



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE INGENIERÍA**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE INGENIERÍA  
EMPRESARIAL**

**ANÁLISIS DE VIABILIDAD DE UN PROYECTO DE SERVICIOS  
EMPRESARIALES EN LA UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO, CHICLAYO 2016**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
INGENIERO EMPRESARIAL**

**AUTOR:**

**OLGA LUISA CHANAME MORI**

**ASESOR:**

**MBA. OLIVER VASQUEZ LEYVA**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

**PLANES DE NEGOCIO**

**CHICLAYO – PERÚ**

**2017**

# **JURADO**

---

Ing. José Manuel Bruno Sarmiento  
PRESIDENTE

---

Lic. Julio Roberto Izquierdo Espinoza  
SECRETARIO

---

Ing. Francisco Richard Herrera Piscoya  
VOCAL

**Chiclayo-2017**

## DEDICATORIA

A Dios, por cuidar cada paso que doy, proveer fortalezas e iluminar mi mente, poniendo en mi camino a personas que fueron mi compañía y soporte en toda esta etapa de estudio. A mis amados padres Luz y Luis, por ser el pilar y base en lo que soy, mi educación académica y de vida, por su apoyo ilimitado en todo lo que necesitaba, así como mis hermanos, Rolando por ser mi ejemplo, y Fabián por ayudarme cuando más lo necesitaba.

A Miguel, compañero inseparable de cada jornada representando un gran soporte en momentos de decline y cansancio, así como a mi pequeña hija Luhana por ser mi inspiración.

A mi asesor Oliver, la persona que me dio la confianza para no dejarme caer, y me impulsaba a realizar cada vez mejor las cosas, tuvo las palabras correctas para ayudarme afrontar los obstáculos. Siendo parte de mi inspiración y un gran ejemplo a seguir por la paciencia y apoyo; mi gratitud, cariño y respeto, más que un gran profesor, un consejero y guía

A mis amigas incondicionales Chéryl, Rocio, Jhoanna y Azucena que con sus palabras de aliento ayudaron a mantener la alegría que necesitaba.

A todos ya que, sin ellos, no hubiese podido culminar este proyecto.

## **AGRADECIMIENTO**

Los resultados de este proyecto, son dedicados a todas aquellas personas que, de alguna manera, son parte de su culminación. Mis sinceros agradecimientos hacia Oliver y maestros quienes con su ayuda desinteresada me dieron las herramientas para terminar con éxito.

A Eduardo Arraya, jefe de planificación de la universidad César Vallejo, que brindó información relevante, próxima, muy cercana a la realidad de nuestras necesidades.

A mi familia por siempre brindarme su apoyo, tanto sentimental, como económico. Gracias Dios, gracias Miguel, gracias padres y hermanos, y en especial Luhana, gracias.

El toque de un profesor transforma vidas, y esas vidas transforman naciones-Prov.9:10

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Olga Luisa Chaname Mori con DNI N° 72282547 a efecto de cumplir con los criterios de evaluación de la experiencia curricular de Desarrollo de Proyecto de investigación, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente investigación son auténticos y veraces.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada; por lo cual, me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Chiclayo, 20 de Julio del 2017

---

**Bach. Olga Luisa Chaname Mori**

## **PRESENTACIÓN**

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Análisis de viabilidad de un proyecto de servicios empresariales en la Universidad César Vallejo, Chiclayo-2016”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Ingeniería Empresarial

La Autora

## INDICE

|  |      |
|--|------|
| JURADO .....   | i    |
| DEDICATORIA .....  | ii   |
| AGRADECIMIENTO .....   | iii  |
| DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD .....  | iv   |
| PRESENTACIÓN .....   | v    |
| INDICE DE ILUSTRACIONES .....  | viii |
| INDICE DE TABLAS .....   | ix   |
| INDICE DE GRAFICA .....  | x    |
| RESUMEN .....  | 11   |
| ABSTRACT .....   | 12   |
| I. INTRODUCCIÓN .....  | 13   |
| 1 Realidad problemática .....  | 13   |
| 1.1. Nivel nacional .....  | 13   |
| 1.2. Nivel regional .....  | 14   |
| 1.3. Nivel local .....   | 15   |
| 2 Trabajos previos .....   | 16   |
| 3. Teorías relacionadas al tema .....  | 19   |
| 3.1 Viabilidad de un proyecto .....  | 19   |
| 3.2 Pasos a seguir para la elaboración del proyecto .....                          | 24   |
| 3.3 Clasificación de un proyecto .....   | 32   |
| 3.4 Factores necesarios para evaluar la viabilidad de un proyecto social .....     | 33   |
| 3.5 Servicio .....   | 34   |
| 3.6 Responsabilidad social .....   | 42   |
| 4. Formulación del problema .....  | 49   |
| 5. Justificación del estudio .....   | 49   |
| 5.1 Pertinencia .....  | 49   |
| 5.2 Relevancia social .....  | 49   |
| 5.3 Implicancia .....  | 50   |
| 5.4 Valor teórico .....  | 50   |
| 5.5 Utilidad metodológica .....  | 50   |
| 6. Hipótesis .....   | 51   |
| 7. Objetivos .....   | 51   |
| 7.1 General .....  | 51   |
| 7.2 Específicos .....  | 51   |
| II. MÉTODO .....   | 52   |
| 2. Diseño de investigación .....   | 52   |
| 2.2 Variables, operacionalización .....  | 52   |
| 2.3 Población y muestra .....  | 53   |
| 2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad ..... | 55   |

|   |     |
|---|-----|
| 2.5 Métodos de análisis de datos .....  | 55  |
| 2.6 Aspectos éticos.....  | 55  |
| III. RESULTADOS .....   | 56  |
| 3.1 Elaboración de un estudio de mercado .....  | 56  |
| 3.2 Identificación de las alternativas técnicas para el servicio empresarial.....                   | 69  |
| 3.3 Interpretación del aspecto legal y organizacional de la Universidad César Vallejo.              | 69  |
| 3.4 Análisis la capacidad económica-financiera del proyecto.....                                    | 72  |
| IV. DISCUSIÓN .....   | 74  |
| 4.1 Elaboración de un estudio de mercado .....  | 74  |
| 4.2 Identificación de las alternativas técnicas para el servicio empresarial.....                   | 74  |
| 4.3 Interpretación del aspecto legal y organizacional de la Universidad César Vallejo. .            | 75  |
| 4.4 Análisis la capacidad financiera.....   | 76  |
| V. CONCLUSIÓN .....   | 78  |
| VI. RECOMENDACIONES.....  | 80  |
| VII. PROPUESTA.....   | 81  |
| 1. Modelo de responsabilidad social universitaria para la Escuela de Ingeniería<br>Empresarial..... | 82  |
| 1.1 Marco General .....   | 82  |
| 1.2. Marco legal.....   | 84  |
| 1.3. Marco Institucional .....  | 85  |
| 1.4 Modelo Educativo de la Universidad César Vallejo.....   | 85  |
| 1.5 Modelo de servicios Empresariales.....  | 88  |
| 2. Contextualización del modelo de servicios empresariales.....                                     | 90  |
| 2.1 Relación universidad-empresa .....  | 90  |
| 2.2 Proceso de atención .....   | 91  |
| 2.3 Ciclo del servicio .....  | 97  |
| 3. Proyecto de inversión .....  | 127 |
| 3.1 Definición del problema .....   | 127 |
| 3.2 Estudio de mercado .....  | 136 |
| 3.3 Estudio técnico.....  | 160 |
| 3.4 Organización .....  | 168 |
| 3.5 Estudio financiero .....  | 175 |
| VIII. REFERENCIAS.....  | 184 |
| a. Bibliografía.....  | 184 |
| b. ANEXOS.....  | 191 |
| Instrumentos .....  | 191 |
| Validación de los instrumentos .....  | 195 |
| Matriz de consistencia .....  | 199 |



## INDICE DE ILUSTRACIONES

|   |     |
|---|-----|
| Ilustración N° 1 Diagrama que permite determinar la viabilidad en cuatro pasos fundamentales .....            | 20  |
| Ilustración N° 2 Responsabilidad social universitaria .....   | 45  |
| Ilustración N° 3 Cuatro tipos de impactos universitarios .....  | 46  |
| Ilustración N° 4 Organigrama de la universidad César Vallejo, filial Chiclayo.....                            | 71  |
| Ilustración N° 5 Nivel de estudio alcanzado por propietario de la MYPE .....                                  | 145 |
| Ilustración N° 6 MYPE que incrementaron su conocimiento sobre prácticas modernas de gestión empresarial ..... | 153 |
| Ilustración N° 7 MYPE que aplican las prácticas modernas en gestión empresarial .....                         | 153 |

## INDICE DE TABLAS

|  |     |
|--|-----|
| Tabla Nº 1 Objetivo estratégico Nº 3, estrategias y tácticas .....                                     | 41  |
| Tabla Nº 2 Viabilidad de un Proyecto .....   | 52  |
| Tabla Nº 3 Servicios empresariales .....   | 53  |
| Tabla Nº 4 Población total de MYPE y estudiantes .....   | 54  |
| Tabla Nº 5 Distribución de problemas Legales en MYPE.....  | 58  |
| Tabla Nº 6 Distribución de la asistencia a capacitación durante el 2015 .....                          | 59  |
| Tabla Nº 7 Distribución de la disposición a recibir Asesoría por parte de la Universidad .....         | 61  |
| Tabla Nº 8 Distribución de uso de tecnología de información y comunicación .....                       | 62  |
| Tabla Nº 9 Distribución de uso de plan de marketing .....  | 63  |
| Tabla Nº 10 Distribución de asesoría por parte de alguna Universidad .....                             | 65  |
| Tabla Nº 11 Distribución de MYPE que cuentas con asesoría externa.....                                 | 66  |
| Tabla Nº 12 Distribución de estudiantes que han tenido ideas de negocio .....                          | 67  |
| Tabla Nº 13 Distribución de ideas puesta en marcha.....  | 68  |
| Tabla Nº 14 Caracterización de las prácticas empresariales .....                                       | 90  |
| Tabla Nº 15 Personal administrativo .....  | 134 |
| Tabla Nº 16 Recursos materiales.....   | 134 |
| Tabla Nº 17 Empresas según Departamento 2012-2013 .....  | 148 |
| Tabla Nº 18 Población el Chiclayo .....  | 149 |
| Tabla Nº 19 Número de MYPE por Provincia .....   | 149 |
| Tabla Nº 20 Estudiantes por carrera y ciclo profesional .....  | 150 |
| Tabla Nº 21 Población detallada .....  | 150 |
| Tabla Nº 22 Porcentaje de MYPE con respecto a otras empresas .....                                     | 152 |
| Tabla Nº 23 Proyección de la demanda de MYPE .....   | 152 |
| Tabla Nº 24 Proyección de la demanda potencial.....  | 154 |
| Tabla Nº 25 Características de los centros de servicios a la comunidad. ....                           | 157 |
| Tabla Nº 26 Gastos en publicidad.....  | 159 |
| Tabla Nº 27 Recursos utilizados en el servicio de Asesoría-Preparación y evaluación de proyectos ..... | 161 |
| Tabla Nº 28 Recursos utilizados en el servicio de Diseño de procesos .....                             | 161 |
| Tabla Nº 29 Recursos utilizados en el servicio de planeamiento estratégico .....                       | 162 |
| Tabla Nº 30 Recursos utilizados en el servicio de asesoría contable y tributaria.....                  | 162 |
| Tabla Nº 31 Comparativo de localización.....   | 160 |
| Tabla Nº 32 Cantidad de MYPE que recibirán el servicio .....   | 163 |
| Tabla Nº 33 Planta del personal .....  | 163 |
| Tabla Nº 34 Equipo de cómputo y comunicación.....  | 164 |
| Tabla Nº 35 Muebles y enseres .....  | 164 |
| Tabla Nº 36 Planta del personal .....  | 171 |

## INDICE DE GRAFICA

|   |     |
|---|-----|
| Gráfica N° 1 Distribución de problemas Legales en MYPE .....                  | 58  |
| Gráfica N° 2 Asistencia a capacitación durante el 2015 .....                  | 59  |
| Gráfica N° 3 Motivos para no asistir a capacitación .....                     | 60  |
| Gráfica N° 4 Disposición a recibir Asesoría por parte de la Universidad ..... | 61  |
| Gráfica N° 5 Uso de tecnología de información y comunicación .....            | 62  |
| Gráfica N° 6 Uso de plan de marketing .....                                   | 64  |
| Gráfica N° 7 Asesoría por parte de alguna universidad .....                   | 65  |
| Gráfica N° 8 MYPE que cuentas con asesoría externa .....                      | 66  |
| Gráfica N° 9 Estudiantes que han tenido ideas de negocio .....                | 67  |
| Gráfica N° 10 Ideas puestas en marcha .....                                   | 68  |
| Gráfica N° 11 Áreas que necesitan fortalecer en MYPE .....                    | 138 |
| Gráfica N° 12 Estudiantes que han elaborado Planes de negocio .....           | 138 |
| Gráfica N° 13 Asistencia a capacitación de las MYPE .....                     | 139 |
| Gráfica N° 14 Impedimento para asistir a capacitación .....                   | 139 |
| Gráfica N° 15 MYPE que cuentan con asesoría externa .....                     | 141 |
| Gráfica N° 16 Sectores por MYPE de Chiclayo .....                             | 142 |
| Gráfica N° 17 Tiempo de MYPE en el mercado .....                              | 143 |
| Gráfica N° 18 Tipo de organización de empresa .....                           | 143 |
| Gráfica N° 19 Tiempo que pasó para formalizar .....                           | 144 |
| Gráfica N° 20 MYPE que cuentan con licencias .....                            | 144 |
| Gráfica N° 21 Estudiantes matriculados por ciclo .....                        | 145 |
| Gráfica N° 22 Estudiantes por escuela profesional .....                       | 146 |
| Gráfica N° 23 Estudiantes que han tenido una idea de negocio .....            | 146 |
| Gráfica N° 24 Estudiantes que han elaborado un plan de negocio .....          | 147 |
| Gráfica N° 25 Estudiantes que desean establecer un negocio .....              | 147 |
| Gráfica N° 26 MYPE con disposición a recibir asesoría de la Universidad ..... | 154 |

## RESUMEN

Se presenta una propuesta donde se tiene que determinar la viabilidad del proyecto como un modelo de responsabilidad social universitaria para brindar servicios empresariales en la universidad César Vallejo y establecer la vinculación entre la universidad y empresa, se tomó como población las MYPE de Chiclayo y estudiantes de la universidad Cesar Vallejo, teniendo como muestra 381 empresas MYPE y 349 estudiantes del total de la población, realizando dos tipos de encuestas para cada población, procesando los datos en Excel, obteniendo gráficos, interpretándolos de tal manera que permitió la generación y comparación de las necesidades empresariales para incrementar su competitividad empresarial; se consideró la experiencia de las empresas, sus procesos y metodologías, los mismos que pueden impactar en los planes de estudio de las carreras universitarias. De esta manera, puede existir un trabajo en forma conjunta, tanto en la formación de profesionales, como en la investigación y desarrollo de tecnologías, creando con esto un proceso capaz de generar conocimiento que pueda ser aplicado para beneficio de la sociedad.

Finalmente, se hace un planteamiento desde la creación hasta la operación de una oficina de servicios empresariales, en donde se contemplan: los objetivos, la estructura organizacional, las fases de desarrollo y la metodología de aprendizaje.

Palabras clave: viabilidad, MYPE, incubadora de negocios, responsabilidad social universitaria.

## **ABSTRACT**

I present a proposal which has to be determined with a model of social university responsibility to provide business services in Cesar Vallejo university and to establish a link between the university and the enterprise, as a model I chose people from MYPE in Chiclayo and students from Cesar Vallejo university, 381 people from MYPE and 349 students, we applied two kinds of interviews for each group, and the information has been processed in excel program, where we obtain graphics and interpret them to apply them in the context, this information is to generate competitive according to the organizations experience, the process and methodology, all of these to generate impact in the university careers. In this way, we can obtain a complete result in the formation of professional people, in investigation and the development of technology, to create a process to being applied to benefit of the society.

Finally, an approach is taken from the creation to the operation of an office of business services, which includes: the objectives, the organizational structure, the development phases and the learning methodology.

Key words: Viability, MYPE, business incubator, university Social Responsibility.

## **I. INTRODUCCIÓN**

### **1 Realidad problemática**

#### **1.1. Nivel nacional**

Según las ITP (Innovaciones Tecnológicas en las Pymes), se tiene entre los problemas la imperiosa falta de la ciencia, tecnología e innovación dentro de las empresas, es por ello que la promoción y el perfeccionamiento de las MYPE no se pueden dar actualmente (Las Innovaciones Tecnológicas en las Pymes, 2014). La carencia de incubadoras empresariales en el Perú, de parques tecnológicos, de una clara difusión de MYPE basado en tecnología, y de la consultoría empresarial etc., permite dar a conocer que la ciencia-tecnología-innovación se encuentra alejada actualmente de las MYPE, y por ello es que no pueden llegar a mercados nacionales ni mucho menos internacionales debido a que no se podrá demostrar la competitividad.

La ciencia, tecnología e innovación no llegan solas; se tienen que realizar muchos esfuerzos por parte de las Universidades, debido a que estas tienen un protagonismo y dentro de ellas se realizan la investigación científica a nivel nacional, aunque no se asumen esas responsabilidades en Perú.

Se define responsabilidad social universitaria como el deber de propagar los conocimientos y valores poniéndolos en práctica en la formación de los futuros profesionales en el proceso de indagación o proyección social, debido a que todo esto debe estar relacionado con las soluciones de los diferentes problemas sociales.

Se debe señalar la importancia que ha tenido cuando se definió la responsabilidad social de los diferentes tipos de empresas, puesto que cabe la posibilidad de aplicarlo en el funcionamiento y labor que desarrollan actualmente las casas de estudio superior ya que estas tienen la obligación de formar una relación con la sociedad, para que tengan la posibilidad de consolidar su quehacer, puesto que continuamente tienen que trascender en los diferentes tipos de involucrados: como las personas, las organizaciones del Estado, el propio mercado y la diversidad de personas en la sociedad.

En la última investigación realizada por Nemesio Espinoza (2014), hace referencia que más de un millar de MYPE, son ubicadas dentro Villa el Salvador, el más grande parque industrial de Lima. Y cuentan con las mismas características en todo el país puesto que no se encuentra similitud a los nuevos contextos y escenarios preponderando una cultura empresarial antigua y obsoleta. Se requiere hacer un programa que necesita contar con un conjunto de ejes tales como tecnología, buscar el dinero para ejecutar, el dinamizar los mercados, mejorar la calidad, etc.; todos estos deben estar sobre una fuerte base de cambios de la actual cultura empresarial. En el entorno globalizado, con una sociedad donde no se encuentra trabajo fácilmente y el desempleo está presente, las Universidades y empresas se necesitan el uno al otro. Según Las Innovaciones Tecnológicas en las PYMES (2014) “Los centros de estudios universitarios necesitan a las empresas como laboratorios y las empresas estos centros como sedes de investigación científica y lugares que gestionen la innovación tecnológicas”. Esta unión permitirá que las universidades formen adecuados profesionales y tengan una ejecución en las investigaciones científicas. Por tanto, cualquiera de las MYPE podría constituir tácticas de desarrollo empresarial que permita llegar a los mercados nacionales y mundiales tratándose de posicionar.

## **1.2. Nivel regional**

Una investigación realizada por JOSEPH Jaime, y otros, (2009) determinó que “el mercado Moshoqueque es el segundo mercado más grande de nuestro país, al mismo tiempo de ser el principal centro de recepción y distribución de productos de consumo directo o para reventa del norte del Perú”.

Existe poca comprensión de la elaboración de planes estratégicos por parte de los dueños de la mayoría de MYPE. Un diseño deficiente de los sistemas de planeación, puesto que debe ser conocido por todos los integrantes de la empresa y necesita que esté correctamente estructurado, desde un claro sistema que maneje las ventas, hasta llegar a implementar métodos de evaluación, por ejemplo; de cómo está la competencia y de tener

establecidos los diferentes planes de contingencia para darle una rápida solución cuando existen diferentes problemas en el mercado.

En este sentido, la universidad debe desempeñar un papel que garantice el reconocer a las personas, sus diferentes capacidades; y sea un espacio generador y productor del conocimiento, debido a que se ha reconocido su importancia para el desarrollo del país.

