, estructurada con la finalidad de promover y desarrollar el turismo de la ciudad de Loja partiendo del aprovechamiento de los lugares turísticos más representativos. La APP resulta ser útil e interactiva, para la visualización de lugares, permitiendo acortar distancias entre los turistas y los sitios destinos, brindando la posibilidad de sentirse cerca, posibilitando su promoción en miras de incentivar esta actividad en la ciudad y de la misma manera acelerar el crecimiento económico de este destino.

La aplicación permite relacionarse con el entorno de nuestra ciudad, resaltar la importancia de los sitios turísticos sin necesidad de su desplazamiento físico, así como también permitirle al turista conocer de manera fácil, divertida y rápida, mediante contenidos multimedia e interactuar con estos de manera inmediata.

Los elementos que forman la aplicación móvil son:

- ✓ Icono de la App
- ✓ Página de inicio
- ✓ Productos y servicios
- ✓ Sitios Turístico

- ✓ Rutas
- ✓ InfoTur
- ✓ Bus turístico
- ✓ LOJATUR
- ✓ Acceso al usuario: perfil – ubicación – favoritos – configuraciones - retorno

8.8.1. App LOJATUR



Figura 18: icono de App LojaTur
Fuente: estudiantes de Desarrollo de software



Figura 19: página inicio
Fuente: estudiantes de Desarrollo de software



Figura 20: productos y servicios sitios turísticos
Fuente: estudiantes de Desarrollo de software

8.8.2. Marca LOJATUR



Figura 21: Marca LOJATUR
Fuente: Melisa Tinisaray-Estudiante de Diseño Gráfico

8.9. Estrategias comunicación

Las estrategias de comunicación son herramientas de planificación que toman en cuenta aspectos como:

- Objetivos generales
- Mensajes
- Acciones a ejecutar
- Variables indicadoras

- Instrumentos
- Plazos de tiempo de ejecución.

Así, de manera sistematizada y coherente, la imagen, marca y producto de SAE es capaz de llegar, de forma certera, a su público objetivo con el propósito de convertirlos en clientes de nuestro ahora producto *Kairos*.

Importancia de las estrategias de comunicación

La importancia de realizar estas estrategias radica en que al ser realizadas de manera correcta se logró los resultados esperados en cuanto a la comercialización de Kairos se refiere. Al realizar las estrategias de comunicación se tuvo como meta que el público objetivo no solo comprenda qué es lo que vende la empresa, sino que también entienda qué significa y representa la misma.

Además, estas ayudaron a buscar nuevas oportunidades para destacar ante nuestros competidores, es por eso que el mundo digital abrió un amplio abanico de posibilidades que nos permitieron desarrollar estrategias de comunicación innovadoras y eficientes.

Así pues, se obtuvo una consecuencia positiva en la percepción de las personas hacia la empresa SAE y estos terminaron por convertirse en clientes, la importancia de la estrategia de comunicación se base en lo que es y lo que quiere mostrar, y esto a su vez permitirá consiguió resultados positivos ante la comercialización de Kairos.

El marketing y su importancia

La empresa SAE brinda mucha importancia al marketing, uno de los departamentos más fundamentales de nuestra empresa.

Si bien es cierto el departamento de marketing es clave, para nuestro producto lanzado KAIROS ya que se considera la parte esencial de la empresa.

La importancia del marketing se da porque la oferta supera la demanda. En el caso hipotético de que no hubiera demanda, no habría interés del marketing. El marketing existe como tal, cuando la demanda del producto no se ha adecuado a la oferta.

Impacto de las redes sociales en marketing

En la realidad ha permitido a la empresa SAE dar un salto cuantitativo y cualitativo en sus estrategias. Lo que en un principio generó cierta inquietud de esta marca, ha dado lugar a una nueva forma de diseñar sus comunicaciones con el público. Hoy en día SAE cuenta con la presencia de redes sociales como Facebook e Instagram para dar a conocer los productos y crear relaciones entre individuos de forma rápida, sin jerarquía o límites físicos.

8.9.1. Fanpage de Facebook



Figura 22: Publicidad de Kairos
Elaborado: Estudiantes de la carrera de Secretariado.



Figura 23: Promoción de Kairos
Elaborado: Estudiantes de la carrera de Secretariado.

8.9.2. Página de Instagram



Figura 24: Publicidad de Kairos en Instagram
Elaborado: Estudiantes de la carrera de Secretariado.



Figura 25: Informativo del producto Kairos
Elaborado: Estudiante de la carrera de Secretariado.

Diseños adicionales para posicionamiento de la marca SAE, a través de su producto KAIROS.



Figura 26: Marca de Kairos
Elaborado: Estudiante de la carrera de Secretariado.



Figura 27: Promoción de Kairos
Elaborado: Estudiante de la carrera de Secretariado.



Figura 28: Promoción y diseño de Kairos
Elaborado: Estudiantes de la carrera de Secretariado.

8.10. Precio de venta al Público (PVP)

Tabla 54: Precio de venta al público.

Carrera de Gestión de Talento Humano – Secretariado Ejecutivo Trilingüe – Turismo				
Precio de venta del planificador multitareas Kairos				
Semestre: octubre 2019 – marzo 2020				
INGRESOS				
Cantidad	Detalle		Valor Unitario	Valor Total
800	KAIROS + 300 OPORTUNIDADES – Planificador funcional multitareas.		10,00	8.000,00
** El valor del ingreso está sujeto a variación de acuerdo a la demanda del producto y al volumen de ventas.				
TOTAL INGRESO				\$8.000,00
COSTOS				
Cantidad	Detalle		Valor Unitario	Valor Total
Materiales directos e indirectos				
800	Portadas y contraportadas		2,00	1.600,00
800	Hoja de información personal		0,09	72,00
800	Calendario 2020 -2021		0,05	40,00
9600	Planificador mensual (12 Páginas por planificador)		0,05	480,00
800	Separador de lectura impresión (portada y contraportada)		0,03	24,00
1600	Hoja de directorios (2 hojas por planificador)		0,03	48,00
800	Hoja de stickers frases motivacionales		0,25	200,00
144,000	Hojas de planificación diarias (250 hojas por planificador)		0,01	1440,00
800	Fundas plásticas		0,05	40,00
Total de materia prima				3944,00
Materiales de Obra				
181	Horas de mano de obra		1,64	296,84
Nota: (Pago por servicios profesionales por la elaboración y armado del planificador funcional multitareas, se estima cancelar dos horas de trabajo para la elaboración de 3 agendas por estudiante por los 170).				
** El valor por concepto de mano de obra no se cancelará a los estudiantes por ser un ejercicio académico, sin embargo, se lo estima por ser un elemento del costo de producción y dicho rubro se incrementará a las utilidades obtenidas.				
TOTAL COSTOS				4240,84
GASTOS				
Cantidad	Detalle		Valor Unitario	Valor Total
1	Suministros de oficina (impresiones estudio de mercado)		20,00	20,00
1	Publicidad del producto		0,00	0,00
1	Impresión y empastado del proyecto integrador		50,00	50,00
1	Poster científico		60,00	60,00
1	Logística para presentación del proyecto		300,00	300,00
TOTAL GASTOS				430,00
TOTAL DE COSTOS Y GASTOS				4.670,84

Imprevistos 2%	93,42
TOTAL COSTOS Y GASTOS POR UNIDAD ELABORADA	5,96
UTILIDAD	3.235,58

Nota: Utilidad = Ingresos - (costos+gastos+ imprevistos)

Número de unidades a elaborarse: 800

Elaborado por: estudiantes 3ro. turismo

8.11. Informe Económico de la empresa SAE semestre octubre 2019 – marzo 2020

Tabla 55: Capital inicial

Capital inicial	
Los estudiantes de la tecnología superior en gestión de talento humano, turismo y secretariado ejecutivo trilingüe aportaron el capital para iniciar con las operaciones económicas de la empresa SAE (Servicios administrativos especializados), así como también se utilizó el valor de las utilidades obtenidas en los semestres anteriores y las participaciones de los nuevos socios de la entidad que son los estudiantes que se encuentran culminando el primer ciclo de las carreras antes mencionadas.	\$4815,00
<i>Documento de respaldo: Notas de egreso del departamento de colecturía del ITSS.</i>	
Total capital inicial	\$4815,00

Fuente: Docente responsable de la elaboración de los informes económicos.

Tabla 561. Detalle de la conformación del capital y aporte de socios. (Utilidad del semestre anterior y capital inicial semestre octubre 2019 – marzo 2020)

Registro del Capital Inicial.						
Tipo de Comprobante	N~ De Comprobante	Detalle	Cant.	V/. Unit.	V/. Total	
Proyecto integrador	000	Utilidad de ejercicios anteriores	1	\$3.045,00	\$3.045,00	
Informe Económico del departamento financiero del ISTS		Aporte Inicial de Socios	177	10,00	\$1.770,00	
Total de capital inicial					\$4.815,00	

Fuente: Docente responsable de la elaboración de los informes económicos.

Producto: Planificador multitareas (Kairos)

Tabla 57: Ventas de Kairos (Ingresos generados)

Ingresos		
N° de Kairos vendidos	Valor unitario (PVP)	Valor total
1000 elaborados-	\$10,00	\$10.000,00
Presupuestados	\$10.00	\$9.900,00
990 venta Real		
Total ingresos		\$9.900,00

Documento de respaldo: registro de ventas.

Fuente: Docente responsable de la elaboración de los informes económicos

Tabla 4. Egresos incurridos en el desarrollo del producto para la comercialización

Inversión	
Detalle	Valor total
Para llevar a cabo la ejecución del proyecto integrador y elaboración de los planificadores multifuncionales se invirtió el capital inicial de \$1.770,00 y reinvertió las utilidades obtenidas en ejercicios anteriores por el valor de \$ 3.045,00	\$4815,00
Total costos	\$4815,00

Documento de respaldo: registro de colecturía e informes económicos.

Fuente: Docente responsable de la elaboración de los informes económicos

Tabla 58: Egresos incurridos en el desarrollo del producto para la comercialización

Egresos	
Detalle	Valor total
Para llevar a cabo la ejecución del proyecto integrador y comercialización de los planificadores multifuncionales se incurrieron en egresos tales como adquisición de materia prima e impresiones, etc	\$115,00
Fletes	\$18,75
Total costos	\$133,75

Documento de respaldo: registro de gastos y comprobantes de pago.