A pesar de esta situación, la universidad ya no tiene el mismo modelo, sino ha transitado al de universidad emprendedora, puesto que ha tenido que desarrollar, conservar, fortalecer y aumentar los lazos que la vinculan con los diferentes tipos de empresas; iniciando las estrategias efectivas y dando lugar a la promoción de la innovación siendo esto una condición inevitable. Pero en la región Lambayeque no se ha desarrollado este modelo a profundidad es por ello que el desinterés de la responsabilidad en asesoría empresarial en universidades se hace notar

Además, el empresario no cuenta con la capacitación necesaria, y se supone que, contando con experiencia en el manejo de empresas por la constante rutina, a grandes rasgos, se puede llegar obtener una ventaja diferencial y tener éxito, esto no siempre puede llegar a que funcione; ser diferencial es estar preparados para los continuos cambios que se dan actualmente y esperar preparados lo que se viene; adelantándose a eventos o situaciones que se avecinan conforme se siga avanzando.

### **1.3. Nivel local**

La Universidad no cuenta con proyectos de vinculación universidad-empresa o proyectos de responsabilidad social universitaria que atienda las necesidades de las MYPE.

Por lo que se puede evidenciar que la causa principal del desinterés en asesoría empresarial, por parte de la universidad César Vallejo, es la escasa vinculación que se tiene con las empresas chiclayanas, al no tener un gran número de proyectos direccionados a estas empresas, y contar sólo con proyectos aprendizaje servicio que se centralizan en el área de



responsabilidad social y no se llevan junto a las Escuelas profesionales que están inmersas en las diferentes áreas de estas.

## **2 Trabajos previos**

En la tesis “Universidad y proceso sostenible: análisis de rendición de cuentas de las universidades del g9 desde un enfoque de responsabilidad social” (MONEVA, y otros, 2011) menciona en su objetivo que se plantea medir al elaborar índices de información, si este logra responder a los criterios de rendición de cuentas desde el enfoque ya determinado que es el triple bottom line. La metodología que se aplicó para comprobar el objetivo consistió en la preparación de índices de información. Este estudio representa un comienzo en la evaluación y medición que se debe tener al expresar los resultados obtenidos el ámbito universitario teniendo en cuenta un enfoque de sostenibilidad, además de escasas experiencias que se hayan practicado para la obtención de datos. Algunas discutas que dejó esta tesis para plantearlo en futuras investigaciones es analizar los elementos que estimulan revelar voluntariamente información de sostenibilidad a las instituciones.

En la tesis “Responsabilidad social universitaria: una nueva mirada a la relación de la universidad con la sociedad desde la perspectiva de las partes interesadas. Un estudio de caso” (GAETA Quezada, 2011) tiene como objetivo principal comprender la relación que existe entre universidades y sociedad a través de una clara interpretación de los diferentes discursos hechos por cada uno de los involucrados sociales desde conceptos sacados de los distintos enfoques de responsabilidad social. La presente tesis utilizó el diseño cualitativo en esta investigación, obteniendo como conclusión que las instituciones de educación superior situadas alrededor del mundo, actualmente, se enfrentan a diferentes cambios sociales importantes que las debe involucrar, y al mismo tiempo se deja ver los aspectos más importantes de la misión institucional, la cual debe centrarse en el estrechar lazos con las comunidades de la sociedad

Inmersos en las cuestiones que se hacen socialmente en los diferentes aspectos, se requiere mencionar el empleo de los estudiantes graduados, la

estructura de gestión y gobierno, el interés social y la calidad que continuamente recaen en la investigación científica, o el valor agregado que se le otorga a la cultura de la sociedad a través desarrollo y preservación, y se dan a conocer las muestras donde las universidades son criticadas por diferentes sectores, debido a que estos han cambiado y exigen mayor nivel (GAETA, 2011)

En la Tesis “Modelo de responsabilidad social universitaria aplicado en la universidad Politécnica Salesiana Sede Cuenca” (CALLE Ramírez, y otros, 2011) tiene como principal objetivo proponer la metodología de responsabilidad, con un modelo para la gestionar estructuradamente la universidad, debido a que no todas las universidades tienen las mismas características y que se dé en lugar social y en actividad que la misma universidad realiza. Llegando a la conclusión que durante la últimos diez años, el crecimiento de las universidades en número dentro de América Latina ha sido notable, pero se lamenta que con ese continuo crecimiento haya traído dificultades que impidan que las universidades cumplan con el objetivo fundamental que desde sus inicios estableciendo originar que el conocimiento sea utilizado para la mejorar manera en la gestión de la calidad en la vida de los integrantes de la sociedad. Por ello la responsabilidad social universitaria representa un desafío para las casas de estudio superior, dado que esta noción debe implicar que se comprometan a formar personas sensibles con los problemas existentes que enfrenten la sociedad y ya no solo se enfoquen a la formación de excelentes profesionales, debido a que se es necesario formar personas que se comprometan con el progreso de su país y la inserción de los fragmentos de la sociedad más vulnerable, personas vehementes y creativas en el perfeccionamiento de su carrera, trabajando de la mano con la comunidad.

En la Tesis “La responsabilidad social universitaria como estrategia de vinculación con su entorno social” (MARTÍNEZ de Carrasquero, y otros, 2008) tiene por objetivo plantear líneas estratégicas que ayuden a modular las funciones que tiene la universitaria, entre las que tenemos: docencia, investigación y extensión, debido a que su objetivo es tratar el fortalecimiento de la conexión universidad-entorno social bajo un determinado enfoque de

RSU. Esta tesis tomo la decisión de trabajar con una metodología descriptiva, que analice, y realice trabajo de campo, obteniendo una representada muestra. Entre las conclusiones podemos evidenciar escasa cultura de extensión universitaria, teniendo un desequilibrio en las funciones de las actividades académicas. Por ello en esta actual propuesta trata de mostrar los lineamientos para puntualizar lo que le interesa a la responsabilidad social constituir fuertes vínculos con el entorno que sean duraderos, recurrir a los diferentes canales de comunicación como auténticos funcionarios de transformación social, ejecutar acciones que se realicen de responsabilidad social. Todo ello para lograr el propósito de establecer lineamientos que sirvan como fundamento para la preparación de una cultura extensionista en los planes de desarrollo para la comunidad universitaria.

En la Tesis “Estudio de viabilidad para la creación de un centro infantil como un programa de la división de bienestar universitario en la universidad Industrial de Santander” (BECERRA Acevedo, 2006) persigue el objetivo de establecer que la propuesta sea viable, iniciando en una etapas básica del estudio de la necesidad existente en la población, siguiendo con un estudio técnico, tomando en la parte legal la forma de y finalmente el dinero que se necesita para la ejecución y funcionamiento en el aspecto financiero, decidiendo utilizar como herramientas la entrevista, encuestas y análisis documental, con una investigación de tipo descriptiva que llegó a obtener los resultado favorables teniendo que ejecutarse en a un local fuera campus Universitario, llegando a ser un programa que articule las distintas unidades académicas del centro de estudios mencionado para generar bienestar a su propia comunidad. Se llegó a la conclusión que el programa se sustenta en las políticas de bienestar universitario, y satisface una necesidad institucional y social que lo constituyen como un proyecto de inversión posible para su inscripción en el banco de proyectos de la universidad.

En la Tesis “Estudio de pre-factibilidad para la instalación de una incubadora de negocios agroindustriales en la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM” (MORALES da Costa, 2006) persigue el objetivo de crear y proyectar incubadoras de negocios agroindustriales, evaluando la viabilidad

para la creación de una incubadora agroindustrial dentro de la misma universidad inserta en la Facultad mencionada, tomando como conclusión principal la evaluación de las experiencias exitosas en diferentes países dentro de la región, que consiste en averiguar de qué manera se puede fomentar las incubadoras a través de la preparación, servicios y asesoría en la UNMSM por parte de los miembros de esta universidad, sugiriendo la implementación de esta, ya que se cuenta con estudios de las diferentes cadenas productivas de los productos ya seleccionados y descritos en la tesis.

### **3. Teorías relacionadas al tema**

#### **3.1 Viabilidad de un proyecto**

Viabilidad es la cualidad de lo viable, de lo que puede realizarse. Con respecto a proyectos de inversión, viabilidad es “la capacidad de un proyecto de asimilarse al medio intervenido y transformarlo, en forma sostenible” (SANTIAGO Sobrero, 2009) y para otros autores “la viabilidad o factibilidad de un proyecto de inversión se determina por la posibilidad de implementarlo. Para que el proyecto sea viable tiene que cumplir satisfactoriamente los requerimientos técnicos, legales, organizacionales, ambientales, financieros y de mercado” (HAMILTON Wilson, y otros, 2005)

##### **3.1.1 Análisis de viabilidad**

Análisis de la viabilidad no se limita exclusivamente a la descripción de lo que pueda pasar; sino es “una detallada indagación de las actividades y decisiones que necesitan para resolver el problema identificado o las precisas soluciones dispuestas a ejecutarse para que sean pasibles de asimilarse al medio de referencia” (HAMILTON Wilson, y otros, 2005).

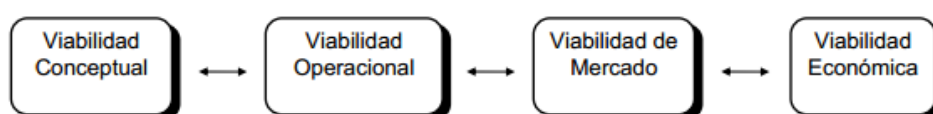
##### **3.1.2 Estudio de viabilidad**

Para el autor VEGA Torres (2011) el estudio de viabilidad consiste en la recopilación, análisis y evaluación de diferentes tipos de información con el

propósito de determinar si se debe establecer o no una empresa que conlleve riesgos económicos. En general, los estudios de viabilidad tienen que buscar responder la interrogante si es pertinente crear o extender una empresa a base del rendimiento económico.

Y el mismo autor Vega recalca que el método que se va a presentar en la figura N°1 no es universal debido a que todos los proyectos son diferentes y se evalúan de distintos modos.

**Ilustración N° 1 Diagrama que permite determinar la viabilidad en cuatro pasos fundamentales**



Fuente: José Vega

### **A. Viabilidad conceptual**

Se necesita efectuar un análisis crítico y total del entorno interno de la idea es decir de las fortalezas y debilidades. Debe resolver una necesidad del mercado. Poder conseguir el tiempo necesario para obtener las aprobaciones y permisos adecuados para operar. Entregar un producto o servicio con una ventaja diferencial sobre la competencia. Requerir el dinero necesario que esté al alcance del proponente.

### **B. Viabilidad operacional**

Se tendrá que evaluar objetivamente lo siguiente: recursos humanos, infraestructura disponible, capacidad tecnológica, requisitos legales.

### **C. Viabilidad de mercado**

El análisis de mercado debe incluir mínimo: Un estimado del mercado potencial. La participación proyectada en el mercado. Las proyecciones de ventas.

## **D. Viabilidad económica**

Este análisis tiene los siguientes pasos:

Paso 1. Análisis de donde se obtendrá el dinero (fuentes) y los usos que se harán de los fondos.

Paso 2. Proyecciones de las entradas y salidas del dinero así como los flujos de efectivo: éstas se elaboran comúnmente a tres años con notas explicativas.

Paso 3. Análisis del punto de equilibrio se realiza para determinar lo que se necesita vender para cubrir todos los gastos, es decir para no perder ni ganar.

Paso 4. Estimación del período de retorno del dinero es tiempo que se necesita para obtener la inversión inicial.

Paso 5. Estimación del rendimiento sobre la inversión representa la tasa de lo que se va a ganar teniendo en cuenta la inversión inicial. Será expresado en términos porcentuales.

### **3.1.3 Dimensiones del estudio de viabilidad.**

Existen dimensiones del Estudio de viabilidad las cuales son:

#### **A. Viabilidad económica-financiera**

Permite conocer sobre la disponibilidad del dinero en el momento en el que se necesita sea en la ejecución u operación, para FERNÁNDEZ Espinoza (2007) se considera los rendimientos, ingresos y egresos, así como los efectos del apalancamiento que recaiga sobre él. Y se hace el análisis luego que se dan otros estudios básicos, debido a que se tiene que generar información de los diferentes apartados del estudio de viabilidad del proyecto como: necesidad de recurso, es decir, la inversión total, las fuentes de financiamiento, cálculo de depreciación de activos y valores de recuperación, flujo de fondos de efectivo generado por el proyecto y escenarios del proyecto; también se define como “la

capacidad de obtener fondos para llegar a satisfacer sus requisitos primordiales y poder crear, proporcionar y ofrecer productos o servicios útiles, así como las fuentes y tipos de ingresos que se van a basar los costos y por último manejar dentro de los límites sus asignaciones o fuentes de ingresos debido a que depende de las buenas prácticas de gestión financiera, del manejo del efectivo. Debe cumplir con sus metas con el gasto de recursos aceptable”. (Eumed, 2004)

Para ello se tendrá en cuenta la siguiente estructura según (BEGOÑA Gavilán, y otros, 2010)

#### A.1. Plan económico-financiero

Es la cuantificación monetaria del valor de los recursos identificación de las posibles fuentes de financiación de los mismos

Los aspectos mínimos a considerar para la elaboración del plan económico-financiero son:

- a. Cálculo del coste de cada recurso
- b. Análisis de las diferentes alternativas financieras del proyecto.
- c. Elaboración del presupuesto

#### **B. Viabilidad jurídica-legal**

En esta dimensión se debe informar y tener en cuenta la compatibilidad con las normas preexistentes o que se esperan a un corto tiempo debido a que la presencia de un conjunto de actividades que requiere la realización de un Proyecto y cada una de estas debe satisfacerlo, disminuyendo los riesgos de conflictos, demoras y rediseños; además, para SAPAG Chain (2011) “la viabilidad legal se refiere a la necesidad de determinar tanto la inexistencia de trabas legales para la instalación y operación normal del proyecto”

Nueva Ley N° 30220, Ley Universitaria Peruana que en su Capítulo I, Artículo 6 menciona que uno de los fines que persigue la Universidad es “proyectar a la comunidad sus acciones y servicios para promover su

cambio y desarrollo” (Nueva Ley Universitaria 30220, 2014) y en el Artículo 7 como una función clave Extensión cultural y proyección social además que en el Capítulo VI en el Artículo 51 menciona “Coordinación con las entidades públicas y privadas Las universidades coordinan..., para la atención de la investigación que contribuya a resolver los problemas del país. Establecen alianzas estratégicas para una mejor investigación básica y aplicada. Los proyectos de investigación y desarrollo financiados por las universidades, son evaluados y seleccionados por las mismas” y precisa en el Artículo 52 (Nueva Ley Universitaria 30220, 2014) Incubadora de empresas: “La universidad, como parte de su actividad formativa, promueve la iniciativa de los estudiantes para la creación de pequeñas y microempresas de propiedad de los estudiantes, brindando asesoría o facilidades en el uso de los equipos e instalaciones de la institución”

### **C. Viabilidad organizacional/Institucional**

Los responsables son encargados de la realización, operación, mantenimiento y dirección del emprendimiento, centrándose debidamente en el diagnóstico organizacional, como una adecuada herramienta que aprueba relevar y dirigir información con respecto a los procesos principales de la organización, viabilizando los procedimientos, la formalidad existente a la ejecución, las provisiones que tienen frente a diferentes imprevistos y la información relevante, precisa y oportuna que se necesita (SANTIAGO, 2009), así como menciona PABON (2013) que el objetivo es analizar los criterios organizacionales de un proyecto, y los procedimientos administrativos y sus consecuencias económicas en los resultados de la evaluación. Todos los proyectos son únicos en cómo se presentan las características específicas de organización y procedimientos.

### **D. Viabilidad técnico**

En esta dimensión SAPAG (2011) menciona que “Busca determinar si es posible física o materialmente `hacer` un proyecto, determinación que



es realizada generalmente por los expertos propios del área en la que se sitúa el proyecto” En cuestiones especiales, el estudio de viabilidad también se podría evaluar la motivación del personal que estaría involucrado en el nuevo proyecto” y ABREU (2006) describe la siguiente estructura:

D.1 Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto.

D.2 Análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto.

D.3 Ingeniería de proyecto.

### **E. Viabilidad de mercado**

Para determinar la viabilidad de mercado, se llevó a cabo el modelo de estudio de mercado de (CÓRDOVA Padilla, 2011) para ello se sigue el siguiente proceso de investigación de mercados: a) antecedentes, b) definir el servicio, c) perfil del consumidor, d) demanda, e) oferta, f) distribución, g) estrategias de mercado, h) pronóstico de mercado.

## **3.2 Pasos a seguir para la elaboración del proyecto**

Teniendo como referencia a (CÓRDOVA Padilla, 2011) tenemos el siguiente modelo:

### **3.2.1 Definición del proyecto**

Se pretende reconocer las posibles alternativas de solución al problema y se tiene los siguientes puntos a tratar:

A. El proceso de definición.

Define el proyecto y cuál fue el problema, y obliga a definir cuál es el objetivo, así como poder justificar el proyecto y resolver el problema que se tiene.

B. Los beneficiarios del proyecto

Es a quién se encuentra dirigido el proyecto se dirige ya sea individuos o grupos.

### C. Entidad ejecutora

Es la caracterización del responsable, realizando una detallada y exhaustiva descripción de los principales aspectos que lo caracterizan: actividad que realiza, responsable y promotor, ubicación y estructura organizacional, razón social, fecha de constitución representante legal.

### D. Necesidades a satisfacer

Determinar la real importancia, así como las distintas razones de su existencia y el tiempo que se tiene calculado para la duración, el cual debe incluir el objetivo debido a que se define los cambios que se aspiran con el proyecto, debido a que permite reflejar el alcance, la intención fundamental y la razón del ser..

### E. Justificación del proyecto

Identifica las razones que tiene el investigador, explica la importancia, los beneficios que se obtendrían al solucionar el problema, además de qué aportes sociales, económicos y tecnológicos se obtendrán.

### F. Metodología para la elaboración del proyecto

Se debe establecer la metodología a seguir, el método de investigación, de qué manera se va a recopilar la información teniendo en cuenta las fuentes y técnicas, las personas que participan y los recursos disponibles para la investigación y así como el cronograma de trabajo.

## **3.2.2 Estudio de mercado**

Es el encuentro entre los ofertantes y demandantes que llegan a un acuerdo en relación de la calidad, cantidad y precios de un bien y servicio, y da por inicio en la presentación del proyecto. (CÓRDOVA, 2011)

Usado en proyectos generalmente de inversión privada, pero en los últimos años se usa en proyectos sociales puesto que es preciso conocer de qué manera afecta el proyecto en la comunidad. (SARMIENTO, 2001)

## A. Antecedentes

Se deben considerar aspectos generales como objetivos principales que ayuden a tener en cuenta la realidad del problema, mejoras y pérdidas, además de las fuerzas que determinan su atractivo en un periodo largo.

## B. Definir el servicio.

Se debe preguntar por la composición, los usos y usuarios que lo utilicen.

## C. Perfil del consumidor

Se pueden tener cuatro consumidores, los cuales son: a) individual, dependiendo del canal de distribución o alcanzado de manera directa, b) consumidor industrial, c) cadena de comercialización, y finalmente los d) consumidores institucionales.

### C.1 Comprador individual

Se tiene en cuenta de qué manera se va alcanzar esta demanda si es de forma directa o se pretende llegar a una cadena de distribución. Utilizando un criterio general teniendo como apoyo fundamental el análisis de mercado, contando con los siguientes productos o servicios:

a. Producto o servicio no diferenciado: La similitud del producto ayuda a iniciar en una base, puesto que el consumidor conoce las características del producto.

b. Producto o servicio diferenciado: Se requiere identificación de las características de la demanda, luego identificar la ubicación geográfica, características socioeconómicas.

### C.2 Consumidor industrial

Demandantes que integran el producto a su propio proceso de producción. Las principales características de esta demanda son:

a. Requerimientos técnicos: El comprador define de acuerdo a las características técnicas del producto

b. Requerimientos de entrega: Se exige una serie de condiciones de entrega del producto.

c. Características de los clientes: Agrupación geográfica y poder de adquisición.

#### D. Demanda

Se evalúa la demanda para evaluar la capacidad de entrar al mercado, teniendo en cuenta que necesidad se satisface, bienes complementarios y sustitutos, el tamaño del mercado, el mercado potencial, y la participación que se tiene en el mercado

#### E. Oferta

Se buscan los competidores actuales, los sustitutos

#### F. Distribución

Son los medios por los cuales se hace alcanzar los servicios hasta el comprador final en las cantidades necesarias.

#### G. Estrategias de mercado

Consiste en el análisis de la necesidad de los demandantes, y para ello se debe llevar un proceso, el cual se efectúa el plan de seguimiento así como el control minuciosa de la gestión, el cual se determina las fortalezas, debilidades oportunidades y amenazas y saber la posición en la que están.

#### H. Pronóstico de mercado.

La predicción del mercado es adelantarse a los futuros eventos que sucederán teniendo en cuenta la historia ya conocida y estudiada, y posibilitando las decisiones acerca del futuro para proyectar: a. la producción en cuanto a volumen, b. bosquejo de ventas, costes y

precio, canales de distribución, estrategias del mercado, costos de ventas, almacenamiento

### 3.2.3 Estudio técnico

Busca responder ¿cuánto, ¿dónde, ¿cómo y con qué se producirá el servicio?

#### A. Tamaño del proyecto

Cuando se opta para tomar una decisión sobre el tamaño, primero se determina la operación que debe seguir el proyecto en cuanto al nivel, para ello, cuenta con factores como tamaño de mercado, el financiamiento, los recursos disponibles, complicaciones en el transporte, capacidad administrativa, trabas legales.

#### B. Localización del proyecto

Se determina el lugar donde el proyecto logra un mínimo costo, para ello se tienen factores influyentes en una determinada localización como: mano de obra que se encuentra disponible, con respecto a los costos del transporte y los medios, en el aspectos ambiental los factores que se tendrán en cuenta, proximidad del mercado objetivo, el terreno disponible y los costos que impliquen así como la disponibilidad de servicios.

##### B.1 Métodos de evaluación

###### a. Métodos de estimación por componentes no cuantificables

Sólo tiene en cuenta factores cualitativos teniendo mayor eficacia en la elección de la macro zona

###### b. Método cualitativo por puntos

Radica en puntualizar con mayor determinación los factores de las localizaciones seleccionadas y haciendo una asignación de la ponderación de valores con un peso relativo.

## B.2 Macro localización

En esta localización de tipo macro se debe mostrar en un mapa de la región, teniendo en cuenta el área en el que el proyecto va a influir.

## B.3 Micro localización

Se indica la mejor opción para instalar el proyecto en zona elegida, involucrando investigación y comparación de los costos e integra la suma de costos de fletes y disponibilidad de insumos.

## C. Ingeniería del proyecto

Teniendo en cuenta la disponibilidad de la planta, así como el estudio de lo que solicitan los operarios, la movilización de estos, se puede definir el espacio que se necesita en la planta y obras físicas requeridas para poder establecer el espacio dentro de la planta.

### **3.2.4. Estudio de la organización**

Toma en cuenta donde se desarrollará todo el propuesto, es decir el proyecto a iniciar, la persona que tomará la autoridad frente al proyecto, el cómo se realizará la coordinación con todos los involucrados y principios que se regirán dentro de la organización

#### A. Estructura legal

Se establece la regulación de las relaciones entre los trabajadores de la empresa, y deben estar enmarcados dentro de su reglamento.

#### B. Estudio de la organización

##### B.1 Misión

Consiste en la enunciación escrita en nivel funcional.

Según D´ALESSIO(2013) es la definición deseada del futuro, la cual debe contener nueve criterios para evaluarla: dos partes que consisten en la ideología central y la visión de futuro; siete características: a.

Simple, clara y comprensible, b. Ambiciosa, convincente y realista, c. Definida en un horizonte de tiempo que permita los cambios, d. Proyectada a un alcance geográfico, e. Conocida por todos, f. Expresada de tal manera que permita crear un sentido de urgencia, g. Una idea clara y desarrollada sobre adónde desea ir la organización.

## B.2 Visión

Responde a la misión social, valores éticos, como será en años.

Es el impulsor hacia la futura situación deseada y debe poseer las siguientes características fundamentales: a. Definir lo que es la organización, b. Definir cómo aspira servir a la comunidad vinculada, c. Ser lo suficiente amplia para que permita el crecimiento creativo, d. Diferenciar a la organización de todas las demás, e. Servir de marco para evaluar las actividades en curso, f. Expresada con claridad, g. Generar credibilidad de la organización.

## B.3 Objetivos

Lo que deseo lograr en un tiempo determinado.

## B.4. Estrategias.

Son las operaciones viables que son la consecuencia de las medidas o decisiones que se toman en gerencia y demandan la pertinente asignación de los bienes que se necesitan para el cumplimiento de las operaciones y se solicitan en la organización para cumplimiento. Constituyendo las estrategias para conducir a la visión esperada de la organización.

## B.5. Plan operativo

Es el bosquejo necesario de los programas para controlar el proyecto y cumplir el plan estratégico, y se establece responsable por cada actividad.

## C. Estructura administrativa

Para toda organización que cuenta con sus actividades organizadas se establece una segmentación de las responsabilidades, además de la coordinación para llegar a finalizar el trabajo. Llegando a la distribución, asignación y coordinación de las labores dentro de la empresa. Existiendo distintas formas de entender la estructura administrativa: consiguiendo la coordinación de las áreas contando con diferentes formas de división del trabajo. Estableciendo un patrón entre las relaciones de los componentes de la empresa por último el diseño de las comunicaciones y diferentes relaciones que existen dentro de un grupo humano.

### C.1. Organigrama

Es llamado también representación gráfica y es una diagramación de cómo está compuesta la organización del negocio, trabajo o diferentes entidades que contengan las principales áreas dentro del organismo. Simboliza un instrumento primordial en la organización y permite reconocer la estructura general.

### C.2. Descripción de funciones.

La representación de las ocupaciones departamentales se establece dentro de la organización, siendo el último paso para completar la parte administrativa. Luego de establecer los departamentos y niveles de jerarquía se determina que se debe hacer en cada equipo de trabajo, lo que usualmente se define como "puesto".

## **3.2.5. Estudio económico-financiero**

Se toma en cuenta para la elaboración del estudio económico-financiero son:

A.1 Planes de recursos: cálculo del costo total de cada uno de los recursos.



A.2 Plan económico-financiero: representa un análisis de las distintas opciones financieras que se tienen y se selecciona la mejor táctica financiera para obtener los fondos necesarios, así como la preparación de lo que se requiere dentro del proyecto en un exhaustivo presupuesto.

El presupuesto es la expresión cuantitativa de los recursos que se necesitan para el desarrollo de las actividades planificadas

### **3.3 Clasificación de un proyecto.**

Existen diversas clasificaciones de proyectos, y tenemos las siguientes:

#### **3.3.1 Según el propósito**

A. Particulares: Se refiere cuando se desarrollado el proyecto ara beneficio propio.

B. Sociales: Cuando persiguen el bien de la comunidad donde se desarrolla el proyecto, beneficiando así a las distintas comunidades. Por ellos se define como “un proyecto social es toda acción social, individual o grupal, destinada a producir cambios en una determina realidad que involucra y afecta a un grupo social determinado” (MARTINIC, 1996)

C. Económicos: Cuando se persigue un beneficio lucrativo en el desarrollo del proyecto

D. Políticos: Cuando se pretende la mejoraría del gobierno, organismos o regímenes de un país.

#### **3.3.2 Según el financiamiento**

A. Autofinanciados: Cuando se generan los propios recursos para lograr tener una sostenibilidad durante todos los periodos, realizando los aportes la misma empresa en todo el proyecto.

B. Prestatario: Cuando se recurre a diferentes fuentes ya sea por préstamos, hipotecas, empeños, etc.

C. De cooperación internacional: Cuando se financia por un organismo internacional.

### **3.3.3 Según el ámbito**

A. Locales: se da en una zona geográfica reducida la operación del proyecto.

B. Nacionales: Si se desarrolla en las distintas áreas de un país.

C. Regionales: ES cuando se llega a distintos países vecinos.

### **3.3.4 Según su tamaño**

A. Pequeña escala.

Al realizarse el proyecto intervienen poco volumen de todos los aspectos ya sea actividades, personas, o los productos.

B. Gran escala

Si se presenta la intervención de distintas personas, patrimonios, acciones y si al ejecutarse el proyecto se pretende recibir una mayor cantidad de bienes o servicios.

## **3.4 Factores necesarios para evaluar la viabilidad de un proyecto social.**

El objetivo principal que tiene un proyecto social es la satisfacción de una determinada necesidad dentro de un grupo de personas con características similares o en la sociedad. (OBS Business School, 2015)

Contando con esta necesidad primordial, se debe añadir un acumulado de elementos que estarán a cargo de los responsables del proyecto, entre los cuales están: la Emergencia (mide la urgencia por obtener resultados a tiempo), número de beneficiarios directos (resulta viable cuando se generaliza los beneficios), soluciones y si estas son eficaces y pertinentes y por último la sostenibilidad

### **3.5 Servicio**

“Es el conjunto de actividades, interacciones personales y actitudes que se llevan a cabo para satisfacer las necesidades del cliente en un determinado ámbito de competencia.” (FINNIGAN, 1997)

Define los servicios con las palabras “PVU (propuesta de venta única); es una promesa para el cliente, debido a que es una serie de beneficios claves que se derivan para los clientes, teniendo en cuenta el esfuerzo y el tiempo necesarios para obtener dichos beneficios” (HORIVITZ, 2000)

Y los servicios en para empresas son “Por servicios de desarrollo empresarial se refiere a servicios tales como capacitación, transferencia de tecnología, apoyo en mercadeo, asesoramiento empresarial, tutorías e información destinadas a ayudar a los pequeños y microempresarios a mejorar el desempeño de sus empresas” (GOLDMARLK, 1996)

#### **3.5.1 MYPE**

Micro y pequeña empresa es definida por la Ley 28015 en su Art.2 “como la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios” (Ley N°28015, 2003)

Entre las características principales de la MYPE tenemos que para microempresa pueden ser hasta diez trabajadores y para pequeña empresa hasta cincuenta, con respecto a los niveles de ventas al año para la primera el monto máximo es 150 UIT y para la pequeña es hasta 850 UIT.

##### **A. Tipos de servicios en MYPE**

###### **A.1 Consultoría (ALONSO Velásquez, 2012)**

Es el diagnóstico que se realiza con un previo estudio, realizado sobre las funciones de un negocio o empresa y lo que influye en el desarrollo del mismo, así como de los problemas que impiden un desarrollo e

incremento de productividad, brindando de manera eficiente dicha solución a mencionados problemas para lograr un progreso en la empresa consultada.

## A.2 Asesoría

- a. Preparación y Evaluación de Proyectos.
- b. Diseño de procesos
- c. Planeamiento estratégico
- d. Asesoría contable y tributaria (FIERRO Martínez, 2015)

## B. Plan Nacional para la productividad y competitividad de las MYPE 2011-2021

Para lograr un crecimiento productivo y competitivo MYPE se regirán en los a través de estos principios:

### B.1 Principios del Plan Nacional

a. Competitividad sistémica: suministra un entorno propicio para crear y desarrollar las MYPE, promoviendo una cultura de emprendimiento; abriendo para las MYPE entradas hacia una exitosa formación empresarial y la selección de información primordial y acertada, mejorar así las decisiones que se toman en la alta gerencia; facilitando las innovaciones y el uso de tecnología dentro de las MYPE: que vincule con mayor facilidad a las universidades o distintos centro académicos, así como las instituciones de investigación aplicada; que tengan un competitivo sistema financiero, siendo asequible para las MYPE y los futuros empresarios, que inicien creando su propia empresa; para poder llegar con facilidad a distintos mercados ya sean nacionales o internaciones en condiciones de poder competir con otras empresas, contando con una alto nivel de competitividad; llegando a consolidar lo que ofrecen las MYPE.

b. Territorialidad y progreso económico en la localidad: teniendo como base lo que producen cada región, ayudando a disminuir las distintas

diferencias que existen entre las regiones, promoviendo que se puedan asociar y generando las distintas cadenas productivas, que identifique los sectores que promuevan el desarrollo, que considere las ventajas competitivas y las características geográficas regionales.

c. Inclusión: contribuye a combatir la pobreza, que abra espacios a los emprendedores: que fomente la igualdad de género, brindando oportunidades a las personas con discapacidad, a los jóvenes y los indígenas, que contribuya a una distribución más equitativa del ingreso.

B.2 Actores responsables de la promoción MYPE para su productividad y competitividad.

a. Sector Público

a.1 Ministerio de Producción (PRODUCE).- De acuerdo a su Reglamento de Organización y Funciones, tiene como objetivo crear los medios para lograr la competitividad empresarial de las MYPE. Para ello, tiene como funciones, entre otras, el establecimiento de políticas sectoriales y la promoción de la competitividad y de la productividad para las MYPE.

Dentro de él se identifican:

- El Consejo Nacional para el Desarrollo de las Micro y Pequeñas Empresas (CODEMYPE)
- La Dirección General de MYPE y Cooperativas
- Los Centros de Innovación Tecnológica (CITES), la web de servicio al empresario "CRECEMYPE", el programa Compras a MYPERU.

a.2. Ministerio de Economía y Finanzas (MEF).- De acuerdo a sus objetivos y funciones, al MEF le corresponde la evaluación de cada presupuesto sectorial.

a.3. Ministerio del Trabajo (MINTRA).- Tiene a cargo funciones relacionadas a el mejoramiento de las condiciones socio-laborales, el

fomento de las MYPE, y el Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE).

a.4. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR).- Dentro de sus funciones está el de orientar y promover las exportaciones, el turismo y las artesanías.

Dentro del MINCETUR se identifican:

- Las Direcciones de Desarrollo de Mercados, de Cultura Exportadora, entre otras.
- El programa Gamarra Exporta
- El programa Exporta Fácil

a.5. Ministerio de Agricultura (MINAG).- Dentro de sus funciones está el formular las políticas para el desarrollo del Sector Agropecuario, Pesquero y de Desarrollo rural; así, en el cumplimiento de ellas está involucrada la promoción de las MYPE agrícolas.

Dentro del MINAG encontramos:

- La Dirección General de Promoción Agraria.
- El Programa de Compensaciones para la Competitividad (PCC).
- El Programa de Fondos Concursables “Agroemprende”.

a.6. Gobiernos Regionales y locales. - Tienen como funciones, en materia económica, el desarrollo económico, auto sostenido y de la competitividad de las diferentes regiones y localidades del país.

Dentro de los Gobiernos Regionales encontramos:

- La Dirección Regional MYPE
- El Consejo Regional de la Micro y Pequeña Empresa

a.7. El Consejo Nacional de Competitividad (CNC).- Tiene como funciones impulsar las siete iniciativas competitivas elaboradas a partir del Plan Nacional de competitividad. El cumplimiento de dichas iniciativas implica un trabajo orientado también hacia las MYPE a nivel nacional. A continuación, se citan las iniciativas mencionadas:

- a) Cadenas Competitivas
- b) Perú Innova
- c) Perú Emprende
- d) Educación para la Competitividad
- e) Intermesa
- f) Regiones Competitivas
- g) Monitor de la Competitividad

8. El Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica (CONCYTEC).- Adscrito al Ministerio de Educación (MINEDU), como institución rectora del Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología e Innovación Tecnológica, tiene las funciones de fomentar, coordinar y orientar el conjunto de acciones realizadas por el Estado, organizaciones privadas y académicas, entre otras, a través de los diversos programas y proyectos que ejecutan para la promoción de la tecnología y la innovación.

De esta manera, al ser transversales sus funciones entorno al Sector de las MYPE, sus acciones deben estar orientadas al fomento del desarrollo tecnológico y la innovación tecnológica en las MYPE.

9. La Superintendencia Nacional de Administración tributaria (SUNAT).- Está a cargo de la recaudación y administración de los tributos internos del Gobierno Nacional, Sistematizar y ordenar la legislación e información estadística de comercio exterior, Controlar y fiscalizar el tráfico de mercancías, entre otras. De esta manera, su rol en la

promoción de las MYPE radica en garantizar una correcta administración tributaria y el proponer disposiciones en materia tributaria o aduanera, vinculadas al sector MYPE.

10. El Instituto Nacional de Defensa del Consumidor y de la Propiedad Intelectual (INDECOPI).- Es responsable de promover y garantizar, además de los derechos de los consumidores, el funcionamiento del mercado.

De esta manera, se involucra en el desarrollo del Sector MYPE pues garantiza la libre competencia, evita el “Dumping” y el acceso a mercados de algunas MYPE especializadas, como es el caso de las MYPE productoras de Software.

11. El Fondo Nacional de Cooperación para el Desarrollo (FONCODES). - Programa Nacional del Ministerio de la Mujer y el Desarrollo Social (MIMDES), tiene entre sus objetivos fomentar el desarrollo de capacidades productivas y de inversión en ámbitos rurales y urbanos, así como el generar oportunidades económicas. De esta manera, viene implementado acciones como el Programa de Apoyo a la Microempresa y Chacra Productiva, los cuales tiene como objetivos el facilitar el acceso a financiamiento y mejorar las capacidades en MYPE rurales.

12. El Congreso de la República. - A través de su función legislativa, y del trabajo que realiza a través de la Comisión de Producción, Micro y pequeña Empresa y Cooperativas, está a cargo de elaborar de leyes vinculadas al sector MYPE, orientadas a su promoción, desarrollo y resolución de sus problemáticas.

#### Del Sector Privado

13. Gremios Empresariales. - Tienen como función principal la de representar a las micro y pequeñas empresas asociadas. Entre otras funciones encontramos:

- Analizar la problemática del sector.



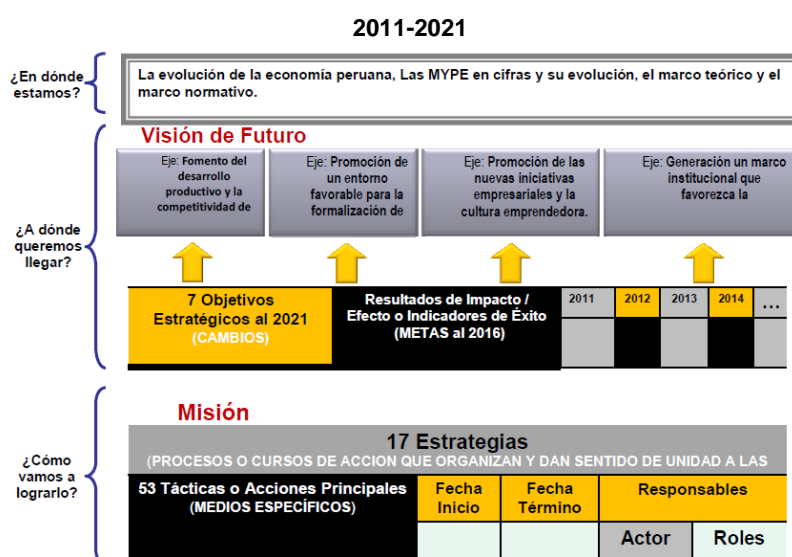
- Elaborar propuestas para la promoción de las MYPE de su sector.
- Participar en la implementación de las estrategias y tácticas de promoción de las MYPE.

14. La Corporación Financiera de Desarrollo (COFIDE).- Tiene a cargo las operaciones de intermediación financiera, donde implica un trabajo de acceso al financiamiento orientado el sector exportador y de la micro y pequeña empresa a través de la canalización de recursos.

De la Sociedad Civil

15. Universidades. - Dentro de sus funciones, están las vinculadas a incluir en su oferta educativa adecuada a las necesidades de su entorno, así como el desarrollo de investigación relacionada a las necesidades de la sociedad y las actividades de extensión universitaria. Así, dichas funciones pueden estar orientadas a la promoción del sector MYPE a través de la oferta educativa para los microempresarios, la investigación sobre el sector y los proyectos de extensión universitaria vinculados al mismo.

**Ilustración Nº 1 Estructura del Plan nacional para la productividad y competitividad de las MYPE**



Fuente: Ministerio de la Producción

Dentro de los 7 objetivos estratégicos al 2021, tenemos el objetivo N° 3 “Innovación, desarrollo y transferencia tecnológica”; el cual se describe: al 2021, las MYPE han implementado procesos de gestión estratégica orientadas a resultados que les permitan articularse con los objetivos y políticas del sector competente.

En la estrategia N° 3.1 y la estrategia 3.2 ver tabla N° 1 dentro de los actores involucrados tenemos a las universidades, PRODUCE, CODEMYPE, COREMYPE, CONCYTEC, colegios profesionales, institutos y Gobiernos regionales y locales; mostrando a continuación las tácticas por cada estrategia y definiendo la participación de la universidad dentro de la táctica 3.1.1, 3.1.3 y en toda la estrategia 3.2.