Fuente: Docente responsable de la elaboración de los informes económicos

Tabla 59: Utilidad obtenida de la actividad económica de la empresa SAE, producto Kairos

Utilidad del ejercicio	
Detalle	Valor total
Ingresos Operacionales	\$9.900,00
(-) Pérdida Fortuita	\$49,30
(-) Capital Inicial	\$1.770,00
(-) Utilidad Acumulada ejercicios anteriores	\$ 3,045,00
(-) Egresos incurridos	\$ 133,75
(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$4.901,95

Documento de respaldo: Dinero en efectivo.

Fuente: Docente responsable de la elaboración de los informes económicos

8.11.1. KAIROS Calculo del precio de venta al público (PVP)

Tabla 60: Determinación de P.V.P. de Kairos

Costos	Costos	Valor Unitario
Materiales directos (MPD)		
Portadas y contraportadas		\$2,00
Hoja de información personal		\$0,09
Calendario 2020 -2021		\$0,05
Planificador mensual (12 Páginas por planificador)		\$0,05
Separador de lectura impresión (portada y contraportada)		\$0,03
Hoja de directorios (2 hojas por planificador)		\$0,03
Hoja de stickers frases motivacionales		\$0,25
Hojas de planificación diarias (250 hojas por planificador)		\$2,43
<i>Total de materiales directos</i>		\$4,93
Mano de obra directa (Mano de obra directa)		
Pago por elaboración y ejecución de los planificadores a los estudiantes de la tecnología superior en talento humano. (Nota este rubro no se canceló, por ser un proyecto de carrera, pero sin embargo se estimó por ser un elemento del costo.)		\$1,64
<i>Total de mano de obra directa</i>		\$1,64
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN		\$6,57
34,30% UTILIDAD		\$3,43
P.V.P.		\$10,00
<i>(total de costos + utilidad)</i>		

Fuente: Docente responsable de la elaboración de los informes económicos.

8.11.2. Resumen de utilidades obtenidas empresa SAE

Tabla 61: Resumen de las utilidades de la empresa SAE 2020.

Utilidad Total	
Detalle	Valor total
Utilidad de ejercicios anteriores	\$3045.00
Utilidad del ejercicio actual	\$4901,95
UTILIDAD ACUMULADA	\$7946,95

Documento de respaldo: Dinero en efectivo.

Fuente: Docente responsable de la elaboración de los informes económicos

Tabla 62: Registros de ventas

ESTUDIANTES	CICLO ACADÉMICO	SECCIÓN	KAIRÓS OBLIGATORIOS	KAUROS ADICIONAL	TOTAL VENDIDO	VALOR TOTAL
Abad Armijos Edgar Israel	1ero	Diurno	0	0	0	\$ -
Baculima Yauri Estefania Madelyne	1ero	Diurno	4	0	4	\$ 40,00
Buri Paccha Kenia Nohely	1ero	Diurno	4	0	4	\$ 40,00
Calderon Morocho Bryan Andres	1ero	Diurno	4	6	10	\$ 100,00
Castro Moral Alejandra	1ero	Diurno	4	1	5	\$ 50,00
Fajardo Jimenez Pablo Andres	1ero	Diurno	4	4	8	\$ 80,00
Garcia Palacios Maria Gabriela	1ero	Diurno	4	4	8	\$ 80,00
Herrera Riofrio Andrea Carolina	1ero	Diurno	4	2	6	\$ 60,00
Jaramillo Chavez Edison Ronaldo	1ero	Diurno	4	9	13	\$ 130,00
Jaramillo Moncayo Mario David	1ero	Diurno	4	0	4	\$ 40,00
Jimenez Zhapa Dayana Patricia	1ero	Diurno	4	0	4	\$ 40,00
Lozano Lozano Melva Alicia	1ero	Diurno	2	0	2	\$ 20,00
Maita Vivanco Karol Liliana	1ero	Diurno	4	0	4	\$ 40,00
Maldonado Quevedo Johanna Karina	1ero	Diurno	4	8	12	\$ 120,00
Minga Morocho Cristina Michelle	1ero	Diurno	4	0	4	\$ 40,00
Montero Jimenez Johana Del Cisne	1ero	Diurno	4	8	12	\$ 120,00
Montesinos Jacome Daniela Carolina	1ero	Diurno	4	1	5	\$ 50,00
Pauta Cango Adriana Marissa	1ero	Diurno	4	4	8	\$ 80,00
Rios Pacheco Paula Alejandra	1ero	Diurno	4	3	7	\$ 70,00
Rojas Cueva Andry Mauricio	1ero	Diurno	4	0	4	\$ 40,00
Rojas Cueva Jenner Michael	1ero	Diurno	4	0	4	\$ 40,00
Roman Sisalima Xioxmy Nicolle	1ero	Diurno	4	0	4	\$ 40,00
Samaniego Sagbay Leandro Nicolas	1ero	Diurno	4	0	4	\$ 40,00
Sayay Torres Braylan Luis	1ero	Diurno	4	6	10	\$ 100,00
Solorzano Jimenez Jenny Elizabeth	1ero	Diurno	4	9	13	\$ 130,00
Total			94	65	159	\$ 1.590,00

Abad Castillo Jordy Alexander	1ero	Fds	4		4	\$ 40,00
Aguirre Gonzales Fabricio Alberto	1ero	Fds	4		4	\$ 40,00
Angamarca Murquincho Maritza Alexandra	1ero	Fds	4		4	\$ 40,00
Buri Paccha Evelyn Mariuxi	1ero	Fds	4		4	\$ 40,00
Calva Rojas Lilo Javier	1ero	Fds	4		4	\$ 40,00
Carrion Ruiz Galo Enrique	1ero	Fds	4		4	\$ -
Chamba Silva Idania Lizeth	1ero	Fds	4	8	12	\$ -
Espinoza Galarza Cristhian Alexander	1ero	Fds	4		4	\$ 40,00
Flores Encalada Luis Favian	1ero	Fds	4		4	\$ 40,00
Gonzalez Gonzalez Lauro Marcelo	1ero	Fds	4		4	\$ 40,00
Guayanay Molina Ximena Elizabeth	1ero	Fds	4		4	\$ -
Huaca Valle Briggette De Los Angeles	1ero	Fds	4		4	\$ 40,00
Jaramillo Granda Ney Paul	1ero	Fds	4		4	\$ 40,00
Jimenez Cuenca Jenny Del Cisne	1ero	Fds	4		4	\$ -
Legarda Fierro Albaro Gustavo	1ero	Fds	4		4	\$ -
Mogrovejo Muñoz Romel Danilo	1ero	Fds	4		4	\$ 40,00
Muñoz Briceño Juliana Elizabeth	1ero	Fds	4		4	\$ 40,00
Paladines Carrera Leydi Diana	1ero	Fds	4		4	\$ 40,00
Patiño Izquierdo Karelys Pamela	1ero	Fds	4		4	\$ 40,00
Poma Cuenca Cinthya Vanessa	1ero	Fds	4		4	\$ 40,00
Prieto Merino Maria Daniela	1ero	Fds	4		4	\$ 40,00
Seraquive Abad David Francisco	1ero	Fds	4	5	9	\$ 90,00
Tapia Espinoza Rode Michelle	1ero	Fds	4		4	\$ 40,00
Viterio Correa Graciela Noemi	1ero	Fds	4		4	\$ 40,00
Zumba Abad Richard Patricio	1ero	Fds	4		4	\$ 40,00
Total			100	13	113	\$ 850,00
Abril Meca Yessenia Noemi	2do	Diurno	4	1	5	\$ 50,00
Alvarez Moscoso Jeanina Germania	2do	Diurno	4	1	5	\$ 50,00

Buchelli Carrillo Yulisa Estefania	2do	Diurno	4	1	5	\$	50,00
Cajamarca Maldonado Carolina Elizabeth	2do	Diurno	4	0	4	\$	40,00
Celi Diaz Yanelly Amalia	2do	Diurno	4	2	6	\$	60,00
Coronel Maldonado Nixon Javier	2do	Diurno	4	2	6	\$	60,00
Dominguez Ramirez Pamela Jetsabeth	2do	Diurno	4	0	4	\$	40,00
Gonzalez Sarango Jonathan Manuel	2do	Diurno	4	8	12	\$	120,00
Granda Vera Evelyn Nicole	2do	Diurno	4	8	12	\$	120,00
Jarro Yupangui Santiago David	2do	Diurno	4	0	4	\$	40,00
Labanda Japon Diego Patricio	2do	Diurno	4	0	4	\$	40,00
Maita Vivanco Karen Paola	2do	Diurno	4	1	5	\$	50,00
Ochoa Toledo Gina Michelle	2do	Diurno	4	1	5	\$	50,00
Picado Apolo Ledis Abigail	2do	Diurno	4	0	4	\$	40,00
Piedra Morocho Lucia Yadira	2do	Diurno	4	0	4	\$	40,00
Salazar Castro Lariza Viviana	2do	Diurno	4	0	4	\$	40,00
Suquilanda Elizalde Ana Paula	2do	Diurno	4	2	6	\$	60,00
Vega Quezada Yessenia Viviana	2do	Diurno	4	0	4	\$	40,00
Vega Ramirez Jordy Santiago	2do	Diurno	4	1	5	\$	50,00
Armijos Riofrio Kevin Alejandro	2do	Diurno	4	1	5	\$	50,00
Silva Lalangui Karla Daniela	2do	Diurno	4	0	4	\$	40,00
Ruiz Ramon Martha Alicia	2do	Diurno	4	0	4	\$	40,00
Total			88	29	117	\$	1.170,00
Aldaz Jiménez Gladis Germania	2do	Fds	4	0	4	\$	40,00
Alvarado Herrera Maryuri Vanessa	2do	Fds	4	11	15	\$	150,00
Armijos Nanchi Rosa Marisol	2do	Fds	4	12	16	\$	160,00
Bravo Merchan Jorge Fernando	2do	Fds	4	0	4	\$	40,00
Campoverde Luna Anderson Paul	2do	Fds	4	0	4	\$	40,00
Carrión Iñiguez Roberto Carlos	2do	Fds	4	0	4	\$	40,00
Castillo Ojeda Maria Alejandra	2do	Fds	4	0	4	\$	40,00