**Tabla N° 1 Objetivo Estratégico N° 3, estrategias y tácticas.**

| <b>Estrategia 3.1: Crear condiciones políticas económicas adecuadas para articular las MYPE con actores claves en el desarrollo, la investigación y la innovación tecnológica.</b> |  |
|--|--|
| <b>Tácticas</b>  | <b>Actor(es) involucrados(s)</b>   |
| <b>Táctica 3.1.1</b> Diseño de políticas de promoción para la investigación, desarrollo e innovación tecnológica en las MYPE   | .PRODUCE<br>.CONCYTEC<br>.Universidades<br>.Colegios profesionales<br>.Institutos tecnológicos<br>.CODEMYPE<br>.COREMYPE |
| <b>Táctica 3.1.2:</b> Generar incentivos que permitan promover la incorporación de tecnologías en las MYPE   | .PRODUCE<br>.Gobiernos Regionales<br>.Gobiernos Locales<br>.CODEMYPE<br>.COREMYPE  |
| <b>Táctica 3.1.3:</b> Convenios de cooperación interinstitucional entre el sector competente y actores públicos o privados, para la transferencia de tecnología.                   | .PRODUCE<br>.Universidades<br>.Colegios profesionales<br>.Institutos tecnológicos<br>.CODEMYPE<br>.COREMYPE              |
| <b>Estrategia 3.2: Promover y fortalecer la transferencia tecnológica en las MYPE.</b>   |  |

| Tácticas  | Actor(es) involucrados(s)                             |
|---|---|
| <b>Táctica 3.2.1</b> Realizar un diagnóstico o estudio sobre la situación de la innovación tecnológica en las MYPE.                             | .PRODUCE<br>.Universidades<br>.CODEMYPE<br>. COREMYPE |
| <b>Táctica 3.2.2:</b> Crear mecanismos de articulación, coordinación y cooperación entre los actores involucrados en el desarrollo tecnológico. | .PRODUCE<br>.Universidades<br>.CODEMYPE<br>.COREMYPE  |
| <b>Táctica 3.1.3:</b> Implementar programas de investigación y desarrollo tecnológico intersectorial, orientado a las necesidades de las MYPE.  | .PRODUCE<br>.Universidades<br>.CODEMYPE<br>.COREMYPE  |

Fuente Ministerio de la Producción

### 3.5.2 CODEMYPE

Para el Ministerio de la Producción es el órgano de consulta de diferentes sectores anexo a este con la misión de promover y desarrollar las competencias de las MYPE; el cual cuenta con los “objetivos de conducir los procesos de coordinación, concertación, cooperación, información y diálogo de interacción institucional. Proponer la elaboración de estrategias, políticas, normas, plazos y metas con miras a promover el desarrollo de la MYPE” (Ministerio de la Producción, 2011)

### 3.6 Responsabilidad social

La organización Perú 21 define RSE como la gestión ética en la cual deben estar incluidas las expectativas de todos los interesados o llamados stakeholders que se encuentren alrededor de la empresa, y así poder lograr el desarrollo sostenible. “La RSE es una herramienta de gestión que consta de estrategias transversales a todas las actividades de la empresa, no se trata de acciones desarticuladas entre sí” (DIAZ, y otros, 2007)

### 3.6.1 Responsabilidad social universitaria

Para la Corporación Participa (2014) RSU está definida por la capacidad que deben tener todas las instituciones universitarias de propagar y practicar distintos principios, además de un conjunto de valores ya sean generales y específicos a través de procesos claves de gestión, docencia, investigación y extensión, brindando una respuesta ante los miembros de la universidad, además dentro del país en el que se ubica.

Responsabilidad social universitaria “es la capacidad de valorar las consecuencias que tienen en la propia organización, en la sociedad y en el entorno las acciones y decisiones que toman los responsables y los miembros de las universidades como parte del logro de los objetivos y metas de las mismas” (ALCOVER, y otros, 2006)

La Ley N° 30220-2014 define en el Capítulo XIII: “La responsabilidad social universitaria es la gestión ética y eficaz del impacto generado por la universidad en la sociedad debido al ejercicio de sus funciones: académica, de investigación y de servicios de extensión y participación en el desarrollo nacional en sus diferentes niveles y dimensiones; incluye la gestión del impacto producido por las relaciones entre los miembros de la comunidad universitaria, sobre el ambiente, y sobre otras organizaciones públicas y privadas que se constituyen en partes interesadas” (Nueva Ley Universitaria 30220, 2014)

La responsabilidad social universitaria es fundamento de la vida universitaria, contribuye al desarrollo sostenible y al bienestar de la sociedad comunidad universitaria. Entonces los proyectos con modelo de responsabilidad social en intervenciones focalizadas de una unidad en un tiempo y espacio determinado, que desarrolla un proceso de evaluación planeación acción y que persigue un objetivo común como resultado de la interacción de la universidad-sociedad.

La universidad promueve la ejecución de proyectos que aborden los problemas sociales de forma integral.

Dentro de la lógica de interacción universidad sociedad, los proyectos de responsabilidad social universitaria configuran nuevos espacios comunitarios

en la sociedad. El trabajo de la universidad de la mano con la sociedad se asienta en diversos espacios (territorios geográficos, sectores o ámbitos de la vida social). En ellos, la universidad despliega una labor integral, para lo cual articula las competencias de cada área de conocimiento.

La universidad respeta la naturaleza y cultura que existen en los espacios comunitarios donde tendrá presencia, promoviendo la construcción de comunidades de aprendizaje y de intercambio de conocimientos

Según VALLAEYS (2006), la siguiente Ilustración N°2 muestra la representación globalizada y centrada de lo que se desea en las universidades:

Es preciso reconocer sus principales acciones y considerar los impactos que produce la institución en su entorno al realizar sus actividades. Los cuáles serán agrupados en cuatro categorías: organizacional, educativa, cognitiva y social.

De acuerdo a la esquematización que expone VALLAEYS (2006) en la Figura N°3 “el eje vertical es común a cualquier tipo de organización debido a que todas generan impactos laborales, ambientales y sociales, mientras que el eje horizontal corresponde específicamente a las instituciones de aprendizaje y conocimiento.

## **A. Impactos de Responsabilidad social universitaria:**

### **A.1. Impactos organizacionales**

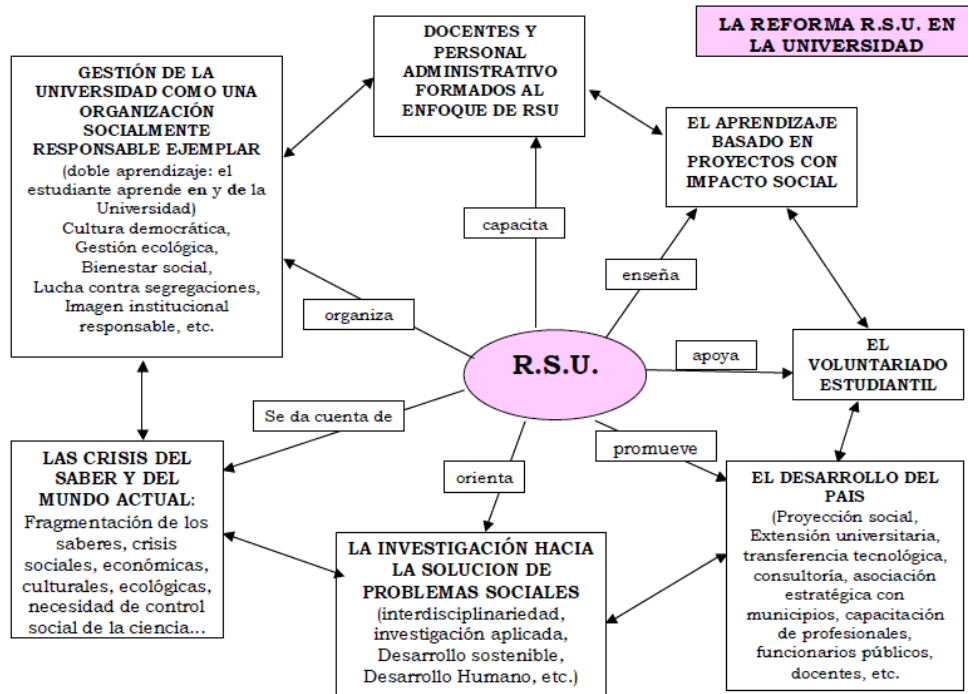
Como toda organización, la Universidad tiene un impacto en la vida de la plana docente, plana administrativa y estudiantes, así como organizan su día a día pueden impactar en el medio ambiente (transporte, basura, etc.).

### **A.2. Impactos educativos**

La Universidad forma a los jóvenes y profesionales, influye también en su escala de valores, su manera de interpretar el mundo y de comportarse en él. Si la Universidad es responsable se preocupa por el tipo de profesionales, ciudadanos y personas que está moldeando, y si

cuentan con una adecuada enseñanza y así llegar a garantizar y necesaria formación que ayude a la sociedad a resolver sus problemas, siendo socialmente responsables.

Ilustración Nº 2 Responsabilidad social universitaria



Fuente: François Vallaëys

### A.3. Impactos cognitivos

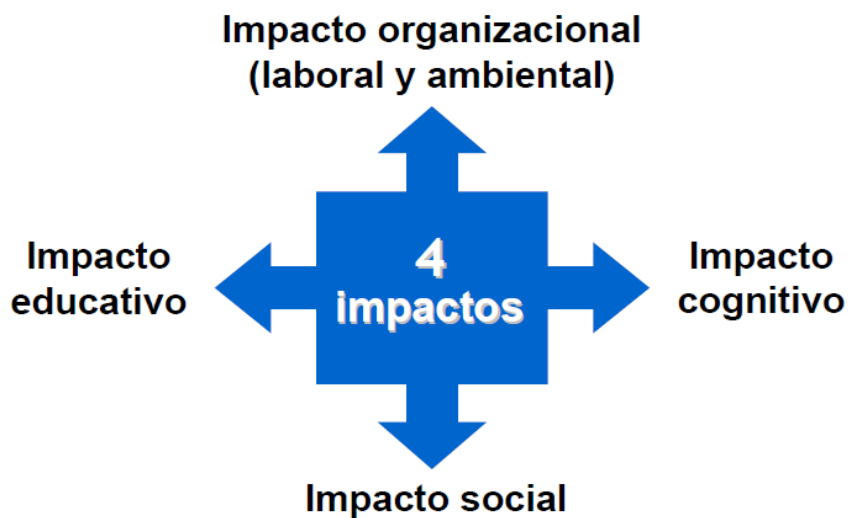
La Universidad orienta en la ciencia, la racionalidad, legitimidad, utilidad, enseñanza del conocimiento, incentivando la especialización de conocimiento al separar las carreras profesionales. Articula la relación entre tecnología y sociedad, posibilitando el control y la apropiación social del conocimiento. "La Universidad responsable se pregunta por el tipo de conocimientos que produce, por su pertinencia social y por sus destinatarios" (VALLAEYS, 2006).

### A.4. Impactos sociales

La Universidad tiene un peso social referente que puede promover el progreso, crear capital social, vincular a los estudiantes con la realidad

exterior, hacer accesible el conocimiento a todos, etc. La Universidad responsable se pregunta cómo puede acompañar el desarrollo de la sociedad y ayudar a resolver sus problemas fundamentales.

Ilustración N° 3 Cuatro tipos de impactos universitarios



Fuente: Vallaey (2009)

## B. Los ejes de la responsabilidad social universitaria

Por lo que VALLAEYS (2006) recalca que se cuenta con tipos de impactos que sirven para definir cuatro ejes de Responsabilidad Social Universitaria y se definen en:

### B.1 Campus responsable

Implica la gestión socialmente responsable de la organización y sus procedimientos institucionales, el clima laboral, los recursos humanos, los procesos democráticos internos y el cuidado del medioambiente. El objetivo de este eje reside en promover un comportamiento organizacional responsable de todos los integrantes de la comunidad universitaria (PDI, PAS, estudiantes). A través de los valores éticos de la organización los miembros de la comunidad aprenden en la Universidad y de la Universidad.

## B.2 Formación profesional y ciudadana

Es la gestión socialmente responsable de la formación académica (en su temática, organización curricular, metodología y propuesta didáctica). La formación profesional debe fomentar competencias de responsabilidad en sus egresados. Esto implica que la orientación curricular tenga una relación estrecha con los problemas de la vida cotidiana (económicos, sociales y ecológicos) de la sociedad y esté en contacto con actores externos involucrados con dichos problemas.

## B.3 Gestión social del conocimiento

Es la gestión socialmente responsable de la producción y difusión del saber, la investigación y los modelos epistemológicos promovidos desde el aula. El objetivo consiste en orientar la actividad científica a través de una concertación de las líneas de investigación universitaria con interlocutores externos a fin de articular la producción de conocimientos con el resto de instituciones. También supone que los procesos de construcción de los conocimientos incluyan la participación de otros actores sociales.

La Responsabilidad Social de la ciencia implica la tarea de difundir ampliamente, y de modo comprensible, los procesos y resultados de la actividad científica para facilitar el ejercicio ciudadano de reflexión crítica sobre esta y el alcance social que tiene para el desarrollo de la sociedad.

## B.4 Participación social

Es la gestión socialmente responsable de la participación de la Universidad en la comunidad. El objetivo apunta a la realización de proyectos con otros actores de tal modo que se constituyan vínculos (capital social) para el aprendizaje mutuo y el desarrollo social. Se trata de la reunión de diversos actores de dentro y fuera de la Universidad para trabajar en equipo alrededor de un proyecto social consensuado, de tal modo que asegure el aprendizaje permanente entre todos y, al



mismo tiempo, contribuya a la solución de problemas sociales concretos.” (Vallaes-de la Cruz-Sasia, 2009: páginas 14-15)

### C. Modelos de responsabilidad social universitaria en América latina

Modelo de Responsabilidad Social Universitaria es el marco conceptual y metodológico para el despliegue de las políticas institucionales de vinculación universidad-sociedad, encaminadas hacia el desarrollo integrado de la extensión universitaria y proyección social con las funciones de investigación, formación profesional y difusión. Para el logro del desarrollo integral es importante entender el proceso de articulación e interdependencia de las funciones sustantivas universitarias (Documento de trabajo UNMSM, 2016).

El Modelo de RSU es un referente institucional cuya finalidad es:

- a. Dar sustento teórico a la RSU.
- b. Implementar políticas y estrategias que respondan a la situación nacional.
- c. Orientar las prácticas de responsabilidad social en la universidad, mediante una propuesta acorde con la identidad de la UNMSM.
- d. Incluir la RSU como eje transversal en el diseño curricular de las carreras.

#### C.1 Modelo de responsabilidad social universitaria aplicada en la universidad Politécnica Salesiana Sede Cuenca

Este modelo describe en primer lugar a la Universidad que se va aplicar el modelo, los valores actuales que tiene, y los proyectos que se pretenden desarrollar, los cuales son los siguientes:

- a. Proyectos comunitarios para el acceso o mejoramiento de servicios sociales básicos que enfatizan la autogestión.
- b. Proyectos de apoyo a la comercialización.

- c. Proyectos de elaboración de productos.
- d. Proyectos que promueven la participación ciudadana o comunitaria.
- e. Proyectos que generen espacios culturales y comunitarios.
- f. Proyectos que mejoren las comunidades educativas
- g. Proyectos de creación de microempresas.

C.2 Modelo de responsabilidad social universitaria en la universidad Politécnica de Valencia: aplicabilidad del modelo de sostenibilidad.

Este modelo se basa en alinear la responsabilidad social al Plan estratégico.

#### **4. Formulación del problema.**

¿Cómo se demostrará la viabilidad del proyecto para brindar servicios empresariales en la universidad César Vallejo?

#### **5. Justificación del estudio**

##### **5.1 Pertinencia**

Proporcionar preparación, realizar un asesoramiento especializado a cada requerimiento y servicios administrativos dirigido a emprendedores que inquieran en establecer y formalizar empresas y a las MYPE que desea obtener servicios de desarrollo empresarial

##### **5.2 Relevancia social**

El objetivo es iniciar una estimulación y generar una cultura emprendedora, llegando a promover lo nuevo, la exploración y el intercambio de experiencias y conocimientos entre los emprendedores para crear y formalizar nuevas empresas sostenibles en el tiempo, además espacios de vinculación con MYPE de la Región Lambayeque, realizando un seguimiento durante y después de todos los procesos, hasta conseguir los objetivos planteados al inicio de cada asesoría, así como el crecimiento de la MYPE adecuando espacios para el desarrollo de las actividades.

### **5.3 Implicancia.**

Se enfoca al impulso de habilidades de los nuevos o actuales empresarios brindándole un adecuado acceso a cualquier tipo de asesoramiento de desarrollo empresarial a las personas que tienen interés de crear empresas formales o MYPE que deseen incrementar sus capacidades de gestión para ingresar al mercado logrando ser generadores de empleo, logrando lazos con organismos de la sociedad.

Además, se busca incrementar el crecimiento de las empresas que incuban, y ofreciendo los servicios de la Escuela Profesional de Ingeniería Empresarial de la Universidad César Vallejo.

### **5.4 Valor teórico**

Conocemos, por investigaciones y estadísticas realizadas en Perú, “que ocho de cada 10 MYPE fracasan en sus primeros 5 años” (GAMBIRI Martínez, 2012), teniendo como principal factor no contar con información actualizada y consistente en el momento que se necesitan, que permitan tomar las decisiones correctas para la satisfacción de la demanda en un mercado de condiciones competitivas, sea nacional o internacional.

Las MYPE constituyen las organizaciones capaces de acomodarse a los diferentes tipos de cambios de tecnología y de generar empleo a los diferentes sectores, con lo cual promueven el desarrollo económico de toda la nación, observando también que tienen desatinos en la gestión empresarial, entre los cuales se mencionan temas relacionados con la administración, recibir asesorías en áreas financieras y contables, legales, de gestión humana, mercadeo, las mencionadas anteriormente se convertirán en herramientas básicas para las MYPE, las cuales serán cambiadas de notorias debilidades en grandiosas fortalezas, lo que las mantendrá en el medio y las formará para ser altamente rentables.

### **5.5 Utilidad metodológica**

De acuerdo a la naturaleza del presente trabajo, se cree necesario describir la realidad problemática y otorgar las recomendaciones pertinentes y viables, con la finalidad de crear una oficina de servicios empresariales con

el fin de poner en práctica los conocimientos obtenidos y a la vez trabajar de la mano con la comunidad empresarial, razón por la cual se ha determinado que la investigación es de tipo cualitativa

## **6. Hipótesis**

La viabilidad del proyecto con un modelo de Responsabilidad Social Universitaria permitirá brindar Servicios Empresariales en la Universidad César Vallejo, Chiclayo.

## **7. Objetivos**

### **7.1 General**

Determinar la viabilidad del proyecto con un modelo de responsabilidad social universitaria para brindar servicios empresariales en la Universidad César Vallejo.

### **7.2 Específicos**

7.2.1 Elaborar un estudio de mercado del proyecto

7.2.2 Identificar las alternativas técnicas para el servicio empresarial.

7.2.3 Analizar el aspecto legal y organizacional del proyecto.

7.2.4 Efectuar el análisis de la viabilidad económica-financiera del proyecto.

## II. MÉTODO

### 2. Diseño de investigación

No experimental, transversal

El diseño va a ser no experimental debido a que no se va a manipular deliberadamente las variables y solo vamos a observar, además transversal porque solo se va a recolectar los datos al inicio de la investigación

### 2.2 Variables, operacionalización

#### 2.2.1 Variable independiente:

Tabla N.º 2 Viabilidad de un Proyecto

| Variable   | Definición Conceptual  | Definición operacional   | Indicadores      |
|--|--|--|------------------|
| <b>Variable independiente. Viabilidad de un Proyecto</b> | La viabilidad o factibilidad de un proyecto de inversión se determina por la posibilidad de implementarlo. Para que el proyecto sea viable tiene que cumplir satisfactoriamente los requerimientos técnicos, legales, organizacionales, ambientales, financieros y de mercado. (Hamilton y Pezo, 2005) | La viabilidad de un Proyecto se determina a través de los requerimientos técnicos, legales, organizacionales, financieros y de mercado | financieros      |
|  |  |  | Legales          |
|  |  |  | Organizacionales |
|  |  |  | Técnicos         |
|  |  |  | mercado          |

Fuente: Elaboración propia

## 2.2.2 Variable dependiente:

Tabla N.º 3 Servicios empresariales

| Variable                                      | Definición Conceptual  | Definición operacional   | Indicadores                                     | Sub-indicadores           | Fórmula  |
|---|--|--|---|---------------------------|--|
| VARIABLE DEPENDIENTE: SERVICIOS EMPRESARIALES | Por servicios de desarrollo empresarial se refiere a servicios tales como capacitación, transferencia de tecnología, apoyo en mercadeo, asesoramiento empresarial, tutorías e información destinados a ayudar a los pequeños y microempresarios a mejorar el desempeño de sus empresas. Según Goldmark(1996) | Los servicios empresariales se determinan mediante la efectividad y eficiencia | SATISFACCIÓN DE MYPE                            | LEGAL                     | CP=PT-PS CP: Cantidad de problemas actuales ,PT: problemas totales, PS: problemas solucionados                     |
|   |  |  |   | CAPACITACIÓN              | AC=TE-NC AC: Aceptación de capacitación, TE: total empresas , NC: no necesita capacitación                         |
|   |  |  |   | TECNOLOGÍA                | NCT:TM-CT; NCT: no cuentan con tecnología; TM: Total de MYPE; CT: Cuentan con tecnología                           |
|   |  |  |   | MERCADEO                  | NCP:TM-CP; NC: No cuentan con plan de marketing; TM: Total de MYPE; CT: Cuentan con un plan de marketing           |
|   |  |  |   | ASESORAMIENTO EMPRESARIAL | NA:TM-RA NA: No reciben asesoría, TM: Total de MYPE, RA: Reciben asesoramiento                                     |
|   |  |  | Número de nuevas ideas generadas para proyectos | ASESORAMIENTO             | CGSE=IG-PEM<br>CG=Cantidad de proyectos generados sin emprender<br>IG: Ideas generadas<br>PEM: Proyectos en marcha |

Fuente: Elaboración propia

## 2.3 Población y muestra

### 2.3.1 Población

El proyecto de investigación está dirigido a las MYPE de Chiclayo y estudiantes de la Universidad Cesar Vallejo.

Teniéndose en cuenta lo establecido anteriormente, se detalla la Población a continuación:

Tabla N.º 4 Población total de MYPE y estudiantes

| Población   | total |
|---|-------|
| MYPE  | 39186 |
| Estudiantes de I a X ciclo de la universidad César Vallejo del Periodo 2016-1 | 3373  |

Fuente Sunat-registros académicos Universidad César Vallejo.

### 2.3.2 Muestra y muestreo

#### A. MYPE de Chiclayo

Margen: 5%

Nivel de confianza 95%

Población: 39186

Tamaño de la muestra: 381

n: Tamaño de muestra

z: Nivel de confianza deseado

p: Porción de la población con la característica deseada (éxito)

q: Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)

e: Nivel de error dispuesto a cometer.

N: Tamaño de la población

$$n = \frac{z^2(p \cdot q)}{e^2 + \frac{z^2(p \cdot q)}{N}}$$

#### B. Estudiantes registrados de I A X Ciclo de la Universidad Cesar Vallejo Filial Chiclayo.

Margen: 5%

Nivel de Confianza 95%

Población: 3373

Tamaño de la muestra: 345

$$n = \frac{z^2(p \cdot q)}{e^2 + \frac{z^2(p \cdot q)}{N}}$$

- n: Tamaño de muestra
- z: Nivel de confianza deseado
- p: Porción de la población con la característica deseada (éxito)
- q: Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)
- e: Nivel de error dispuesto a cometer.
- N: Tamaño de la población

## **2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad**

### **2.4.1 Técnicas:**

En esta investigación se aplicará las encuestas y la entrevista; las encuestas debido a que se va a realizar de una manera colectiva y consiste en recoger la información, aplicando un cuestionario previamente diseñado en el que las respuestas se dan por escrito; y la entrevista que se realizará para poder obtener información precisa y detallada.

### **2.4.2 Instrumentos:**

Cuestionario

## **2.5 Métodos de análisis de datos**

Cualitativo. Dentro de la metodología cualitativa se encuentra la Etnografía, Estudio de Casos y la Investigación acción. Una característica de los análisis cualitativos es que dadas las técnicas que se emplean el análisis no es un proceso estandarizado, por lo tanto, las conclusiones pueden ser replicables, pero las operaciones para obtenerlos no lo son. "En estos estudios, a diferencia de los estudios cuantitativos se busca recaudar información sobre las peculiaridades de los sujetos estudiados. Así que su manera de trabajar es en no estructurar el modo en que se recoge los datos, independientemente de la técnica que se haya empleado" (León y Montero, 2003)

## **2.6 Aspectos éticos**

Se ha realizado la investigación citando según el ISO 690, respetando las reglas establecidas en esta norma.



### III. RESULTADOS

En la entrevista realizada a al Jefe del área de Planificación y desarrollo institucional de la Universidad César Vallejo, MBA Eduardo Ignacio Araya Celis y la Encuesta realizada a MYPES de Chiclayo y estudiantes de la Universidad Cesar Vallejo.

#### 3.1 Elaboración de un estudio de mercado.

De la información otorgada al área de Responsabilidad social universitaria mencionaron que existen empresas que solicitan a la Universidad algún tipo asesoría, las escuelas profesionales programan diferentes actividades de aprendizaje servicio en diferentes pueblos jóvenes o distritos y que para este proyecto contamos con carreras profesionales que tienen relación con la temática Empresarial en la Universidad como Ingeniería Empresarial y la Facultad de Ciencias Empresariales, pero los clientes de las Universidades que son los estudiantes obtienen bajos resultados debido a que no se explayan en sus conocimientos obtenidos, además en el ítem planteado sobre sí existe un mercado potencial para apertura de un centro de asesoría empresarial en concordancia con el eje de emprendedurismo y la RSU, afirmaron que sí y expresaron que no deberían ser solo los pueblos jóvenes y alrededores, sino ir más allá, a MYPE y medianas empresas, para que los estudiantes vayan aprendiendo desde fuente real los problemas que aquejan estas empresas.

Además, se refirió a otro centro de asesoría que tiene la Universidad Señor de Sipán llamado CEDECOM, donde esta diversificado a diferentes carreras profesionales como estudio jurídico, consultorio psicológico, asesoramiento a MYPE (estos consisten en brindar información acerca de los requisitos y condiciones que se debe tener en cuenta para conformar una pequeña empresa. Realizando charlas de capacitación en las principales zonas comerciales, pueblos jóvenes y público en general), apoyo a la educación, comenta, además la existencia de una Red de atención a MYPE y en Lambayeque se da Av. Juan Tomis Stack N° 990, Chiclayo, Interior Sociedad Nacional de Industria, Local SENATI, Frente al Gobierno Regional y ofrece servicios como “Apoyo a la formación empresarial”, “Mejoramiento de la

gestión”, “Compras del Estado”, “Asociatividad”, y por último mencionó el Centro de Asesoría Empresarial de la USAT- que dirige sus servicios a MYPE de Lambayeque.

Por último, tiene entendido que existe el MACMYPE que es un centro de atención a la MYPE donde brindan charlas, capacitaciones, asesorías, y difusión de leyes, pero este se realiza solo en Piura y Lima.

### **3.1.1 Satisfacción de MYPE respecto a la gestión empresarial**

Para Opara y Wynn (2007) analizaron los determinantes de las restricciones para el crecimiento de los pequeños negocios.

El estudio analiza el desarrollo de las MYPES, categorizando los problemas de las pequeñas empresas en administrativos, operativos, estratégicos y externos. Los problemas administrativos se centran en la estructura organizacional y en la habilidad para obtener y desarrollar los recursos necesarios, e incluyen temas relacionados con el tema legal, personal, las finanzas y la gerencia del negocio. Los problemas operativos tratan acerca de repartir los recursos de una manera eficiente, y son más comunes en las áreas funcionales de una empresa; como, por ejemplo, marketing, operaciones, y logística. Los problemas estratégicos abarcan la habilidad de los pequeños empresarios para ajustar sus productos o servicios a la demanda externa (Harris & Gibson, 2006). Los problemas externos incluyen temas de infraestructura, corrupción, tecnología y baja demanda. Dentro del Indicador de satisfacción de MYPE se agrupan los sub-indicadores del aspecto legal, la capacitación, tecnología de información y comunicación, el mercadeo y el asesoramiento empresarial.

#### **A. Legal**

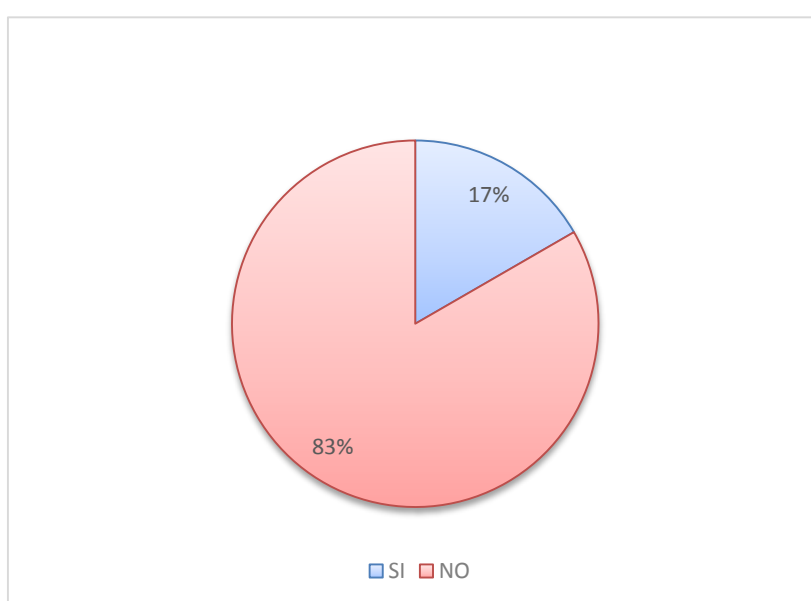
El aspecto legal de las MYPE se presenta dentro de los problemas administrativos, llevado al inicio o durante la gestión empresarial.

**Tabla Nº 5 Distribución de problemas Legales en MYPE**

| ITEMS                      | FRECUENCIA | PORCENTAJE (%) |
|----------------------------|------------|----------------|
| RESOLVIÓ SU PROBLEMA LEGAL |            |                |
| SÍ                         | 5          | 17             |
| NO                         | 25         | 83             |
| <b>TOTAL</b>               | 30         | 100            |

**Fuente: Encuesta**

**Gráfica Nº 1 Distribución de problemas legales en MYPE**



**Fuente: Elaboración propia**

## INTERPRETACIÓN

De los problemas que han tenido las MYPE, el aspecto legal representa un 8% del total de las MYPES, el cual en un 83% no resuelve aún estos inconvenientes, y sólo el 17% solucionó su problema.

Para explicar los cálculos realizados en el indicador de problemas legales se desarrolla la siguiente fórmula  $CP=PT-PS$ , que tiene como leyenda:

CP: Cantidad de problemas actuales

PT: problemas totales

PS: problemas solucionados

$CP=PT-PS$

CP=30-5

CP=25 problemas legales.

## B. Capacitación

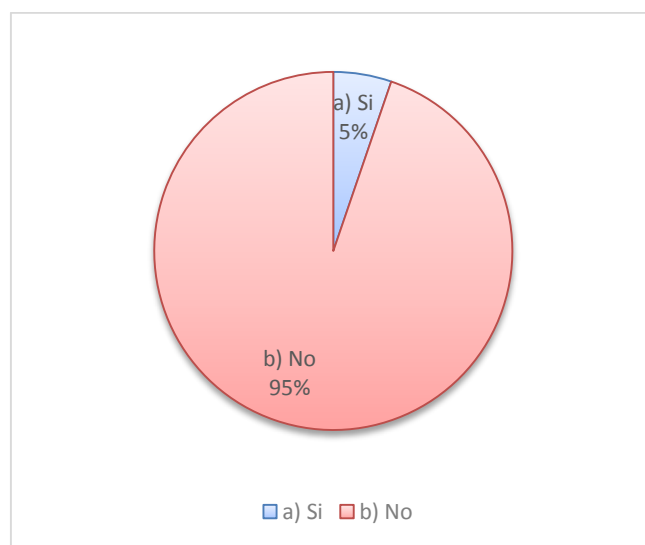
Dentro de los problemas operativos se encuentra la falta de capacitación que tienen actualmente las MYPE e impiden su desarrollo continuo.

**Tabla Nº 6 Distribución de la asistencia a capacitación durante el 2015**

| ITEMS        | FRECUENCIA | PORCENTAJE (%) |
|--------------|------------|----------------|
| Sí           | 20         | 5              |
| No           | 361        | 95             |
| <b>TOTAL</b> | <b>381</b> | <b>100</b>     |

Fuente: Encuesta

**Gráfica Nº 2 Asistencia a capacitación durante el 2015**



Fuente: Elaboración propia

## INTERPRETACIÓN

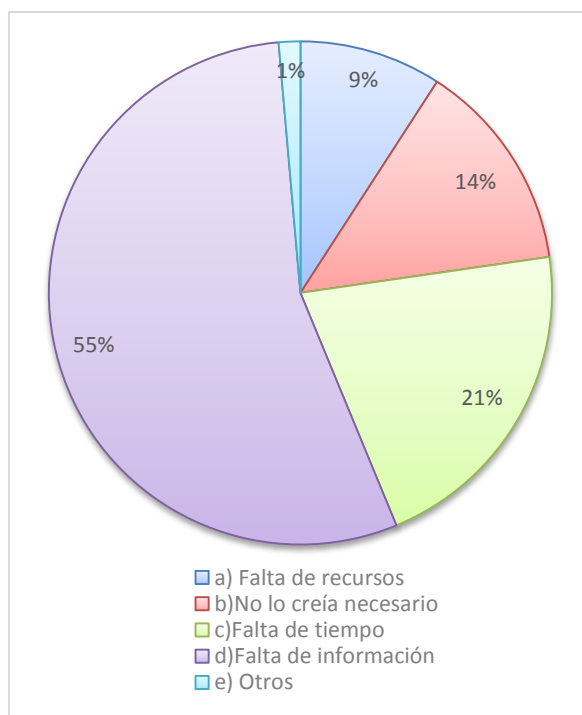
En esta interrogante, un 95% que son 361 MYPE encuestadas mencionan que no asistieron a ningún tipo de capacitación durante el año 2015, mientras que para el 5% refirió que sí asistió.

**Tabla 5 Distribución de motivos para no asistir a capacitación**

| ITEMS                   | FRECUENCIA | PORCENTAJE (%) |
|-------------------------|------------|----------------|
| a) Falta de recursos    | 33         | 9              |
| b)No lo creía necesario | 49         | 14             |
| c)Falta de tiempo       | 76         | 21             |
| d)Falta de información  | 198        | 55             |
| e) Otros                | 5          | 1              |
| <b>TOTAL</b>            | <b>361</b> | <b>100</b>     |

Fuente: Encuesta

**Gráfica Nº 3 Motivos para no asistir a capacitación**



Fuente: Elaboración propia

## INTERPRETACIÓN

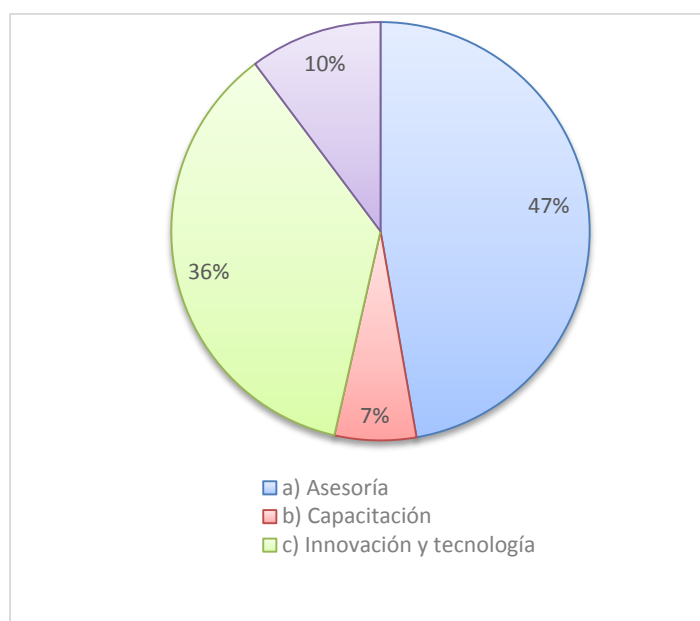
Según los resultados obtenidos, para un 55% de las MYPE no asistieron a capacitaciones por falta de información, el 21% por falta de tiempo, el 14% no lo considera necesario y sólo el 9% por falta de recursos económicos.

**Tabla Nº 7 Distribución de la disposición a recibir Asesoría por parte de la Universidad**

| ITEMS                      | FRECUENCIA | PORCENTAJE (%) |
|----------------------------|------------|----------------|
| a) Asesoría                | 180        | 47             |
| b) Capacitación            | 24         | 6              |
| c) Innovación y tecnología | 138        | 36             |
| d) No desea                | 39         | 10             |
| <b>TOTAL</b>               | <b>381</b> | <b>100</b>     |

Fuente: Elaboración propia

**Gráfica Nº 4 Disposición a recibir Asesoría por parte de la Universidad**



Fuente: Elaboración propia

## INTERPRETACIÓN

Según los datos obtenidos, el 47% de MYPE aceptarían asesoría por parte de la Universidad Cesar Vallejo y el 36% en temas relacionados a Innovación y tecnología, así como el 7% en algún tipo de capacitación para trabajadores, pero el 10% que representa 39 MYPE no desea vincularse con la Universidad César Vallejo.

Para explicar los cálculos realizados en el indicador de Capacitación se desarrolla la siguiente fórmula  $AC=TE-NC$ , que tiene como leyenda:

AC: Aceptación de capacitación

TE: total empresas

NC: no necesita capacitación

AC=TE-NC

AC= 381-39

AC= 342

Según los cálculos realizados muestra que 342 empresas aceptarían capacitación por parte de la Universidad César Vallejo. Demostrando que el 90% de MYPE sí desea recibir asesoría por parte de la Universidad César Vallejo en los aspectos antes mencionados.

### C. Tecnología

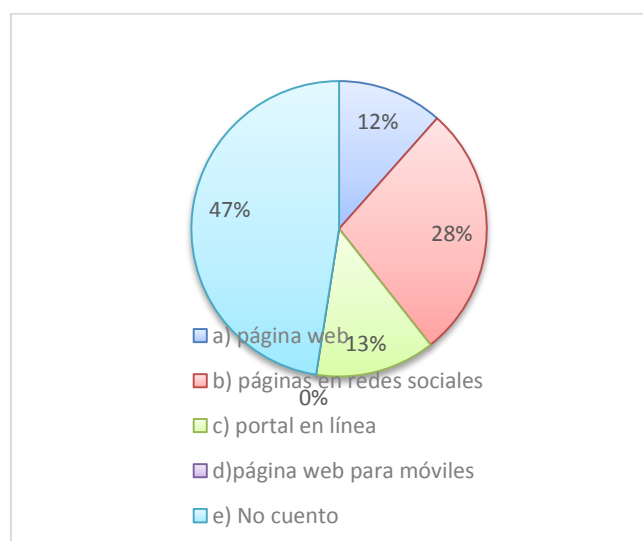
Por tanto, el uso de tecnología es uno de los problemas externos presentes en las MYPE

**Tabla Nº 8 Distribución de uso de tecnología de información y comunicación**

| ITEMS                     | FRECUENCIA | PORCENTAJE (%) |
|---------------------------|------------|----------------|
| Página web                | 44         | 11,55          |
| Páginas en redes sociales | 106        | 27,82          |
| Portal en línea           | 50         | 13,12          |
| Página web para móviles   | 0          | 0              |
| No cuento                 | 181        | 47,51          |
| <b>TOTAL</b>              | <b>381</b> | <b>100</b>     |

Fuente: Encuesta

**Gráfica Nº 5 Uso de tecnología de información y comunicación**



Fuente: Elaboración propia

## INTERPRETACIÓN

Dentro de los tipos de tecnología de la información y comunicación, un 47,51% menciona que no cuenta con ningún tipo de estas alternativas, un 27,82% usa páginas en redes sociales, el 13,12% manifestó usa portal en línea y el 11,55% páginas web.

Para explicar los cálculos realizados en el indicador de Tecnología de información y comunicación se desarrolla la siguiente fórmula  $NCT=TM-CT$ , que tiene como leyenda:

NCT: no cuentan con tecnología

TM: Total de MYPE

CT: Cuentan con tecnología

$NCT=TM-CT$

$NCT=381-200$

$NCT=181$

Según los cálculos realizados muestra que 181 MYPE no cuenta con ningún tipo de tecnología de información y comunicación.

### D. Mercadeo

Es el proceso por el cual se identifica las oportunidades de satisfacción de necesidades y volumen en que la empresa podría satisfacerlas, a diferentes segmentos de mercado, y el diseño de la mezcla de mercadeo para lograrlo, diseño realizado en función de la situación y tendencias del macro y el microambiente y de la demanda potencial de la Empresa

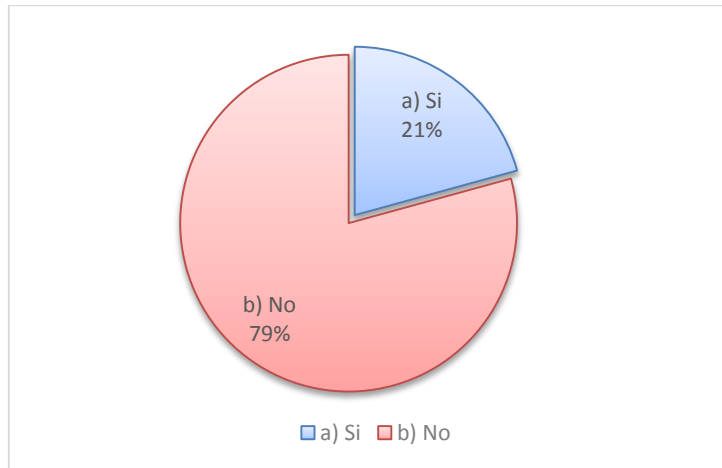
Tabla Nº 9 Distribución de uso de plan de marketing

| ITEMS | FRECUENCIA | PORCENTAJE (%) |
|-------|------------|----------------|
| SÍ    | 79         | 21             |
| No    | 302        | 79             |
| TOTAL | 381        | 100            |

Fuente: Encuesta



**Gráfica N° 6 Uso de plan de marketing**



**Fuente: Elaboración propia**

## INTERPRETACIÓN

En la presente interrogante, la mayoría MYPE afirman no contar con un plan de marketing dentro de la empresa y solo un 21% si lo tienen.