Encalada Benavidez Jhon Jairo	2do	Fds	4	0	4	\$ 40,00
Espinoza Chávez Marjorie Lisbeth	2do	Fds	3	0	3	\$ 30,00
Jimenez Chamba Jemayel Alexander	2do	Fds	4	0	4	\$ 40,00
Garcia Garcia Hilda Isabel	2do	Fds	4	0	4	\$ 40,00
Macas Bartian Patricia Elizabeth	2do	Fds	4	0	4	\$ 40,00
Mancheno Luzuriaga Angel Renan	2do	Fds	4	0	4	\$ 40,00
Medina Armijos Elvis Rodrigo	2do	Fds	4	0	4	\$ 40,00
Medina Benitez Diana Elizabeth	2do	Fds	4	0	4	\$ 40,00
Naranjo Brito Israel Dario	2do	Fds	4	0	4	\$ 40,00
Neira Ruiz Priscila Maribel	2do	Fds	4	0	4	\$ 40,00
Ordoñez Abendaño Alexandra Viviana	2do	Fds	4	0	4	\$ 40,00
Pacheco Ortega Gabriela Cristina	2do	Fds	4	0	4	\$ 40,00
Puglla Gonzalez Angel Leonardo	2do	Fds	2	0	2	\$ 20,00
Reyes Ochoa Stalin Leonardo	2do	Fds	4	0	4	\$ 40,00
Salinas Alvarado Mercedes Janeth	2do	Fds	4	0	4	\$ 40,00
Samaniego Granda Jimmy Santiago	2do	Fds	4	4	8	\$ 80,00
Sarango Barragan Veronica Elizabeth	2do	Fds	4	0	4	\$ 40,00
Saritama Lalangui Angie Marisol	2do	Fds	4	0	4	\$ 40,00
Valarezo Carrion Claudia Daniela	2do	Fds	4	0	4	\$ 40,00
Vargas Veintimilla Adolfo Alejandro	2do	Fds	4	0	4	\$ 40,00
Vazquez Herrera Domenica Belen	2do	Fds	4	0	4	\$ 40,00
Vega Romero Franco Junnior	2do	Fds	4	0	4	\$ 40,00
Yangua Jumbo Ricardo Fabian	2do	Fds	4	0	4	\$ 40,00
Total			117	27	144	\$ 1.440,00
Azuero Castillo Monserrath Jessica	3ro	Fds	4	0	4	\$ 40,00
Bravo Valarezo Stefany Daniela	3ro	Fds	4	0	4	\$ 40,00
Cabrera Patiño Julio Bladimir	3ro	Fds	4	0	4	\$ 40,00
Camacho Izquierdo Blanca Elizabeth	3ro	Fds	4	0	4	\$ 40,00

Carrera Sarango Nelly Del Cisne	3ro	Fds	4	0	4	\$ 40,00
Carrion Betancourt Karla Dalila	3ro	Fds	4	4	8	\$ 80,00
Castro Celi Maria Jose	3ro	Fds	4	13	17	\$ 170,00
Cueva Cajamarca Rosa Janneth	3ro	Fds	4	1	5	\$ 50,00
Freire Castro Allison Scarleth	3ro	Fds	4	10	14	\$ 140,00
Gualan Puchaicela Jonson David	3ro	Fds	4	0	4	\$ 40,00
Hernandez Carrera Angelica Daniela	3ro	Fds	4	0	4	\$ 40,00
Herrera Bustamante Cinthya Paola	3ro	Fds	4	13	17	\$ 170,00
Herrera Camacho Cecibel Del Cisne	3ro	Fds	4	2	6	\$ 60,00
Luzuriaga Moncada Alexander Ovidio	3ro	Fds	4	4	8	\$ 80,00
Masa Valarezo Rosa Isela	3ro	Fds	4	0	4	\$ 40,00
Montaño Ocampo Geovanny David	3ro	Fds	4	0	4	\$ 40,00
Ordoñez Tapia Carlos Alberto	3ro	Fds	4	2	6	\$ 60,00
Quezada Reyes Jorge Ramiro	3ro	Fds	4	0	4	\$ 40,00
Salinas Alvarado Bryan Israel	3ro	Fds	4	0	4	\$ 40,00
Torres Castillo Yensy Mabel	3ro	Fds	4	4	8	\$ 80,00
Velez Diaz Ana Gabriela	3ro	Fds	4	1	5	\$ 50,00
Total			84	54	138	\$ 1.380,00
Barrazueta Guarnizo Bryan Daniel	3ro	Nocturno	4	0	4	\$ 40,00
Espinoza Avila Elsa Dayana	3ro	Nocturno	4	0	4	\$ 40,00
Gallegos Celi Jayron Alexander	3ro	Nocturno	4	0	4	\$ 40,00
Gomez Apolo Diana Maria	3ro	Nocturno	4	4	8	\$ 80,00
Jimenez Reyes Jenny Maribel	3ro	Nocturno	4	0	4	\$ 40,00
Masaco Masaco Adriana De Jesus	3ro	Nocturno	4	0	4	\$ 40,00
Valarezo Aguirre Maria Lourdes	3ro	Nocturno	4	1	5	\$ 50,00
Total			28	5	33	\$ 330,00
Agreda Valdiviezo Xiomara Michelle	3ro	Diurno	4	0	4	\$ 40,00

Blacio Silverio Maria Fernanda	3ro	Diurno	4	3	7	\$ 70,00
Cajamarca Quevedo Maria De Los Angeles	3ro	Diurno	4	0	4	\$ 40,00
Castillo Collaguazo Nicolle Fernanda	3ro	Diurno	4	0	4	\$ 40,00
Cornejo Azanza Tabata Dayanara	3ro	Diurno	4	0	4	\$ 40,00
Duarte Sanchez Laura Nicole	3ro	Diurno	4	0	4	\$ 40,00
Espinosa Loaiza Jhuliana Michelle	3ro	Diurno	4	0	4	\$ 40,00
Gonzalez Gonzalez Daniel Isai	3ro	Diurno	4	0	4	\$ 40,00
Gonzalez Ortiz Diego Jose	3ro	Diurno	4	0	4	\$ 40,00
Guñaguazo Carrillo Andrea Del Cisne	3ro	Diurno	4	0	4	\$ 40,00
Hurtado Quichimbo Jorge Ismael	3ro	Diurno	4	0	4	\$ 40,00
Imaicela Toledo Dennis Jessiel	3ro	Diurno	4	0	4	\$ 40,00
Jimenez Calva Mireya Soledad	3ro	Diurno	4	0	4	\$ 40,00
Luzuriaga Carrion Jhuliana Lizbeth	3ro	Diurno	4	0	4	\$ 40,00
Macas Sarango Miguel Ronaldo	3ro	Diurno	4	3	7	\$ 70,00
Morocho Gonzalez Nancy Patricia	3ro	Diurno	4	0	4	\$ 40,00
Ochoa Ramon Joel Alexander	3ro	Diurno	4	0	4	\$ 40,00
Obaco Chamba Jaime Miguel	3ro	Diurno	4	0	4	\$ 40,00
Peña Saavedra Emily Paola	3ro	Diurno	4	0	4	\$ 40,00
Ramirez Orosco Alvaro Leonardo	3ro	Diurno	4	0	4	\$ 40,00
Sarango Eras Fernanda Lizbeth	3ro	Diurno	4	0	4	\$ 40,00
Tinoco Barraqueta Karla Sofia	3ro	Diurno	4	0	4	\$ 40,00
Vaca Minga Mariuxi Lizbeth	3ro	Diurno	4	0	4	\$ 40,00
Velasquez Ramirez Luis Fernando	3ro	Diurno	4	0	4	\$ 40,00
Vera Vera Andrea Fernanda	3ro	Diurno	4	4	8	\$ 80,00
Zhingre Chalan Ñusta Elizabeth	3ro	Diurno	4	2	6	\$ 60,00
Total			104	12	116	\$ 1.160,00
Castillo Luzuriaga Mirian Rocio	5to	Diurno	4	0	4	\$ 40,00

Cuenca Iñiguez Judith Del Cisne	5to	Diurno	4	0	4	\$ 40,00
Gualan Chalan Claudia Humbertina	5to	Diurno	4	0	4	\$ 40,00
Morocho Gonzalez Erika Jhulissa	5to	Diurno	4	0	4	\$ 40,00
Sigcho Gonzalez Johanna Maritza	5to	Diurno	4	0	4	\$ 40,00
Toledo Salinas Jhosselyn Thalia	5to	Diurno	4	0	4	\$ 40,00
Velez Remache Sabina Rafaela	5to	Diurno	4	0	4	\$ 40,00
Total			28	0	28	\$ 280,00

Armijos Valdivieso Jorge Luis	3ro	Diurno	4	1	5	\$ 50,00
Carpio Carppio Diego Armando	3ro	Diurno	4	12	16	\$ 160,00
Castro Dominguez Joselyn Esther	3ro	Diurno	4	5	9	\$ 90,00
Correa Rojas Priscila Carolina	3ro	Diurno	4	10	14	\$ 140,00
Gordillo Pineda Kimberly Thalia	3ro	Diurno	4	10	14	\$ 140,00
Jimenez Armijos Jhodilsa Giselle	3ro	Diurno	4	0	4	\$ 40,00
Molina Jimenez Edwin Fernando	3ro	Diurno	4	0	4	\$ 40,00
Mora Vargas Denisse Elizabeth	3ro	Diurno	4	0	4	\$ 40,00
Ordonez Rojas Luis Enrique	3ro	Diurno	4	0	4	\$ 40,00
Uchuari Torres Jorge Danilo	3ro	Diurno	4	0	4	\$ 40,00
Total			40	38	78	\$ 780,00

Johanna Córdova		Docente	28	0	28	\$ 280,00
Jackson Quevedo		Docente	1	0	1	\$ 10,00
Paula Soto		Docente	1	0	1	\$ 10,00
Patricia Sanmartin		Docente	2	0	2	\$ 20,00
Betty Estrella		Docente	3	0	3	\$ 30,00
Karina Castillo		Docente	2	0	2	\$ 20,00
Pedro Jaramillo		Docente	11	0	11	\$ 110,00
Total			48	0	48	\$ 480,00

Dayanna Samaniego	5to	Diurno	4		4	\$ 40,00
-------------------	-----	--------	---	--	---	----------

Nicol Armijos	5to	Diurno	4		4	\$ 40,00
Selena Ordoñez	5to	Diurno	4		4	\$ 40,00
Johanna Chamba	5to	Diurno	4		4	\$ 40,00
Total			16	0	16	\$ 160,00
Total			990	10	9620	115

Fuente: Docente responsable de la elaboración de los informes económicos

9. RESPONSABLES Y PARTICIPANTES

9.1. Responsables

Tabla 63: Docentes responsables KAIROS

CARRERA	CICLOS ACADÉMICOS	
	PARTICIPANTES	DOCENTE RESPONSABLES
Gestión de Talento Humano	Primero Ciclo Diurno	Ing. María Cristina Moreira Lic. Johana Córdova
	Primero Ciclo Fin de Semana	Ing. María Cristina Moreira Lic. Johana Córdova
	Segundo Ciclo Diurno	Ab. Pedro Jaramillo
	Segundo Ciclo Fin de Semana	Ab. Pedro Jaramillo
	Tercero Ciclo Diurno	Ing. Paula Soto Ing. Karina Castillo
	Tercero ciclo Nocturno	Ing. Paula Soto Ing. Karina Castillo
	Tercero Fin de semana	Ing. Paula Soto Ing. Karina Castillo
	Ejecutivo Secretariado	Quinto Ciclo Diurno
Turismo		Tercero Ciclo Diurno
	Quinto Ciclo Fin de Semana	Ing. Jackson Quevedo

Fuente: Coordinación de carrera

9.2 Participantes

Tabla 64: Nomina de estudiantes de Gestión de talento humano, secretariado y Turismo.