Para explicar los cálculos realizados en el indicador de mercadeo se desarrolla la siguiente fórmula NCP:TM-CP, que tiene como leyenda:

NC: No cuentan con plan de marketing

TM: Total de MYPE

CT: Cuentan con un plan de marketing

$NCP=TM-CP$

$NCP=381-20$

$NCP=361$

Según los cálculos realizados muestra que 361MYPE no cuentan con plan de marketing

## E. Asesoramiento Empresarial

La asesoría no se trata de decir, capacitar o incluso orientar, que tienden a involucrar la transferencia de habilidades y conocimientos.

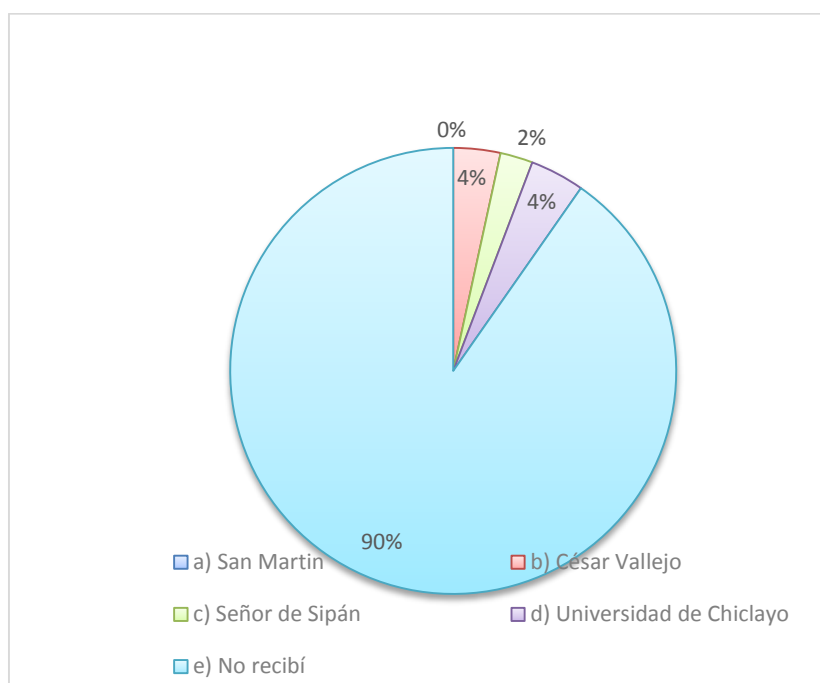
Es un servicio prestado por una persona o personas independientes calificadas en la identificación e investigación de problemas relacionados con la empresa en organización, procedimientos y métodos.

**Tabla N° 10 Distribución de asesoría por parte de alguna Universidad**

| ITEMS                   | FRECUENCIA | PORCENTAJE (%) |
|-------------------------|------------|----------------|
| San Martín              | 0          | 0              |
| César Vallejo           | 13         | 3              |
| Señor de Sipán          | 9          | 2              |
| Universidad de Chiclayo | 15         | 4              |
| No recibí               | 344        | 90             |
| <b>TOTAL</b>            | <b>381</b> | <b>100</b>     |

Fuente: Encuesta

**Gráfica N° 7 Asesoría por parte de alguna universidad**



Fuente: Elaboración propia

## INTERPRETACIÓN

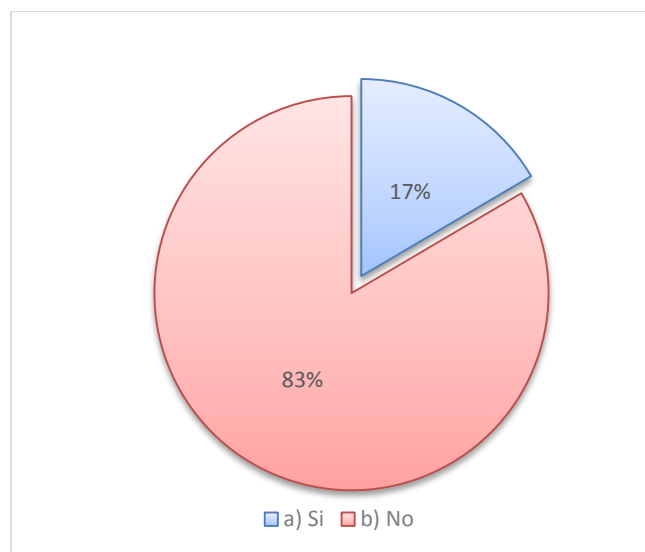
Según los datos anteriores, el 90% de MYPE manifiestan que no han recibido ningún tipo de contacto con alguna Universidad, y el 10% restante menciona que en algún momento una de las Universidades mencionadas tuvo cercanía a ellas.

**Tabla N° 11 Distribución de MYPE que cuentan con asesoría externa**

| ITEMS        | FRECUENCIA | PORCENTAJE (%) |
|--------------|------------|----------------|
| SÍ           | 63         | 17             |
| No           | 318        | 83             |
| <b>TOTAL</b> | <b>381</b> | <b>100</b>     |

Fuente: Encuesta

**Gráfica N° 8 MYPE que cuentan con asesoría externa**



Fuente: Elaboración propia

## INTERPRETACIÓN

Según los datos obtenidos, el 83% de MYPE no tienen una asesoría externa, y el 17% restante menciona que en algún momento ha contactado con consultores externos.

Para explicar los cálculos realizados en el indicador de asesoramiento empresarial se desarrolla la siguiente fórmula  $NA=TM-RA$ , que tiene como leyenda

NA: No reciben asesoría

TM: Total de MYPE

RA: Reciben asesoramiento

$NA=TM-RA$

NA=381-63

NA: 318

Según los cálculos realizados muestra 318 MYPE no reciben asesoría, además que del total de MYPE el 90% nunca han tenido contacto con alguna Universidad.

### 3.2.2 Número de nuevas ideas generadas para proyectos

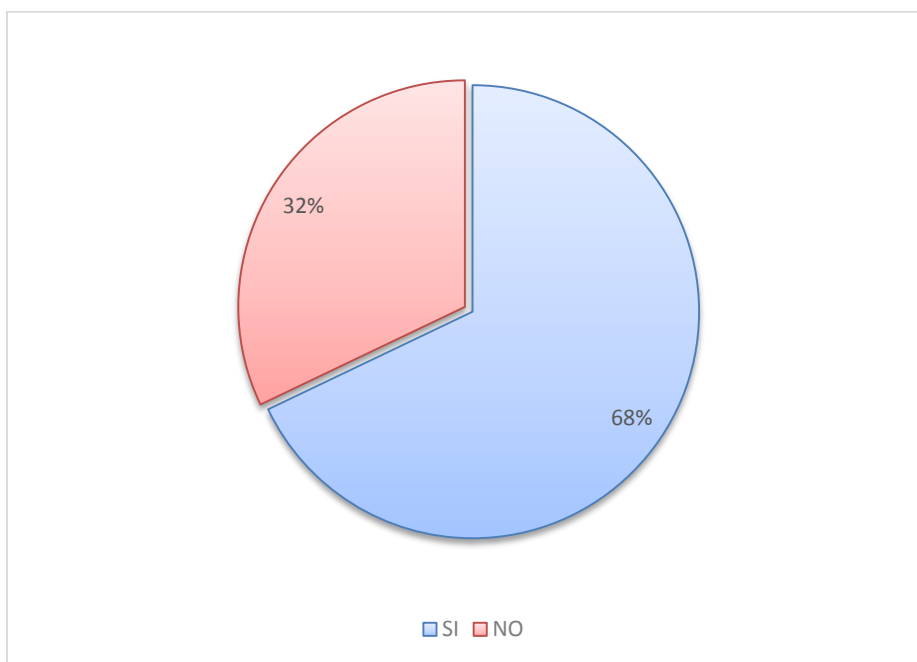
#### A. Asesoramiento

Tabla N° 12 Distribución de estudiantes que han tenido ideas de negocio

| ITEMS | FRECUENCIA | PORCENTAJE (%) |
|-------|------------|----------------|
| SÍ    | 237        | 68             |
| NO    | 112        | 32             |
| TOTAL | 349        | 100            |

Fuente: Encuesta

Gráfica N.º 9 Estudiantes que han tenido ideas de negocio



Fuente: Elaboración propia

### INTERPRETACIÓN

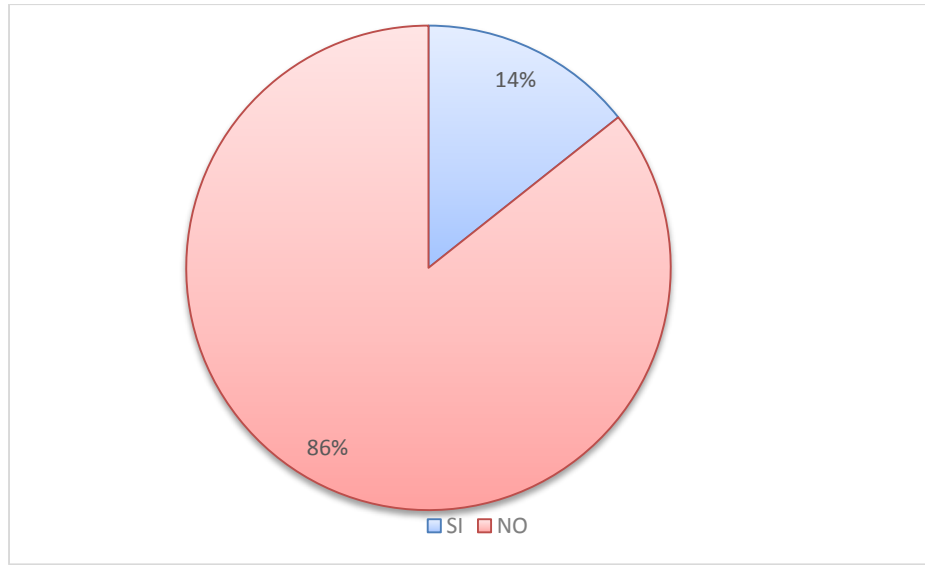
En la información recopilada, el 68% de estudiantes de las diferentes escuelas profesionales si han tenido ideas de negocio en algún momento, y el 32% no ha tenido ideas de negocio.

Tabla N° 13 Distribución de ideas puesta en marcha

| ITEMS        | FRECUENCIA | PORCENTAJE (%) |
|--------------|------------|----------------|
| SÍ           | 50         | 14             |
| NO           | 299        | 86             |
| <b>TOTAL</b> | <b>349</b> | <b>100</b>     |

Fuente: Encuesta

Gráfica N° 10 Ideas puestas en marcha



Fuente: Elaboración propia

### INTERPRETACIÓN

De los datos recolectados podemos determinar que el 86% no cuenta con negocio propio, y solo el 14% sí está inmerso en el ámbito empresarial. Para explicar los cálculos realizados en el indicador de Asesoramiento se desarrolla la siguiente fórmula  $CGSE=IG-PEM$ , que tiene como leyenda:

CG: Cantidad de proyectos generados sin emprender

IG: Ideas generadas

PEM: Proyectos en marcha

$CGSE=IG-PEM$

$CGSE=237- 50$

$CGSE=187$

Según los cálculos realizados muestra 187 ideas de negocio aún no se ponen en marcha.

### **3.2 Identificación de las alternativas técnicas para el servicio empresarial.**

En el aspecto técnico se tiene en cuenta la disponibilidad para realizar el proyecto, es por eso que se tomó en cuenta los problemas presentes en proyectos similares, el cual mencionó que el tema logístico es un inconveniente, debido a que los trabajos son fuera de la Universidad en los pueblos aledaños y no cuenta con movilidad propia exclusivo para el área.

Además, para que las áreas obtengan sus recursos realizan reuniones con las mismas áreas de otras filiales y obtengan establecido el plan operativo; posteriormente, se reúnen para hacer el plan operativo consolidado de toda la universidad y designen el presupuesto que se hace a nivel central para todas las filiales, luego de la reunión central, el Jefe de Planificación manda a los correos los formatos a llenar con un plazo de un mes, para que puedan designar dicho presupuesto, estos formatos son el Plan de Inversión que consiste en solicitar compra de activos, pero estos activos deben de ser verificados por el Jefe de Planificación, de acuerdo a la necesidad y urgencia debido a que se requiere calidad en el gasto, minimizar lo que por el momento no se necesita, y el Plan operativo, que consiste en todas las actividades que se va a realizar y el presupuesto que necesita, el presupuesto se va entregando por mes y por actividad a realizar. Y se evalúan tanto resultados como gastos cada semestre académico.

Además, que cuentan con indicadores que les ayuda a medir sus resultados y para la Universidad su indicador es el cumplimiento de las metas que se indica en el plan operativo, se evalúa cada semestre la actividad.

### **3.3 Interpretación del aspecto legal y organizacional de la Universidad**

#### **César Vallejo.**

##### **3.3.1 Legal**

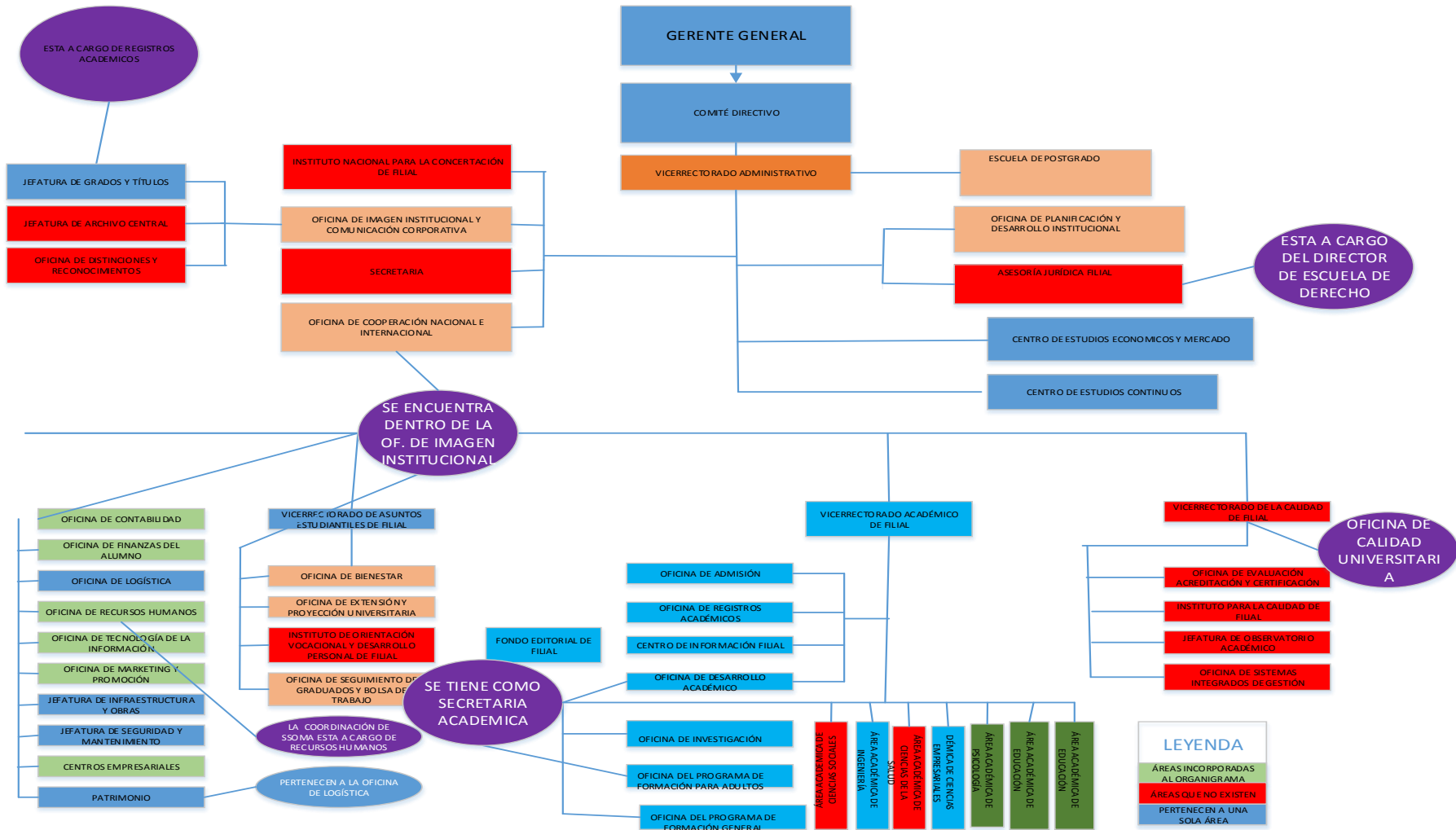
La investigación es una función esencial y obligatoria de la universidad, en la cual se fomenta la iniciativa para la creación de pequeñas y microempresas de propiedad de los estudiantes y se faculta a las universidades de constituir centros de producción de bienes y servicios cuya utilidad resultante constituirán recursos de la universidad (Arts. 48 al 52), y que por ser universidad privada goza de inafectación y exoneración

tributaria, encontrándose obligada a realizar reinversión de sus excedentes y utilidades a favor de la mejora de la calidad de la educación que brindan. (Arts. 116 al 120). Y, por último, con respecto a responsabilidad social universitaria, la Universidad al cumplir diversas funciones (académicas, investigación, servicios de extensión y participación) generan impactos en la sociedad; por lo que se encuentran obligadas a promover la implementación de la responsabilidad social a través de una gestión eficaz y ética (Arts. 124 al 125).

### **3.3.2 Organización**

En lo referente a la viabilidad organizacional, pues si se creará un centro empresarial debe estar a cargo de la Escuela de ingeniería Empresarial así como la Oficina de asesoría jurídica está a cargo del Director de Escuela de derecho, como se muestra en el organigrama que fue entregado por el entrevistado.

Ilustración Nº 4 Organigrama de la universidad César Vallejo, filial Chiclayo



Fuente: Plan estratégico 2016 Universidad César Vallejo.



Además, en el plan estratégico institucional Filial Chiclayo 2013-2016 se resalta la séptima estrategia, el fortalecimiento de los programas y actividades de proyección social con una mejor base de sostenibilidad e impacto, así como el objetivo que persigue: Desarrollar la extensión y proyección universitaria integrada al proceso de formación profesional, orientada al desarrollo sostenible de la comunidad, como también en la Política de proyección social.

### 3.4 Análisis la capacidad económica-financiera del proyecto.

Para analizar la viabilidad en el aspecto financiero el Jefe del área de planificación y desarrollo institucional, MBA Eduardo Ignacio Araya Celis, indica que la Universidad tiene proyectado invertir en el 2016 un total de S/.435,366.36, con respecto al año anterior invirtió S/.383,982.13 lo cual representa un incremento del 13,381933% de variación al año anterior, y con respecto a Responsabilidad Social Universitaria, hasta Junio tienen presupuestado invertir S/.59,160 del cual hasta la fecha solo han gastado S/.29,246.14 soles el cual representa el 49%, obteniendo el 51% de presupuesto disponible para proyectos de Responsabilidad Social Universitaria, no pudiendo realizar una comparación con el año anterior porque esa área funciona a partir de este año 2016, el año pasado era Oficina de Extensión y Proyección Universitaria junto con el área de Bienestar Universitario y no se permite realizar comparación, además mencionó que los Ingresos totales de la Universidad en el 2015 fueron S/.888,822 y obtuvieron como utilidad bruta S/.494,958.05.

| <b>Años</b>                                       | <b>2015<br/>(S/.)</b> | <b>2016<br/>(S/.)</b> | <b>2017<br/>(S/.)</b> |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <b>Total Inversión</b>                            | 383982,13             | 433899,81             | 490306,78             |
| <b>% de incremento</b>                            | 1,13                  |                       |                       |
| <b>Costo del Proyecto</b>                         |                       | 137927,00             | 121560,00             |
| <b>% del proyecto en el total de lo invertido</b> |                       | 32%                   | 25%                   |

## Contrastación de hipótesis

En la presente investigación, por ser de tipo cualitativa, debe tener una respuesta cualitativa para contrastar debido a que no existe test o prueba de hipótesis estadística, así como las herramientas de recolección de datos son abiertas, y ofrecen la posibilidad de nuevos hallazgos, como menciona (SAAVEDRA, 2001) que existen investigaciones descriptivas que no necesariamente requieren la construcción de una hipótesis, pero es mejor tenerla debido a que se puede tener un referente para llegar al resultado, en el caso se tenga una, debido a que el conocimiento científico empieza con la postulación de hipótesis, esta comprobación se obtendrá cuando se confronte el marco teórico con la realidad, y al mismo tiempo con investigaciones previas, así mismo (RUIZ Olabuénaga, 2012) menciona que la hipótesis debe ser contrastada con los hechos, para lo cual debe contar con cinco características: su objetivo es la captación y reconstrucción de significado, su lenguaje es conceptual y metafórico, su modo de captar la información no es estructurado sino flexible y desestructurado, la orientación no es particularista y generalizadora sino holística y concretizadora.