NOMINA DE ESTUDIANTES INVESTIGA	MATERIA	Nº. Horas
TECNOLOGIA SUPERIOR EN GESTION DE TALENTO HUMANO		
PRIMER CICLO DE TALENTO HUMANO DIURNO		
Abad Armijos Edgar Israel		50
Baculima Yauri Estefanía Madelyne	Gestión de Talento	50
Burí Paccha Kenia Nohely	Humano	50
Calderón Morocho Bryan Andrés		50

Castro Moral Alejandra	50
Fajardo Jiménez Pablo Andrés	50
García Palacios María Gabriela	50
Herrera Rio frio Andrea Carolina	50
Jaramillo Chávez Edison Ronaldo	50
Jaramillo Moncayo Mario David	50
Jiménez Zhapa Dayana Patricia	50
Lozano Lozano Melva Alicia	50
Maita Vivanco Karol Liliana	50
Maldonado Quevedo Johanna Karina	50
Minga Morocho Cristina Michelle	50
Montero Jiménez Johana Del Cisne	50
Montesinos Jacome Daniela Carolina	50
Pauta Cango Adriana Marissa	50
Ríos Pacheco Paula Alejandra	50
Rojas Cueva Andry Mauricio	50
Rojas Cueva Jenner Michael	50
Román Sisalima Xioxmy Nicolle	50
Samaniego Sagbay Leandro Nicolás	50
Sayay Torres Brayan Luis	50
Solórzano Jiménez Jenny Elizabeth	50

PRIMER CICLO DE TALENTO HUMANO FIN DE SEMANA

Abad Castillo Jordy Alexander	50
Aguirre Gonzales Fabricio Alberto	50
Aldaz Arevalo Evelyn Karina	50
Angamarca Murquincho Maritza Alexandra	50
Buri Paccha Evelyn Mariuxi	50
Calva Rojas Lilo Javier	50
Carrion Ruiz Galo Enrique	50
Chamba Silva Idania Lizeth	50
Coronel Villegas Evelyn Mishell	50
Espinoza Galarza Cristhian Alexander	50
Flores Encalada Luis Favian	50
Gonzalez Gonzalez Lauro Marcelo	50
Guayanay Molina Ximena Elizabeth	50
Huaca Valle Briggette De Los Angeles	50
Jaramillo Granda Ney Paul	50
Jimenez Cuenca Jenny Del Cisne	50
Legarda Fierro Albaro Gustavo	50
Mogrovejo Muñoz Romel Danilo	50
Muñoz Briceño Juliana Elizabeth	50
Paladines Carrera Leydi Diana	50
Patiño Izquierdo Karelys Pamela	50

Gestión de Talento
Humano

Poma Cuenca Cinthya Vanessa		50
Prieto Merino Maria Daniela		50
Seraquive Abad David Francisco		50
Tapia Espinoza Rode Michelle		50
Viterio Correa Graciela Noemi		50
Zumba Abad Richard Patricio		50

SEGUNDO CICLO DE TALENTO HUMANO DIURNO

Abril Meca Yessenia Noemi		50
Álvarez Moscoso Jeanina Germania		50
Armijos Riofrio Kevin Alejandro		50
Bucheli Carrillo Yulisa Estefanía		50
Celi Diaz Yanelly Amalia		50
Coronel Maldonado Nixon Javier		50
Domínguez Ramírez Pamela Jetsabeth		50
González Sarango Jonathan Manuel		50
Granda Vera Evelyn Nicole		50
Jarro Yupangui Santiago David	• Reclutamiento y Selección del Personal	50
Labanda Japón Diego Patricio		50
Maita Vivanco Karen Paola	• Psicología de la Comunicación	50
Ochoa Toledo Gina Michelle		50
Picado Apolo Ledis Abigail		50
Piedra Morocho Lucia Yadira		50
Ruiz Ramon Martha Alicia		50
Salazar Castro Lariza Viviana		50
Silva Lalangui Karla Daniela		50
Suquilanda Elizalde Ana Paula		50
Vega Quezada Yessenia Viviana		50
Vega Ramírez Jordy Santiago		50

SEGUNDO CICLO DE TALENTO HUMANO FIN DE SEMANA

Aldaz Jiménez Gladys Germania		50
Alvarado Herrera Maryuri Vanessa		50
Armijos Nanchi Rosa Marisol		50
Bravo Merchán Jorge Fernando		50
Cajamarca Maldonado Carolina Elizabeth		50
Campoverde Luna Anderson Paul	• Reclutamiento y Selección del Personal	50
Carrión Iñiguez Roberto Carlos		50
Castillo Ojeda María Alejandra	• Psicología de la Comunicación	50
Encalada Benavidez Jhon Jairo		50
Espinoza Chávez Marjorie Lisbeth		50
García García Hilda Isabel		50
Jiménez Chamba Jemayel Alexander		50
Macas Bartian Patricia Elizabeth		50

Mancheno Luzuriaga Ángel Renan	50
Medina Armijos Elvis Rodrigo	50
Medina Benítez Diana Elizabeth	50
Naranjo Brito Israel Dario	50
Neira Ruiz Priscila Maribel	50
Ordoñez Abendaño Alexandra Viviana	50
Pacheco Ortega Gabriela Cristina	50
Puglla Gonzalez Ángel Leonardo	50
Reyes González Yazmin Evelyn	50
Reyes Ochoa Stalin Leonardo	50
Salinas Alvarado Mercedes Janeth	50
Samaniego Granda Jimmy Santiago	50
Sarango Barragan Verónica Elizabeth	50
Saritama Lalangui Angie Marisol	50
Valarezo Carrión Claudia Daniela	50
Vargas Veintimilla Adolfo Alejandro	50
Vázquez Herrera Doménica Belén	50
Vega Romero Franco Junnior	50
Yangua Jumbo Ricardo Fabian	50

TERCERO DE TALENTO HUMANO DIURNO

Agreda Valdiviezo Xiomara Michelle	50
Blacio Silverio María Fernanda	50
Cajamarca Quevedo María De Los Ángeles	50
Castillo Collaguazo Nicolle Fernanda	50
Cornejo Azanza Tabata Dayanara	50
Duarte Sánchez Laura Nicole	50
Espinosa Loaiza Jhuliana Michelle	50
González González Daniel Isai	50
González Ortiz Diego Jose	50
Guiñaguazo Carrillo Andrea Del Cisne	50
Hurtado Quichimbo Jorge Ismael	50
Imaicela Toledo Dennis Jessiel	50
Jiménez Calva Mireya Soledad	50
Luzuriaga Carrion Jhuliana Lizbeth	50
Macas Sarango Miguel Ronaldo	50
Morocho González Nancy Patricia	50
Obaco Chamba Jaime Miguel	50
Ochoa Ramon Joel Alexander	50
Peña Saavedra Emily Paola	50
Ramírez Orosco Álvaro Leonardo	50
Sarango Eras Fernanda Lizbeth	50
Tinoco Barrazueta Karla Sofia	50
Vaca Minga Mariuxi Lisbeth	50

- Descripción y Análisis de Cargos
- Administración de salarios

Velasquez Ramírez Luis Fernando		50
Vera Vera Andrea Fernanda		50
Zhingre Chalan Ñusta Elizabeth		50

TERCERO DE TALENTO HUMANA NOTURNO

Barrazueta Guarnizo Bryan Daniel		50
Espinosa Avila Elsa Dayana		50
Gallegos Celi Jayron Alexander	• Descripción y	50
Gomez Apolo Diana Maria	• Análisis de Cargos	50
Jimenez Reyes Jenny Maribel	• Administración de	50
Masaco Masaco Adriana De Jesus	salarios	50
Valarezo Aguirre Maria Lourdes		50

TERCERO DE TALENTO HUMANO FIN DE SEMANA

Azuero Castillo Monserrath Jessica		50
Bravo Valarezo Stefany Daniela		50
Cabrera Patiño Julio Bladimir		50
Camacho Izquierdo Blanca Elizabeth		50
Carrera Sarango Nelly Del Cisne		50
Carrion Betancourt Karla Dalila		50
Castro Celi Maria Jose		50
Cueva Cajamarca Rosa Janneth		50
Freire Castro Allison Scarleth		50
Gualan Puchaicela Jonson David	• Descripción y	50
Hernandez Carrera Angelica Daniela	• Análisis de Cargos	50
Herrera Bustamante Cinthya Paola	• Administración de	50
Herrera Camacho Cecibel Del Cisne	salarios	50
Luzuriaga Moncada Alexander Ovidio		50
Masa Valarezo Rosa Isela		50
Montaño Ocampo Geovanny David		50
Ordoñez Tapia Carlos Alberto		50
Quezada Reyes Jorge Ramiro		50
Salinas Alvarado Bryan Israel		50
Torres Castillo Yensy Mabel		50
Velez Diaz Ana Gabriela		50

CARRERA DE SECRETARIADO EJECUTIVO TRILINGUE

QUINTO CICLO DIURNO

Castillo Luzuriaga Mirian Rocio		50
Cuenca Iñiguez Judith Del Cisne		50
Gualan Chalan Claudia Humbertina	• Automatización de	50
Morocho Gonzalez Erika Jhulissa	• Oficinas II	50
Sigcho Gonzalez Johanna Maritza	• Técnicas de	50
Toledo Salinas Jhosselyn Thalia	documentación II	50
Velez Remache Sabina Rafaela		50

TECNOLOGIA SUPERIOR EN TURISMO

TERCER CICLO TURISMO DIURNO

Ordoñez Rojas Luis Enrique		50
Armijos Valdivieso Jorge Luis		50
Carpio Carpio Diego Armando		50
Castro Dominguez Joselyn Esther		50
Correa Rojas Priscila Carolina	• Planificación de viajes	50
Gordillo Pineda Kimberly Thalia	• Protocolo y etiqueta	50
Jimenez Armijos Jhodilsa Gisselle		50
Molina Jimenez Edwin Fernando		50
Mora Vargas Denisse Elizabeth		50
Uchuari Torres Jorge Danilo		50

QUINTO CICLO TURISMO FIN DE SEMANA

Armijos Castillo Nicole Sofia	• Etnocultura, valoración del patrimonio	50
Chamba Duran Johanna Fernanda		50
Ordoñez Correa Carmen Selena	• Sistema nacional de áreas protegidas	50
Samaniego Carrion Evelyn Dayana		50

Elaborado por: estudiantes de la carrera.