Por tanto, en la presente investigación al existir una pregunta se muestra la siguiente respuesta: por necesitarse los servicios empresariales en las MYPE y estudiantes de la Universidad César Vallejo que se demuestra en las gráficas Tablas desde la 5 a la 14, y por ser viable el proyecto demostrándose al realizarse los objetivos de investigación, se concluye que el proyecto es viable, entonces es necesario que la Universidad César Vallejo brinde los servicios empresarial

## **IV. DISCUSIÓN**

### **4.1 Elaboración de un estudio de mercado**

El estudio de mercado, respecto a la viabilidad del proyecto, es necesario realizarlo debido a que el entrevistado manifiesta que existen centros de asesoría en la ciudad de Chiclayo, pero realizando solo charlas y no un seguimiento a la empresa, además de contar con carreras que pueden desarrollarse en este proceso. El nivel de inicio se sustenta según la (VEGA, 2011) presentada en el estado del arte de la presente investigación. Por lo que al igual que la publicación de (BECERRA, 2006) en el antecedente titulado “Estudio de viabilidad para la creación de un centro infantil como un programa de la división de bienestar universitario en la universidad Industrial de Santander” la investigadora concuerda en la utilidad de realizar un estudio de mercado para demostrar la viabilidad del proyecto, mostrando los pasos que se seguirán a continuación según lo manifiesta (CÓRDOVA, 2011) seguiremos el siguiente proceso de investigación de mercados: a) antecedentes, b) definir el servicio, c) perfil del consumidor, d) demanda, e) oferta, f) distribución, g) estrategias de mercado, h) pronóstico de mercado.

### **4.2 Identificación de las alternativas técnicas para el servicio empresarial.**

En la identificación de la alternativas técnicas, respecto a una de las dimensiones de la Viabilidad del Proyecto, es aceptable debido a que en la entrevista realizada al Jefe del área de planificación y desarrollo institucional, MBA Eduardo Ignacio Araya Celis indica que se tiene que realizar un análisis del plan operativo y de inversión con los formatos que plantea la universidad, el nivel de aprobación se sustenta, según (SAPAG, 2011) en concordancia con la investigación presentada por (Abreu, 2006), presentada en el estado de arte de la presente investigación. Por lo que al igual que la publicación del Sr. (BECERRA, 2006), en el antecedente titulado “Estudio de viabilidad para la creación de un centro infantil como un programa de la división de bienestar universitario en la Universidad Industrial de Santander” la investigadora concuerda con la utilidad de tener identificado la viabilidad técnica para poder brindar servicios empresariales en Universidad César

Vallejo, la misma que tendrá la siguiente estructura, según lo indica (Abreu, 2006):

- A. Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto
- B. Análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto
- C. Ingeniería de proyecto

### **4.3 Interpretación del aspecto legal y organizacional de la Universidad César Vallejo.**

#### **4.3.1 Aspecto legal**

En la empresa, respecto a una de las dimensiones de la viabilidad, el aspecto legal el entrevistado manifiesta que encuentra dentro de la normativa legal a la que rige la universidad a partir de este año 2016, que por tanto es una exigencia. El nivel de aceptación se sustenta según (SAPAG, 2011) “Evaluación de proyectos de inversión en la empresa”, en concordancia con la Nueva Ley Universitaria Peruana N°30220 en el Arts. 48 al 52, Arts. 116 al 120 presentada en el estado del arte de la presente investigación. Por lo que al igual que la publicación de (BECERRA, 2006) en el antecedente titulado “Estudio de viabilidad para la creación de un centro infantil como un programa de la división de bienestar universitario en la Universidad Industrial de Santander” la investigadora concuerda con la utilidad de interpretar en aspecto legal para demostrar la viabilidad del proyecto en la Universidad César Vallejo.

#### **4.3.2 Aspecto organizacional**

El entorno de la empresa, respecto a una de las dimensiones de la viabilidad en el aspecto organizacional, el entrevistado manifiesta que se encuentra dentro de la posibilidad de adaptarse al Organigrama de la Universidad, así como la Oficina de servicios legales a la que rige la Universidad a partir de este año 2016. El nivel de aceptación se sustenta, según (SANTIAGO, 2009), “Análisis de Viabilidad: La cenicienta en los Proyectos de Inversión”, en concordancia con (Abreu, 2006), presentada

en el estado del arte de la presente investigación. La investigadora concuerda en que será de utilidad para demostrar la viabilidad del proyecto en la Universidad César Vallejo. La cual tendrá la siguiente estructura según (PABON, 2013).

A. Estructura legal-organizacional

B. Estudio de la organización (D´ALESSIO, 2013)

B.1 Visión

B.2 Misión.

B.3 Objetivos

C. Estructura administrativa

C.1 Organigrama

C.2 Descripción de funciones.

#### **4.4 Análisis la capacidad financiera.**

La capacidad financiera respecto a la Viabilidad del proyecto se encuentra en un inicio favorable para su ejecución, debido a que el entrevistado mencionó que actualmente en RSU solo han gastado el 49% del presupuesto otorgado, obteniendo el 51% a su favor. Que lo planificado invertir en el 2016 es S/. 435366,36 con un incremento del 13,381933%, teniendo un referente para el 2017 de S/. 493626.793 y costando el proyecto un total de S/.177369, 3 representando un 36% del total de la inversión para el 2017, no acudiendo a ningún tipo de financiación externa, pero estableciendo una sugerencia de entablar una relación con el Grupo BID para posible financiación. El nivel de inicio se sustenta según (FERNÁNDEZ, 2007) “Los proyectos de inversión”, en concordancia con la investigación presentada por (Eumed, 2004) presentada en el estado del arte de la presente investigación, la investigadora concuerda con la utilidad tener en cuenta el análisis de la capacidad financiera en la Universidad César Vallejo.

Para ello se tendrá en cuenta la siguiente estructura según (BEGOÑA Gavilán, y otros, 2010):

#### **4.4.1 Plan económico-financiero**

- a. Cálculo del coste de cada recurso
- b. Elaboración del presupuesto

## V. CONCLUSIÓN

Con la presente investigación se ha desarrollado un plan de inversión para brindar servicios empresariales en la Universidad César Vallejo, y basado en los resultados obtenidos en la recolección de datos realizados, se presenta las siguientes conclusiones:

a) Después de haber elaborado el estudio de mercado, se determinó que los servicios empresariales son necesarios en las MYPE del Distrito de Chiclayo así como en los estudiantes de la Universidad César Vallejo debido a que el fenómeno de la creación de empresas y el mejoramiento de la gestión empresarial se ha consolidado como una creciente área de desarrollo en el marco de la investigación debido a que el interés académico, empresarial se basan en lo que se contribuye al desarrollo económico, a su integración con los procesos innovadores, al fortalecimiento de espacios regionales y las implicaciones que tiene para los individuos y la sociedad.

b) Al identificar las alternativas técnicas (localización e ingeniería de procesos), para brindar el servicio empresarial se ha determinado realizar un plan operativo claro y sencillo donde tenga establecido las etapas sobre el cual operará el Área de Servicios Empresariales, para ser presentado a las oficinas pertinentes como Planificación Institucional y la Dirección General como proposición.

c) Después de interpretar el aspecto legal del proyecto con respecto a la Universidad se determinó que la propuesta se encuentra dentro del marco legal vigente en el país, y que no existe impedimento legal para no emprender un centro de asesoría empresarial con un modelo de responsabilidad social universitario. Además, este tipo de servicio no se encuentran afectas al impuesto general a las ventas, las actividades y servicios que las Universidades prestan en cumplimiento de su finalidad educativa y cultural, siendo esto a favor de este centro de asesoría; en el ítem organizacional también se muestra la viabilidad dentro de la organización ya mencionada por lo que se encuentra dentro de sus objetivos y estrategias y esto llega a que proyecte una imagen positiva a la Universidad potenciando el prestigio, atraer nuevos estudiantes y hasta fondos para desarrollar las ideas de negocio.

d) Luego de analizar la capacidad financiera de la Universidad César Vallejo, se llega a la conclusión que para establecerle un presupuesto al Proyecto se tiene que revisar en primer lugar por la misma Filial y posterior llevarlo a la reunión que realizan todos los años para que exista una aprobación, además de ya tener bien definido el plan operativo y de activos para el proyecto.

Entonces se demuestra la viabilidad del proyecto en los aspectos técnicos, legales, organizacionales, de mercado y financieros para brindar servicios empresariales dentro de la universidad César Vallejo.



## **VI. RECOMENDACIONES**

En relación a los resultados expuestos en las conclusiones se recomienda tener en cuenta que en la elaboración del estudio de mercado se cuenta con una muestra poblacional de MYPE y estudiantes al 2016, pero que, al realizar los convenios propuestos, se obtenga una estratificación más exhaustiva de la demanda para este tipo de servicios, debido a que MYPE pueden contribuir mejor con la formación de los estudiantes de la Universidad

Tener en cuenta la identificación de las alternativas técnicas para el servicio empresarial que la Oficina de servicios empresariales cuente con un espacio físico, junto con un soporte práctico para el inicio y desarrollo de las orientaciones, además se recomienda que el proyecto pase por una evaluación externa para que le ofrezca objetividad a la Universidad y pueda tomar la decisión apropiada.

Con respecto a la Interpretación el aspecto legal y organizacional del proyecto, se recomienda tener en cuenta que las leyes pueden variar de acuerdo al año y al cambio de Gobierno estar a la expectativa, además que la Filial Chiclayo no es autónoma y que el proyecto puede ponerse en práctica en las diferentes filiales de acuerdo a la necesidad de cada Región donde se localice.

Se recomienda en el análisis de la capacidad financiera actualizar los costos a la fecha que sea puesta en marcha del proyecto

Tener en cuenta que en la elaboración del estudio de mercado se cuenta con una muestra poblacional de MYPE y estudiantes al 2016, pero que al realizar los convenios propuestos, se obtenga una estratificación más exhaustiva de la demanda para este tipo de servicios, debido a que MYPE pueden contribuir mejor con la formación de los estudiantes de la Universidad

## VII. PROPUESTA

Los proyectos, en la medida en que se configuran como una herramienta de innovación y aprendizaje, a partir de la experiencia, constituyen un instrumento fundamental para el despliegue y actualización de la misión de las entidades.

La gestión del proyecto constituye además un proceso complejo que implica: adecuarse continuamente a una realidad cambiante, interactuar con otras personas y agentes sociales e innovar, identificando nuevas formas de hacer las cosas, con objeto de dar respuestas alternativas a las necesidades y problemas sociales que van surgiendo.

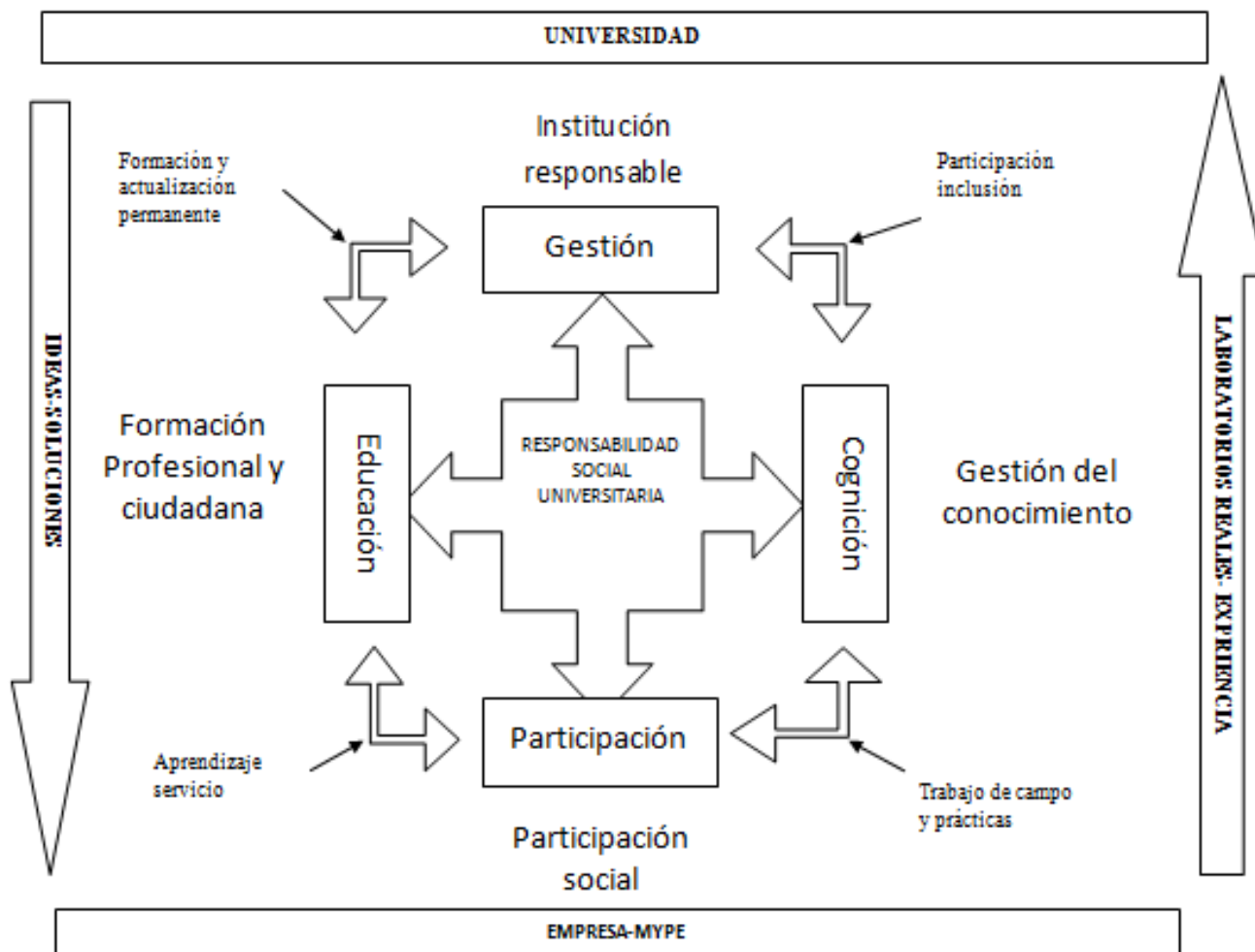
El ciclo del proyecto se inicia a partir de la identificación de una situación inicial (necesidad o problema detectado), sobre la que se quiere actuar mediante una intervención planificada con la intención de generar una situación final mejor.

En este proyecto se sigue la metodología de Marcial Córdova Padilla, teniendo en cuenta el libro llamado Guía para la gestión de proyectos sociales por la intervención social que se quiere llegar a tener por lo que se toma en cuenta Para evaluar la idea de proyecto, también conviene chequear al menos cuatro aspectos:

- la **pertinencia** de la idea de proyecto, es decir, la adecuación de las soluciones que se proponen a la realidad que se pretende modificar.
- su **viabilidad**, es decir la existencia de condiciones (políticas, sociales, técnicas, económicas...) favorables para el desarrollo de la idea de proyecto.
- su **coherencia con la identidad de la entidad**, garantizando que existe un alineamiento de la idea de proyecto con la misión y valores de la organización, así como con su visión y orientaciones estratégicas.
- su **factibilidad**, es decir la capacidad técnica y económica de la entidad para llevar a cabo el proyecto, considerando, en términos de calidad y cantidad, los recursos humanos, materiales y económicos de los que dispone o podría disponer.

## 1. Modelo de responsabilidad social universitaria para la Escuela de Ingeniería Empresarial

Contextualización del MRSU que soporte los servicios empresariales de la Universidad César Vallejo.



El modelo de responsabilidad social Universitaria de la Escuela de Ingeniería Empresarial que le dé soporte a los Servicios empresariales comprenden tres aspectos:

### 1.1 Marco General

El marco general contempla un estudio de antecedentes donde se hayan aplicado modelos de responsabilidad social y determine qué beneficios trajo para la Universidad y Sociedad en donde se aplicó.

1.1.1 Modelo de responsabilidad Social Universitaria de la Universidad Mayor de San Marcos (Vicerrectorado académico, 2014) Modelo de responsabilidad Social Universitaria.

Este modelo es la propuesta institucional y llegar a orientar las acciones que deben integrar la Universidad y Sociedad, para crear, transmitir e intercambiar conocimientos que permita construir una sociedad más solidaria y equitativa. Su gestión debe tener en cuenta las expectativas de sus grupos de interés y debe transmitir y formar a los futuros profesionales que forman parte de ella una visión sostenible. Con la acción de formular, implementar, evaluar y difundir el plan de desarrollo de RSU de la Facultad de Ingeniería Industrial.

#### 1.1.2 Universidad Politécnica de Valencia (RODRIGUEZ Reyes, 2012).

Este modelo está orientado a presentar pasos para elaborar una memoria de Sostenibilidad para la misma Universidad, realizando un análisis de la situación actual y elaborara una guía, utilizando unas estrategias sociales que se desarrollaran a modo de ejemplo. Llegando a la conclusión que las Universidades generan impactos que pueden alcanzar un mayor número de personas. Llegando a las siguientes conclusiones Existen muchos mecanismos para implantar la RSE. Es voluntaria y no existen formas de implantarlas mejores que otras ni son modelos de evaluación de la Responsabilidad de una organización, las Universidades, como el resto de organizaciones, generan impactos que pueden alcanzar un mayor número de personas. Su gestión debe tener en cuenta las expectativas de sus grupos de interés y debe transmitir y formar a los futuros profesionales que forman parte de ella una visión sostenible, las memorias de sostenibilidad son una herramienta de transmisión de la información y una herramienta de gestión que ayudará a analizar el entorno, alinear nuestras estrategias corporativas y a alcanzar la sostenibilidad.

#### 1.1.3 Modelo de responsabilidad social Universitaria de la Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Cujimalpa (PEÑALOSA, y otros, 2013).

Este modelo debe ser entendido como una marco de políticas operativas que se encuentran alineadas con el plan de desarrollo institucional, que está orientado a la toma de decisiones de los universitarios con respecto a la RSU, y consideraron la dimensión social en la cual se establecen políticas entre las cuales destacan el impulso del diseño de programas de formación para la atención de necesidades sociales, se fomentará actividades en escenario real que permita tomar conciencia de problemas

sociales; económica: se impulsará el conocimiento de los perfiles de egresados, la cultura emprendedora entre estudiantes; y ambientales: se fomentará que participen dentro de la realización de proyectos de problemas ambientales.

#### 1.1.4 Modelo de gestión de responsabilidad social Universitaria (Universidad Señor de Sipán, 2016).

Este modelo presenta una visión holística sobre la cogestión que se desarrolló con el comité de trabajo denominado Campussostenible estableciendo interacción y transversalidad para su implementación; enfocándose a cuatro ámbitos: Gestión Institucional permite difundir los logros del trabajo con los grupos de interés y con la finalidad de situar a la Universidad como referente en gestión responsable y comprometida con la sociedad; formación académica: buscar asegurar la calidad de procesos de enseñanza, logrando que alcancen el desarrollo integral, vinculando las carreras profesionales con los proyectos sociales; Investigación: Implementar el modelo de investigación científica alineado al modelo educativo de la universidad; Participación social: Promueve la acción colectiva de proyectos con otros actores externos, sociedad civil, sector privado, sector público, que asegure un aprendizaje permanente entre todos de tal modo que se constituyan vínculos (capital social) para el aprendizaje mutuo y el desarrollo social.