Fuente: Docente de carrera

10 EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA

10.1. Resultados esperados

Identificar y potencializar las habilidades y destrezas de los estudiantes de las carreras de Talento Humano, Secretariado Ejecutivo Trilingüe y Turismo.

Evaluar el mercado local y definir necesidades inmediatas que contribuyan a mostrar nuevas alternativas de emprendimiento.

Estructura de servicios innovadores y creativos tomando como referente las necesidades del entorno local.

Definir estrategias de fácil comercialización.

Determinar la utilidad de los emprendimientos propuestos por los estudiantes de las carreras involucradas.

10.2. Análisis cuantitativo de kairos.

Pregunta 1: Calidad del producto

Tabla 65: Calidad del producto

Variable	Frecuencia		
	Imagen gráfica	Material utilizado	Tamaño
Poco satisfactorio	110	106	132
Satisfactorio	306	372	386
Muy satisfactorio	574	512	472
Total	990	990	990

Variable	Porcentaje		
	Imagen gráfica	Material utilizado	Tamaño
Poco satisfactorio	11%	11%	13%
Satisfactorio	31%	38%	39%
Muy satisfactorio	58%	52%	48%
Total	100%	100%	100%

Elaborado por: Estudiantes de la carrera de turismo

Gráfico 13

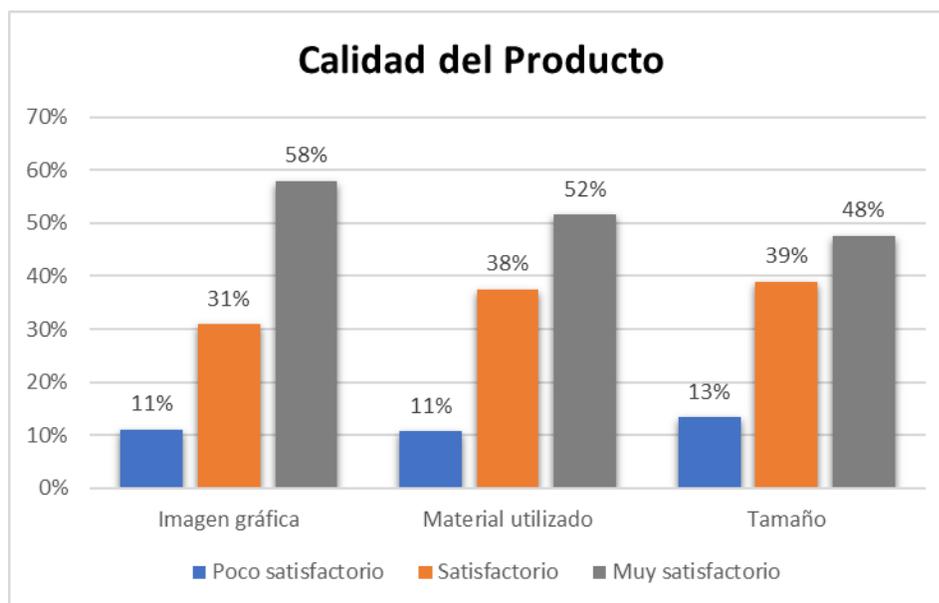


Gráfico 13: Calidad del producto.

Elaborado por: Estudiantes de la carrera de turismo

Fuente: Cliente potenciales de la compra de Kairos

En lo que respecta a calidad del producto los encuestados en su mayoría nos respondieron muy satisfactorio, dando como resultado que el diseño, la presentación, el contenido, la materia prima y los elementos fueron seleccionados bajo un sistema efectivo para generar un impacto positivo en el comprador.

Pregunta 2: Utilidad del producto

Tabla 66: Utilidad del producto

Variables	Frecuencia		
	Planificador	Agenda	Organizador de tiempo
Poco satisfactorio	136	135	135
Satisfactorio	396	384	372
Muy satisfactorio	458	471	483
Total	990	990	990

Variable	Porcentaje		
	Planificador	Agenda	Organizador de tiempo
Poco satisfactorio	14%	14%	14%
Satisfactorio	40%	39%	38%
Muy satisfactorio	46%	48%	49%
Total	100%	100%	100%

Elaborado por: Estudiantes de la carrera de turismo

Gráfico 14

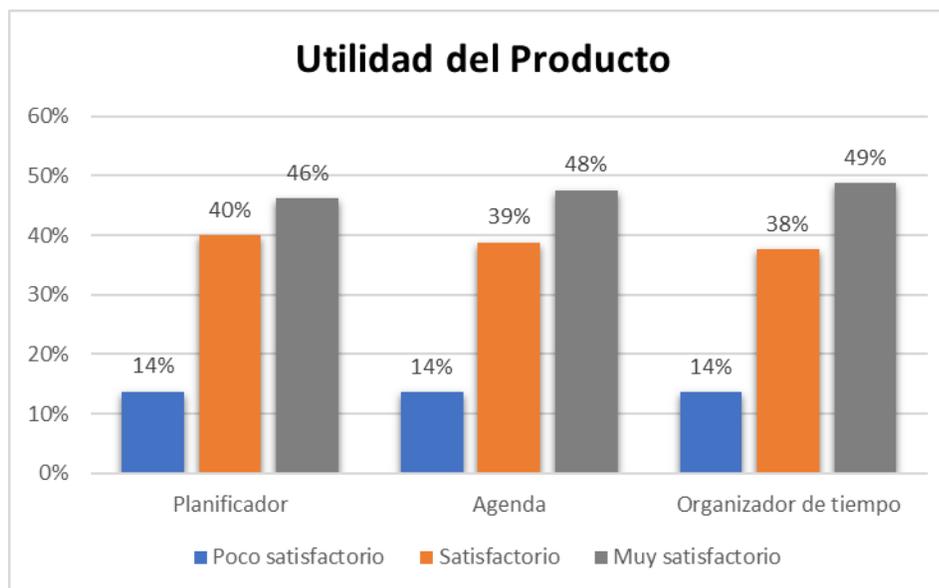


Gráfico 14: Utilidad del producto.

Elaborado por: Estudiantes de la carrera de turismo

Fuente: Cliente potenciales de la compra de Kairos

En el mismo, los encuestados la mayoría nos respondieron que la utilidad del producto Kairos es muy satisfactoria ya que es una herramienta que se utiliza como planificador o agenda, en la que permite organizar el tiempo de forma segura y eficiente para quienes lo requieran en su diario vivir.

Pregunta 3: Calidad de la venta

Tabla 67: Calidad de la venta

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Poco satisfactorio	113	11%
Satisfactorio	323	33%
Muy Satisfactorio	554	56%
Total	990	100%

Elaborado por: Estudiantes de la carrera de turismo

Gráfico 15

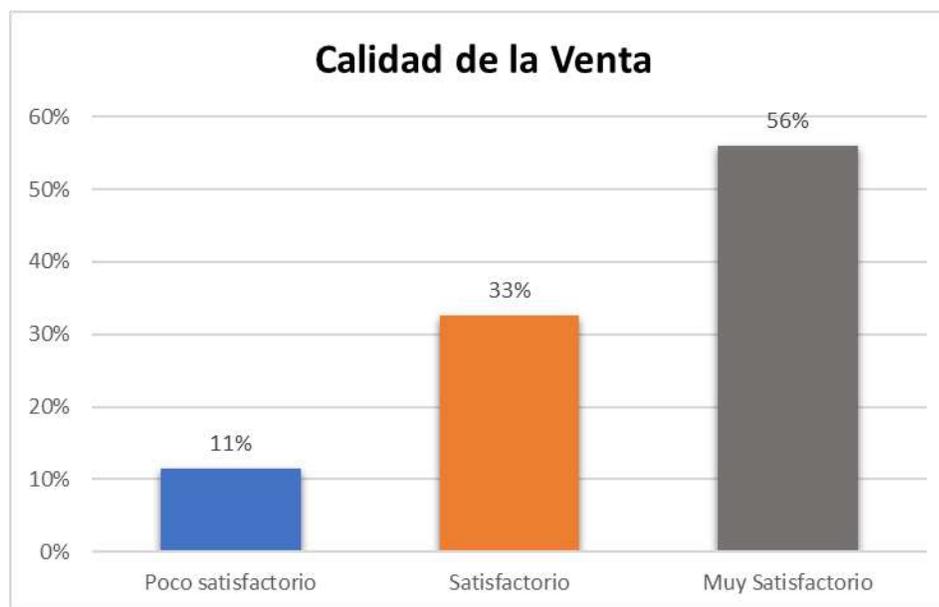


Gráfico 15: Calidad de la venta.

Elaborado por: Estudiantes de la carrera de turismo

Fuente: Cliente potenciales de la compra de Kairos

En la calidad de venta, los encuestados nos respondieron en su gran mayoría que los estudiantes quienes realizaron la venta del producto lograron hacerlo de manera muy

satisfactoria y que supieron explicar la filosofía que tiene el planificador Kairos que es la de contribuir a la optimización del tiempo y mejorar la productividad en su diario vivir.

Pregunta 4: Costo del producto

Tabla 68:Costo del producto

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Poco satisfactorio	136	14%
Satisfactorio	395	40%
Muy Satisfactorio	459	46%
Total	990	100%

Elaborado por: Estudiantes de la carrera de turismo

Gráfico 16

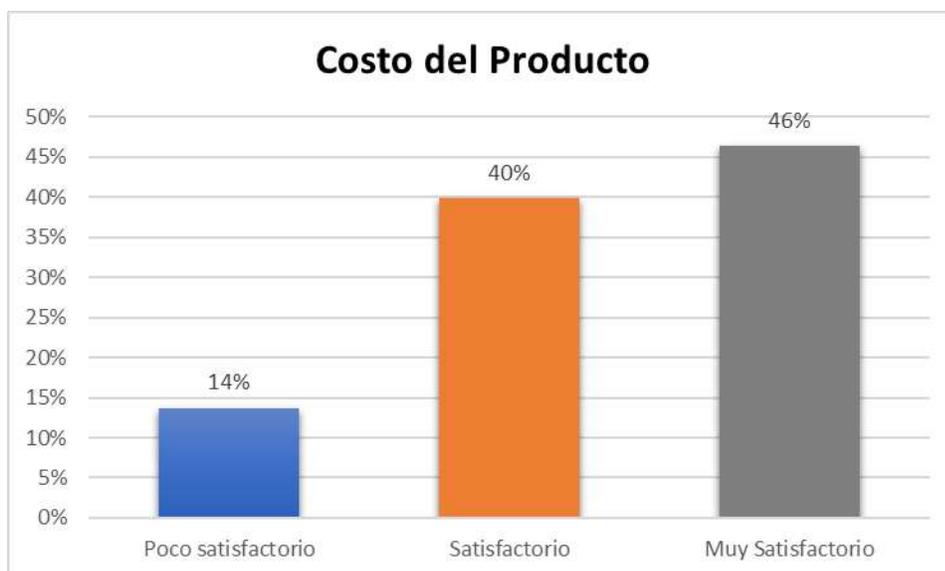


Gráfico 16: Calidad de venta.

Elaborado por: Estudiantes de la carrera de turismo

Fuente: Cliente potenciales de la compra de Kairos

Y, por último, en lo que tiene que ver con el costo del producto Kairos los encuestados respondieron que en su mayoría están muy satisfechos con el precio del producto debido que tiene una nueva presentación al momento de planificar, en el mercado llega hacer un producto de calidad.

Resultado del producto de venta Kairos

Tabla 69: Producto Kairos

Variable	Frecuencia			
	Calidad del producto	Utilidad del producto	Costo del producto	Calidad de la Venta
Poco satisfactorio	348	406	136	113
Satisfactorio	1064	1152	395	323
Muy satisfactorio	1558	1412	459	554
Total	2970	2970	990	990

Variable	Porcentaje			
	Calidad del producto	Utilidad del producto	Costo del producto	Calidad de la Venta
Poco satisfactorio	12%	14%	14%	11%
Satisfactorio	36%	39%	40%	33%
Muy satisfactorio	52%	48%	46%	56%
Total	100%	100%	100%	100%

Elaborado por: Estudiantes de la carrera de turismo

Gráfico 17

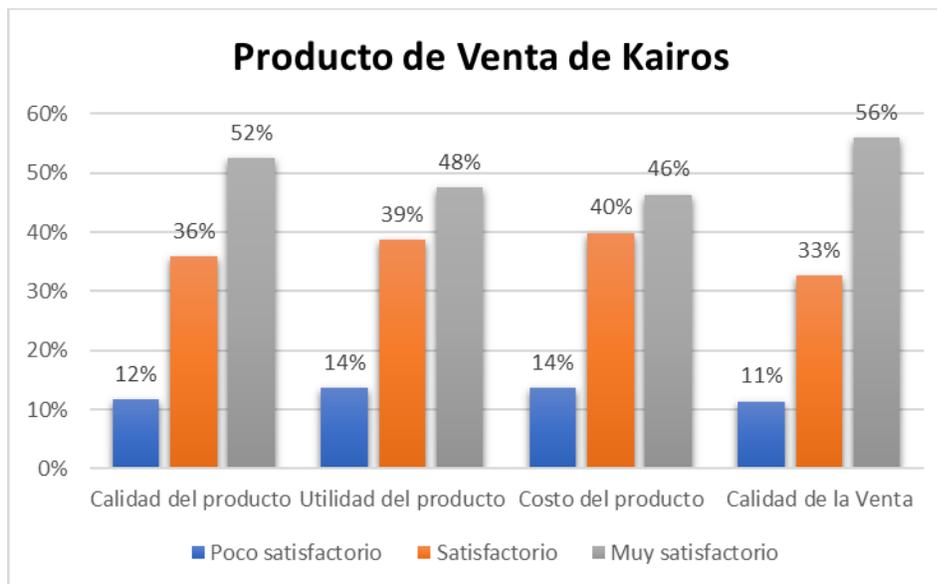


Gráfico 17: Producto Kairos.

Elaborado por: Estudiantes de la carrera de turismo

Fuente: Cliente potenciales de la compra de Kairos

Como resultado final de la venta del producto Kairos se ha logrado que los clientes queden muy satisfechos al adquirir el planificador, dando como resultado que la calidad del producto es muy buena, que es útil para los clientes al momento de planificar, que el costo es como y la calidad satisface al cliente.

11. CONCLUSIONES

- ✓ Mediante el estudio de mercado que se realizó, se pudo determinar cuál fue el producto ofertado por la empresa SAE para el año 2020 que obtuvo mayor demanda dentro del mercado, también se observa la disponibilidad del cliente a comprar el producto.
- ✓ A fin de cumplir los objetivos y metas del proyecto, en un tiempo menor a lo estimado, la empresa SAE impulsó y desarrolló estrategias tanto de directrices administrativas como económicas para una gestión adecuada del proyecto.
- ✓ Se construyó el planificador multitareas de acuerdo a las necesidades de los consumidores obtenidas en el estudio de mercado realizado, con la finalidad de que este producto tenga una gran acogida dentro del mercado.
- ✓ Debido al éxito que obtuvo en el ciclo pasado el proyecto LojaTur, en este ciclo se enfocó el desarrollo de una nueva reingeniería de software tomando esto como referente se actualizó toda información de los atractivos turísticos locales de la ciudad de Loja.
- ✓ Tal como se expresó en los objetivos, se instruyó mediante una capacitación de gestión y comercialización a todos los estudiantes involucrados en el proyecto, obteniendo resultados efectivos dentro del proyecto y cumpliendo con las metas del mismo.
- ✓ Una vez desarrollado el producto se procedió a la comercialización de este, para el cumplimiento de esto, los estudiantes del ISTS utilizaron innovadoras técnicas de venta cubriendo la demanda del sector y obteniendo una buena rentabilidad económica dentro de la empresa SAE.
- ✓ Para finalizar, se socializó frente a las autoridades pertinentes y estudiantes de las carreras administrativa los resultados obtenidos en el desarrollo y comercialización del producto, mostrando el cumplimiento de los objetivos y metas del proyecto.

12. RECOMENDACIONES

- ✓ Al ser este un proyecto de las carreras administrativas del ISTS, se recomienda crear un plan de marketing adecuado que dé a conocer el producto ofertado a nivel nacional y no solo local.
- ✓ Reestablecer e innovar las estrategias aplicadas de directrices administrativas y económicas ampliando los conocimientos que ayuden a mejorar el cumplimiento de los objetivos de proyecto.
- ✓ En caso de no cambiar de proyecto, modernizar constantemente el formato e imagen del planificador multitareas, buscando dar una imagen formal y creativa al producto a fin de que este no se quede en lo pasado o acostumbrado como muchos productos existentes en el mercado.
- ✓ Se recomienda actualizar constantemente la aplicación de LojaTur, ya que continuamente surgen nuevos escenarios turísticos en el sector, y para que dicha aplicación se convierta en una de las mejores.
- ✓ Continuar con la capacitación a los estudiantes del ISTS con talleres de EMPRENDIMIENTO, que nos permitan obtener nuevos conocimientos al momento de crear y desarrollar un producto, buscando siempre ser mejores.

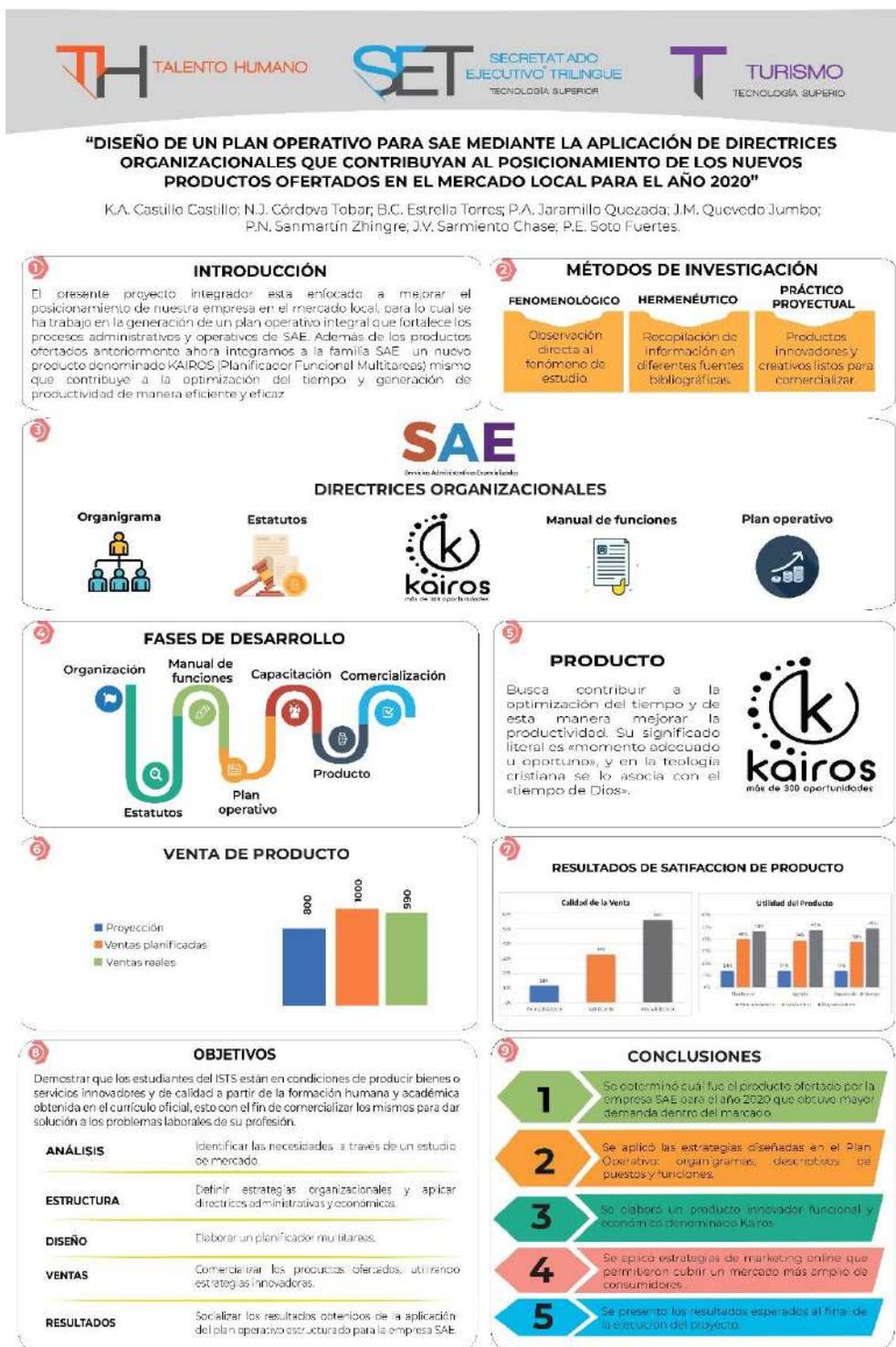
13. BIBLIOGRAFÍA

- Wilson Mendoza, O., & Moreno Molina, O. (18 de 09 de 2013). *Blogger.com*. Recuperado el 2019, de <http://sistemasoperativosucci.blogspot.com/2013/10/tipos-de-planificador-esquemas-de.html>
- Anónimo. (19 de Octubre de 2018). Obtenido de <https://www.typeform.com/es/encuestas/que-es-una-encuesta/>
- Anónimo. (27 de Enero de 2019). Obtenido de <https://okdiario.com/curiosidades/conoce-metodo-observacion-directa-3628568>
- Blasco, L. S. (14 de Marzo de 2011). *COSAS*. Obtenido de Método práctico proyectual: <https://www.cosasdearquitectos.com/2011/03/metodologia-proyectual-por-bruno-munari/>
- Enriquez , J. G., & Casas, S. I. (2013). *USABILIDAD EN APLICACIONES MÓVILES*. Universidad Nacional de la Patagonia Austral. Recuperado el 2019
- Laguna , A. (02 de marzo de 2011). *Blogs.com*. Recuperado el 2019, de <http://f-amairanii.blogspot.com/2011/03/plan-operativo-y-etapas.html>
- Montero, E. (16 de Septiembre de 2014). *SlideShare*. Obtenido de Método Hermenéutico : <https://es.slideshare.net/EmeMontero/mtodo-hermenutico>
- Ochoa , Y. (10 de 04 de 2016). *Implementados*. Recuperado el 2019, de <https://www.implementandogsi.com/guia-para-la-definicion-de-directrices-organizacionales/>
- Pérez Porto, J., & Gardey , A. (2009). *Definiciones.com*. Recuperado el 2019, de <https://definicion.de/plan-operativo/>
- Secretaria del Estado de Cultura del Gobierno de España. (2014). *RTA*. Obtenido de <http://mgd.redrta.org/directrices-planes-estrategicos/mgd/2015-01-20/180754.html>
- Sinnaps. (2019). *Sinnaps.com*. Recuperado el 2019, de <https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/planificador-organizador-semanal-mensual>
- Torrealba, C. (11 de Marzo de 2009). *Blog Spot*. Obtenido de Técnicas de Investigación Documental: <http://dani14238551.blogspot.com/2009/03/la-recopilacion-documental-como-tecnica.html>

Vaker. (27 de Febrero de 2013). *SlideShare*. Obtenido de Método Fenomenológico:
<https://es.slideshare.net/vaker123/mtodo-fenomenolgico>

14. ANEXOS

14.1. Póster científico



14.2. Cronograma actividades

Tabla 70: Cronograma.

ACTIVIDAD	MES DE EJECUCIÓN	SEMANA CONSIDERADA	DOCENTE RESPONSABLE
ESTUDIO DE MERCADO	Octubre	1	Ing. María Cristina Moreira
Definición de encuestas		2	
Levantamiento de información		3	Ing. Joffre Sarmiento Lic. Betty Estrella
Aplicación y tabulación			
Análisis de resultados			
Determinación de demanda			
TALLER DE CAPACITACIÓN	DE		
Emprendimiento y comercialización			
MARCO TEÓRICO			
Recopilación bibliográfica			
Bibliografía			
RECURSOS:	Octubre	4	Ing. Karina Castillo
HUMANOS	Noviembre	5	Ing. Jackson Quevedo Ing. Paula Soto Lic. Johana Córdova
Beneficiarios			
Involucrados			
TECNOLÓGICOS			
Recursos requeridos			
ECONÓMICOS			
Presupuesto			
Inversión			
Gastos			
PROYECCIÓN:	Noviembre	6	Ing. Karina Castillo
COSTOS		7	Lic. Johana Córdova
INGRESOS			
Definición de la utilidad			
PLANEACIÓN	Noviembre	8	Ing. Karina Castillo
Planificación académica		9	Ing. Paula Soto Tlga. Brigitte Pesantez Tlgo. Carlos Ochoa Abg. Pedro Jaramillo Ing. Joffre Sarmiento Lic. Patricia Sanmartín
Actividades para cada estudiante participante			
Producción producto 1			
Producción producto 2			
Lanzamiento del producto			
Publicidad de los productos en la web			
EJECUCIÓN	Diciembre	10	Lic. Betty Estrella
Comercialización y venta de los productos especializados al mercado potencial		11	Ing. Jackson Quevedo Lic. Johana Córdova
EVALUACIÓN	Enero	16	Ing. Karina Castillo
Método digital de evaluación que mida la		17	Lic. Betty Estrella
		18	

satisfacción del cliente en la compra de los productos. Análisis de ventas – determinación de utilidad.

RETROALIMENTACIÓN	Febrero	19	Ing. Karina Castillo Ing. Paula Soto Abg. Pedro Jaramillo Ing. Joffre Sarmiento Lic. Patricia Sanmartín Lic. Betty Estrella Ing. Jackson Quevedo Lic. Johana Córdova
Socialización de resultados obtenidos y estructuración de plan de mejoras			

Elaborado por: Coordinadora de la carrera

14.3. Presupuesto

KAIROS – PLANIFICADOR MULTITAREAS

Tabla 71: Presupuesto.

INGRESOS SAE			
Utilidad SAE para reinversión Abril – Septiembre 2019			2.597,00
Capitales estudiantes (Talento Humano, Secretariado Ejecutivo Trilingüe, Turismo) \$10,00 por estudiante (175 estudiantes matriculados)			1.750,00
CAPITAL SAE			4.347,00
INGRESOS PROYECTADOS			
CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
800	KAIROS + DE 300 OPORTUNIDADES – Planificador funcional multitareas.	\$10.00	\$8.000,00
** El valor del ingreso está sujeto a variación de acuerdo a la demanda del producto y al volumen de ventas.			
TOTAL INGRESO			\$8.000,00
COSTOS PRODUCCIÓN			
CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Materiales directos e indirectos			
800	PLANIFICADOR MULTITAREAS - KAIROS Portadas y contraportadas impresión mate selectivo alto relieve Hoja de información personal, información institucional, calendario 2020 – 2021 Separador de lectura Directorio – 2 hojas Stickers frases motivadoras Planificador diario Empaque plástico	5,00	4.000,00
175	Horas de mano de obra estudiantes Nota: (Pago por servicios profesionales por la elaboración y armado del planificador funcional multitareas, se estima cancelar una hora de trabajo).	1,64	287,00
** El valor por concepto de mano de obra no se cancelará a los estudiantes por ser un ejercicio académico, sin embargo, se lo estima por ser un elemento del costo de producción y dicho rubro se incrementará a las utilidades obtenidas.			
TOTAL COSTOS DE FABRICACIÓN			4287,00
GASTOS ADICIONALES COMERCIALIZACIÓN			
CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Suministros de oficina (impresiones estudio de mercado)	20.00	20.00
1	Publicidad del producto	0.00	0.00
1	Impresión y empastado del proyecto integrador	50.00	50.00
1	Poster científico	60.00	60.00
1	Logística para presentación del proyecto	300.00	300.00

TOTAL GASTOS		430,00
TOTAL DE COSTOS Y GASTOS		4.717,00
Imprevistos 2%		94,34
TOTAL COSTOS Y GASTOS POR UNIDAD ELABORADA	6,00	4.811,34
UTILIDAD	4,00	3.200,00

Nota: Utilidad = Ingresos - (costos+gastos+ imprevistos)

Elaborado por: estudiantes de las tres carreras

Tabla 72: Ingresos LojaTur.

LOJATUR – FASE 1			
INGRESOS			
CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Prototipo de aplicación móvil turística.	\$00.00	\$00,00
** El valor del ingreso será reflejado en la FASE 2: comercialización del producto.			
TOTAL INGRESO			\$00,00
COSTOS			
CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Materiales directos e indirectos			
1	APLICACIÓN MÓVIL TURÍSTICA - LOJATUR Información actualizada de atractivos turísticos focales ubicados en el cantón Loja Fotografías 360 Información de los servicios turísticos	0,00	00,00
** El valor por concepto de mano de obra no se cancelará a los estudiantes por ser un ejercicio académico, sin embargo, se lo estima en la FASE 2 al momento de definir el precio de venta para la comercialización del producto.			
TOTAL COSTOS			00,00

Elaborado por: estudiantes de las tres carreras

NOTA:

- ✓ De la utilidad acumulada de SAE 3045,00 se utilizarán 2597,00 para reinversión en el proyecto KAIROS y 448,00 será utilizado en la adquisición de PLACAS DE IDENTIFICACIÓN para los estudiantes de segundo a quinto ciclo como beneficiarios de la utilidad del proyecto anterior.
- ✓ El capital que invierten los estudiantes es de 10,00 usd, los participantes son 175 estudiantes matriculados de las carreras de Talento humano, Secretariado Ejecutivo Trilingüe y Turismo. El capital al finalizar el semestre será devuelto a cada uno de ellos previa firma de un acta de constancia.
- ✓ De la utilidad generada en el ejercicio académico el 95% será utilizada para recapitalizar SAE y dar continuidad a los proyectos planificados por las carreras participantes, y el 5% restante será utilizada para activar la caja chica de la coordinación de carrera.

14.3.1 Destino de la utilidad

Tabla 73: Destino de la utilidad.

DISTRIBUCIÓN DE LAS UTILIDADES DEL PRESENTE EJERCICIO ACADÉMICO

Porcentaje	Destino
5%	Caja chica de las carreras
95%	Reinversión de utilidades para la empresa SAE

CUOTA ÚNICA DE LOS ESTUDIANTES (CAPITAL)

El valor a solicitar a los estudiantes es de 10.00 usd. Considerando que se convierte en el CAPITAL para la producción de KAIROS, como en los proyectos anteriores esta inversión será devuelta al momento de finalizar el ejercicio académico previa firma de un acta legalizada.

El CAPITAL INICIAL debe ser entregado hasta el MARTES 4, MIÉRCOLES 5 y SÁBADO 8 DE FEBRERO DE 2020 a los tutores de curso.

Elaborado por: estudiantes de las tres carreras

14.4. Actas de cumplimiento del proyecto integrador



ACTA ENTREGA RECEPCIÓN

Loja, 04 de febrero del 2020.

En la oficina de – Rectorado - del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de la ciudad de Loja, siendo las dieciocho horas con treinta minutos del día martes cuatro de febrero del dos mil veinte, se reúnen en sesión la Lic. Johana Córdova Tobar, en su calidad de COORDINADORA de las carreras de Gestión del Talento Humano, Secretariado Ejecutivo Trilingüe y Turismo, la Ing. María Cristina Moreira, COORDINADORA DE INVESTIGACIÓN y los docentes: Lic. Patricia Sanmartín, Lic. Betty Estrella, Ing. Karina Castillo, Ing. Paula Soto Mgs., Ing. Joffre Sarmiento, Ing. Jackson Quevedo e Ab. Pedro Jaramillo como DOCENTES INVESTIGADORES, para tratar el siguiente orden del día:

- 1.- Instalación de la sesión por parte de la Rectora
- 2.- Presentar y entrega el proyecto de investigación elaborado por los DOCENTES INVESTIGADORES, de las Carreras de Gestión del Talento Humano, Secretariado Ejecutivo Trilingüe y Turismo.
- 3.- Recepción de los proyectos antes mencionados.
- 4.- Clausura

PRIMERO: Instalaciones la sesión por parte de la Rectora.

La Rectora extiende un cordial saludo a las presentes y agradece por la ardua labor desarrollada durante la ejecución del proyecto; así también agradece a las integrantes de las carreras que una vez más se suman a la labor encaminada en pro de las mismas.

SEGUNDO: Presentar y entregar el mejor proyecto de investigación elaborado por los DOCENTES INVESTIGADORES de las Carreras de Gestión del Talento Humano, Secretariado Ejecutivo Trilingüe y Turismo.

La Lic. Johana Córdova da a conocer sobre el proyecto que elaboraron en el semestre Octubre 2019 - Marzo 2020, denominado “DISEÑO DE UN PLAN OPERATIVO PARA SAE MEDIANTE LA APLICACIÓN DE DIRECTRICES ORGANIZACIONALES QUE CONTRIBUYAN AL POSICIONAMIENTO DE LOS NUEVOS PRODUCTOS OFERTADOS EN EL MERCADO LOCAL PARA EL AÑO 2020” de las Carreras de Gestión del Talento Humano, Secretariado Ejecutivo Trilingüe y Turismo, con los estudiantes de todos los ciclos de las carreras antes mencionado, en el cual se obtuvo los siguientes resultado: Se logró el alcance de todos los objetivos específicos como del general y se obtuvo un rendimiento y trabajo favorable por parte de los estudiantes.

TERCERO: Recepción del proyecto antes mencionado.

La Rectora del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano, constata el trabajo realizado del proyecto antes mencionado aceptando y felicitando por los resultados obtenidos e incentivos a la continuidad en la elaboración de estos proyectos en beneficio de la calidad de enseñanza que se brinda a los estudiantes y por ende al cambio de la matriz productiva.

CUARTO: Clausura

Sin otro punto que tratar y dando los respectivos agradecimientos se concluye la sesión a diecinueve horas el día martes cuatro de febrero del dos mil veinte suscribiéndose en la presente acta en señal de conformidad.

.....
Ing. Ana Cordero Clavijo, Mgs,
 RECTORA DEL ISTS

.....
Lic. Johana Córdova Tobar
 COORDINADORA DE CARRERA

.....
Ing. Paula Soto Fuertes
DOCENTE ISTS

.....
Ing. Karina Castillo Castillo
DOCENTE ISTS

.....
Lic. Betty Estrella Torres
DOCENTE ISTS

.....
Ing. Jackson Quevedo Jumbo
DOCENTE ISTS

.....
Lic. Patricia Sanmartín Zhingre
DOCENTE ISTS

.....
Ing. María Cristina Moreira, Mgs.
DOCENTE ISTS

.....
Ing. Ing. Joffre Sarmiento
DOCENTE ISTS

.....
Ab. Pedro Jaramillo
DOCENTE ISTS

14.5. Seguimiento de las actividades cumplidas

Tabla 74: Seguimiento de las actividades cumplidas

ACTIVIDAD	MES DE EJECUCIÓN	SEMANA CONSIDERADA	DOCENTE RESPONSABLE
ESTUDIO DE MERCADO	Octubre	1	Ing. María Cristina Moreira Ing. Joffre Sarmiento Lic. Betty Estrella
Definición de encuestas		2	
Levantamiento de información	de	3	
Aplicación y tabulación			
Análisis de resultados			
Determinación de demanda	de		
TALLER	DE		
CAPACITACIÓN			
Emprendimiento y comercialización	y		
MARCO TEÓRICO			
Recopilación bibliográfica			
Bibliografía			
RECURSOS:	Octubre	4	Ing. Karina Castillo Ing. Jackson Quevedo Ing. Paula Soto Lic. Johana Córdova
HUMANOS	Noviembre	5	
Beneficiarios			
Involucrados			
TECNOLÓGICOS			
Recursos requeridos			
ECONÓMICOS			
Presupuesto			
Inversión			
Gastos			
PROYECCIÓN:	Noviembre	6	Ing. Karina Castillo Lic. Johana Córdova
COSTOS		7	
INGRESOS			
Definición de la utilidad			
PLANEACIÓN	Noviembre	8	Ing. Karina Castillo Ing. Paula Soto Tlga. Brigitte Pesantez Tlgo. Carlos Ochoa Abg. Pedro Jaramillo Ing. Joffre Sarmiento Lic. Patricia Sanmartín
Planificación académica		9	
Actividades para cada estudiante participante			
Producción producto 1			
Producción producto 2			
Lanzamiento del producto			
Publicidad de los productos en la web			
EJECUCIÓN	Diciembre	10	
Comercialización y venta de los productos especializados al mercado potencial		11	
EVALUACIÓN	Enero	16	
Método digital de evaluación que mida la satisfacción del cliente en la compra de los productos.		17	
		18	

**Análisis de ventas –
determinación de utilidad.**

RETROALIMENTACIÓN	Febrero	19	Ing. Karina Castillo Ing. Paula Soto Abg. Pedro Jaramillo Ing. Joffre Sarmiento Lic. Patricia Sanmartín Lic. Betty Estrella Ing. Jackson Quevedo Lic. Johana Córdova
--------------------------	---------	----	--

Elaborado por: coordinadora de la carrera

14.6. Matriz Resumen Evaluativa

SEMESTRE: OCTUBRE 2019 – MARZO 2020

CARRERAS: GESTIÓN DE TALENTO HUMANO, SECRETARIADO EJECUTIVO TRILINGÜE Y TURISMO

TEMA DEL PROYECTO: “DISEÑO DE UN PLAN OPERATIVO PARA SAE MEDIANTE LA APLICACIÓN DE DIRECTRICES ORGANIZACIONALES QUE CONTRIBUYAN AL POSICIONAMIENTO DE LOS NUEVOS PRODUCTOS OFERTADOS EN EL MERCADO LOCAL PARA EL AÑO 2020”

Tabla 75: Matriz resumen evaluativa

OBJETIVOS ESPECIFICOS	METODOLOGÍA	PROPUESTA DE ACCIÓN	EVALUACIÓN	RESULTADOS OBTENIDOS
Identificar las necesidades inmediatas del sector a través de un estudio de mercado que nos permita determinar la demanda de los productos ofertados por la empresa SAE para el año 2020.	Método Fenomenológico	Estudio de mercado previo al lanzamiento del producto Kairos.	Encuesta de satisfacción a los clientes.	Buena acogida y aceptación del producto en el mercado.
Definir estrategias organizacionales mediante la aplicación de directrices administrativas y económicas para la gestión optima de la empresa SAE que nos permita el	Método Práctico Proyectual	Diseñar un plan operativo para SAE (Servicios Administrativos Especializados). presentación del producto: Kairos	Encuesta de satisfacción a los clientes.	Plan operativo Producto (KAIROS) Más de 300 oportunidades...

cumplimiento de metas y objetivos a corto plazo.

Elaborar un planificador multitareas a través de un modelo funcional para la contribución al buen desempeño personal y laboral.

Método Práctico Proyectual

Diseñar un elemento administrativo que cumpla con los estándares de SAE, crear un planificador **Kairos**

Encuesta de satisfacción a los clientes.

Planificador KAIROS
-Portada
-Hoja informativa
-Hoja stickers
-Separadores mensuales (frase)
-Hoja planificador
-Hoja notas
-Hoja directorios
-Separador

Aplicar un proceso de reingeniería de software al proyecto LojaTur tomando como referente principal información actualizada de atractivos turísticos focales ubicados en el cantón Loja con la finalidad de fortalecer la actividad turística del sector.

Método Práctico Proyectual

Prototipo de la aplicación móvil LojaTur

Aplicativo móvil LojaTur

Capacitar a los estudiantes involucrados en la ejecución del proyecto a través del taller de EMPRENDIMIENTO: GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN para generar procesos efectivos que contribuyan al cumplimiento de los objetivos del proyecto.

Método Hermenéutico

Fortalecer las competencias relacionadas en sector de la comercialización, involucrando el uso de herramientas tecnológicas como redes sociales
Producto Kairos

Encuesta de satisfacción a los clientes.

Taller de emprendimiento: gestión y comercialización

Comercializar los productos ofertados, utilizando estrategias innovadoras de venta para cubrir la demanda y obtener rentabilidad

Método Hermenéutico

Fortalecer las redes sociales establecidas para la realización del marketing On Line de la empresa SAE.

Encuesta de satisfacción a los clientes.

Página de Facebook
Instagram
Whatsapp

económica en la empresa SAE.

Socializar los resultados obtenidos de la aplicación del plan operativo estructurado para la empresa SAE a través del cumplimiento de metas establecidas a corto plazo.

Método Práctico Proyectual

Presentación de los resultados obtenidos en la ejecución y comercialización del producto Kairos

Encuesta de satisfacción a los clientes.

Resultados cuantitativos y cualitativos sobre la calidad del producto obtenido Kairos

14.7. Evidencias fotográficas y video

14.7.1. Socialización de Kairos



Figura 24: Socialización de Kairos estrategias de venta
Fuente: Estudiantes de T.H, S.E.T, Turismo



Figura 29: Socialización de Kairos
Fuente: Estudiantes de T.H, S.E.T, Turismo

14.7.2. Producción de Kairos



Figura 30: Producción de Kairos
Fuente: Estudiantes de T.H, S.E.T, Turismo

14.7.3. Comercialización de Kairos



Figura 31: Comercialización de Kairos
Fuente: Estudiantes de T.H, S.E.T, Turismo

14.7.4. Memoria del producto Kairos



Figura 32: video de la producción de Kairos
Elaborado por: estudiantes y docentes



Figura 33: video de la comercialización de kairos
Elaborado por: estudiantes y docentes



Figura 34: docente del desarrollo del producto kairos
Elaborado por: estudiantes y docentes