## 1.2. Marco legal

### 1.2.1 Ley N° 30220 “Ley Universitaria”

La investigación es una función esencial y obligatoria de la universidad, en la cual se fomenta la iniciativa para la creación de pequeñas y microempresas de propiedad de los estudiantes y faculta a las universidades de constituir centros de producción de bienes y servicios cuya utilidad resultante constituirán recursos de la universidad (Arts. 48 al 52), y que por ser universidad privada goza de inafectación y exoneración tributaria, encontrándose obligada a realizar reinversión de sus excedentes y utilidades a favor de la mejora de la calidad de la educación que brindan. (Arts. 116 al 120) y por último con respecto a Responsabilidad social

universitaria la Universidad al cumplir diversas funciones (académicas, investigación, servicios de extensión y participación) generan impactos en la sociedad; por lo que se encuentran obligadas a promover la implementación de la responsabilidad social a través de una gestión eficaz y ética (Arts. 124 al 125).

### **1.3. Marco Institucional**

#### **1.3.1 Plan Estratégico Institucional 2013-2016**

El Plan Estratégico Institucional 2013-2016 muestra que la misión de formar profesionales idóneos comprometidos con el desarrollo del país, y visión d ser reconocida por la calidad de sus graduados y la contribución al desarrollo de la Sociedad de la Universidad César Vallejo.

La proyección de la visión de la Universidad se fundamente en los siguientes pilares:

- A. Adoptar su propio sistema de organización y gobierno en lo académico y administrativo.
- B. La búsqueda de calidad educativa universitaria.
- C. La búsqueda de la verdad en servicio de la Comunidad para su desarrollo.
- D. La libertad de pensamiento.

Asimismo, la Visión de la Escuela Profesional de Ingeniería Empresarial busca ser líder en la Formación de profesionales Interdisciplinarios que apliquen sus conocimientos para crear y administrar sistemas integrados e innovadores para la gestión de empresa de producción de bienes o servicios y la gestión de proyectos de inversión, que generen desarrollo social u económico. (SALAZAR Chávez, y otros, 2014)

“El perfil del egresado de Ingeniería Empresarial es el de una persona que gestión Sistemas para la producción de bienes y servicios eficientes, aplica inteligencia de negocios para evaluar a las empresas”

#### **1.4 Modelo Educativo de la Universidad César Vallejo.**

El modelo estableció la responsabilidad social universitaria como respaldo de los servicios empresariales en los siguientes Objetivos Institucionales:

OBJ. N° 5 Promover la investigación a nivel pregrado y posgrado motivando la creatividad de los estudiantes y docentes, comprometidos con el desarrollo socioeconómico del país.

OBJ. N° 6 Desarrollar la proyección y extensión Universitaria integrada a procesos de formación profesional orientada al desarrollo de la comunidad. Este compromiso expresa lo que asume la Universidad César Vallejo ante la Sociedad con lo manifestado por la UNESCO “La educación superior tiene la responsabilidad social de hacer avanzar nuestra comprensión de problemas polifacéticos con dimensiones sociales, económicas, científicas y culturales, así como nuestra capacidad de hacerles frente. La educación superior debería asumir el liderazgo social en materia de creación de conocimientos de alcance mundial para abordar retos mundiales, entre los que figuran la seguridad alimentaria, el cambio climático, la gestión del agua, el diálogo intercultural, las energías renovables y la salud pública” (UNESCO, 1998).

#### **1.4.1 El modelo de Responsabilidad Social Universitaria cuenta con cuatro ejes a seguir:**

A. Gestión o impacto organizacional.

La Universidad deja huellas en su personal administrativo, docente y estudiantes, para ello deben recibir formación y actualización permanente. La meta es capacitar a los docentes y promover en las especialidades el Aprendizaje basado en Proyectos MYPE para que el estudiante pueda aprender lo que tiene que aprender haciendo cosas socialmente útiles y formándose como persona informada y responsable

B. Cognición o Impacto científico y epistemológico

Orientada a la producción del saber, tomando en cuenta la participación activa de los estudiantes en los Servicios empresariales, firmando convenios con MYPE de Servicio, Comercio e Industria de la Región, y los estudiantes y docentes se encuentren trabajando sobre la misma problemática desde las especialidades, creando una sinergia de saberes.

C. Participación o impacto social

Con la función de colocar a los jóvenes en el mercado laboral, y con la meta de trabajar en interfaz con las empresas y administrar proyectos de desarrollo que sean fuentes de investigación aplicada.

D. Educación

Impacto sobre la formación de los jóvenes, que desde la malla curricular de Ingeniería Empresarial se encuentre ligada con los problemas que se encuentren en las MYPE, y que no se base en una relación asimétrica profesor/alumno, sino conseguir la formación integral ciudadana.

Dentro de los ejes curriculares de escuela; tenemos el Sexto Eje Aprendizaje-servicio el cual menciona que se tiene una propuesta pedagógica que busca relacionar a la Universidad con sus comunidades para contribuir a la transformación de la realidad social. Esta permite al estudiante aplicar lo aprendido en el servicio de la comunidad, y al mismo tiempo, adquirir nuevos conocimientos, así como una actitud activa y participativa favorable para su posterior inserción al mundo laboral.

Primero, estudiar la malla curricular, analizar y saber lo que se transmite.

Segundo, métodos de enseñanza y la cultura docente

Tercero, la vida organizacional, diagnosticar en qué medida la universidad facilita las iniciativas estudiantiles

#### **1.4.2 Estrategias**

Realizar Conferencias donde se invite al empresario, egresados y estudiantes, al finalizar la Conferencia de acuerdo a la importancia de recibir la asesoría.

Para ellos se realizará convenios con la SUNAT y el CODEMYPE y poder obtener información acerca de las MYPE para tener un contacto directo con ellas al realizar la conferencia que se tiene establecida en el Plan Operativo.

##### **A. Aprendizaje servicios solidario**

Se establece como estrategia curricular para la formación integral de los universitarios con creatividad e innovación.

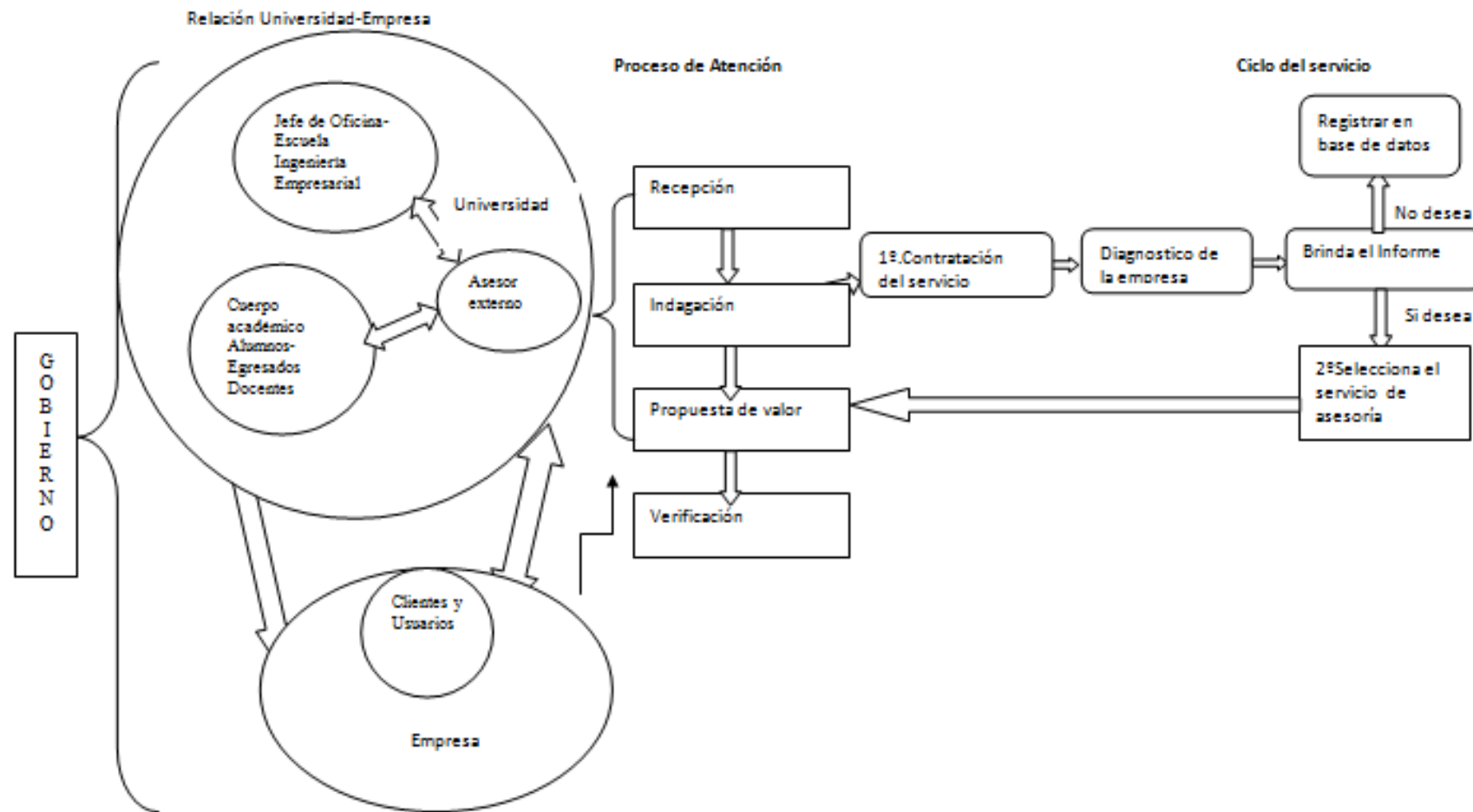
Estableciendo los cursos que se lleven a cabo de acuerdo a la malla curricular de Ingeniería Empresarial, para que los estudiantes se vinculen con las MYPE

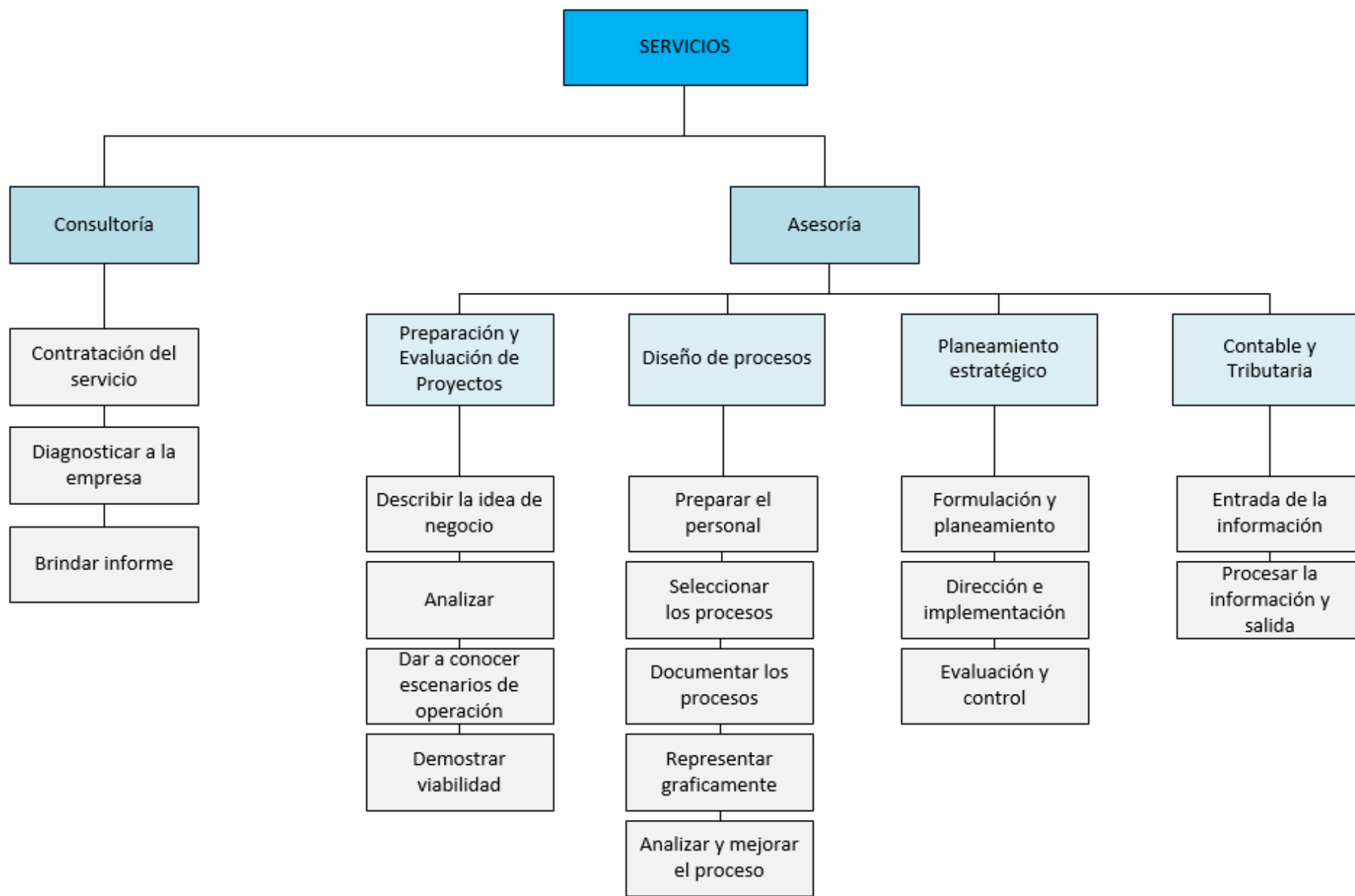
##### **B. Establecer alianzas con los egresados de la carrera.**

Se realiza una convocatoria para los egresados y se elegirá de acuerdo al Perfil que se solicite



## 1.5 Modelo de servicios Empresariales





## 2. Contextualización del modelo de servicios empresariales

### 2.1 Relación universidad-empresa

La Universidad ha ido transformando y cambiando la manera de generar conocimiento, debido a que este empuja a la construcción de nuevo conocimiento en la cual la universidad aprovecha procesos de interacción externa como un mecanismo de búsqueda de nuevos problemas de conocimiento o búsqueda de respuestas a nuevas necesidades del entorno, para ello se realizan prácticas, pasantías, período de aprendizaje, lo cual se define como períodos de formación profesional con el objeto de conocer el contexto laboral real, se familiaricen con las organizaciones, procedimientos, técnicas, procesos de socialización laboral que facilite el tránsito de la Universidad al mercado de trabajo.

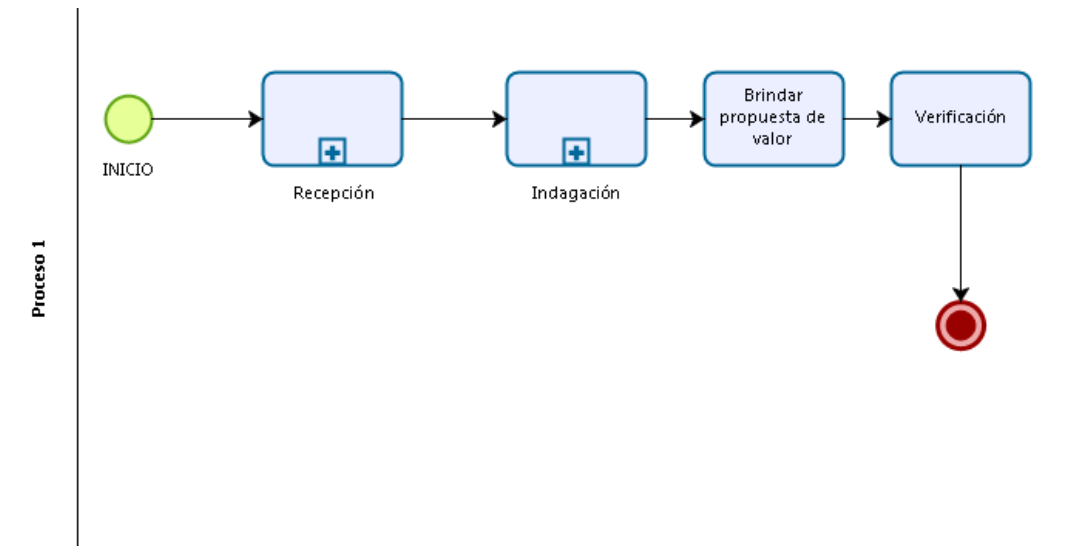
Tabla N° 14 Caracterización de las prácticas empresariales

|                    | <b>EMPRESA</b>  | <b>UNIVERSIDAD</b>  | <b>ESTUDIANTE</b>   |
|--------------------|---|---|---|
| <b>NECESIDAD</b>   | Llevar a cabo procesos operativos. Apoyar procesos de la Empresa con nuevo conocimiento. Cumplir con las normas legales de oportunidad de capacitación y aprendizaje. | Formar adecuadamente a sus estudiantes para la vida laboral. Transferir conocimiento a la sociedad. | Poner en práctica sus conocimientos, y tener experiencia laboral antes de salir de la Universidad, Llenar requisitos necesarios |
| <b>INSTRUMENTO</b> | Contratos de aprendizaje o de practicante. Convenios con Universidades o Instituciones de Educación Superior  | Convenios con Empresas u otras Instituciones  | Desarrollo de prácticas empresariales. Desarrollo de su trabajo dirigido de grado a partir de las prácticas.                    |
| <b>RESULTADO</b>   | Desarrollar procesos operativos. Cumplir con las normas legales   | Colaborar con las empresas. Dar experiencia a sus estudiantes                                       | Adquirir experiencia laboral. Llenar su requisito para el grado.  |

Fuente: Ministerio de protección social, Colombia 2002

## 2.2 Proceso de atención

El proceso de atención al cliente inicia con la recepción, posteriormente con la indagación, donde se reconoce las necesidades de la empresa, y posteriormente se brinda la propuesta de valor, y se culmina con la verificación del servicio brindado.



## 2.2.1 Recepción

### A. Documentación del proceso.

|  |                          |                      |                           |
|--|--------------------------|----------------------|---------------------------|
| <b>Nombre Empresa:</b><br>UNIVERSIDAD<br>CESAR VALLEJO | <b>ETAPA DE ATENCIÓN</b> |                      | <b>CÓDIGO</b>             |
|  |                          |                      | GP-001-2016               |
| <b>Elaborado por:</b><br>Olga Luisa Chanamé<br>Mori    | <b>Revisado por:</b>     | <b>Aprobado por:</b> | <b>Fecha:</b><br>02-10-16 |
|  |                          |                      | <b>Revisión:</b><br>01    |
|  |                          |                      |                           |

|  |   |
|--|---|
| <b>NOMBRE DEL PROCESO</b>                                    |   |
| Recepción  |   |
| <b>ENCARGADO DEL PROCESO</b>                                 |   |
| Secretaria de la Oficina de Servicios Empresariales          |   |
| <b>OBJETIVOS</b>   |   |
| Su principal objetivo agendar cita con el Jefe de la Oficina |   |
| <b>ALCANCE</b>   |   |
| <b>EMPIEZA</b>   | El proceso comienza la recepción del cliente en la Oficina o vía telefónica.    |
| <b>INCLUYE</b>   | El seguimiento es obtener los datos del cliente para generar una base de datos. |
| <b>TERMINA</b>   | Termina al agendar una cita con el Jefe de la Oficina                           |

|  |  |
|--|--|
| <b>POLÍTICAS, LINEAMIENTOS O REGLAS</b>  |  |
| Distinguir el tipo de canal de atención y obtener los datos en el formato ya establecido. El cuál será elabora por el jefe del proyecto.(Elaboración propia) |  |
| El cliente tendrá que brindar toda la información requerida para ser atendido.   |  |
| Al momento de la espera consultar al cliente si dispone de tiempo.   |  |
| La Oficina contará con Folletos relacionados a los servicios que se brinda   |  |

|  |   |
|--|---|
| <b>PROVEEDORES</b>                                 | <b>ENTRADAS</b>   |
| El cliente   | Documentos de identidad o ficha RUC                           |
| <b>SALIDAS</b>                                     | <b>CLIENTES</b>   |
| Informes de formatos de clientes atendidos por día | A quien le das el servicio, uso de salidas MYPE y estudiantes |
| Base de datos virtual                              | Jefe del proyecto   |

|  |                              |
|--|------------------------------|
| <b>PROCEDIMIENTOS</b>                                    | <b>REGISTROS</b>             |
| Registrar datos del cliente en una base de datos.        | Datos del cliente            |
| Verificar disponibilidad del tiempo del Jefe de Oficina  | Citas con el Jefe de Oficina |
| Asignarle hora y fecha de la cita                        | Documento de cita            |
| Derivar la información del cliente al Jefe de la Oficina | Datos del cliente            |

|   |
|---|
| <b>RECURSOS</b>                               |
| Computador, impresora, hojas bond, Secretaria |

| <b>INDICADORES</b>           | <b>FÓRMULA DE CÁLCULO</b>                                      | <b>PERIODICIDAD</b>  | <b>RESPONSABLE DE MEDICIÓN</b> |
|------------------------------|--|----------------------|--------------------------------|
| Tiempo de llenado de Formato | Hora de culminar la entrevista- Hora de iniciada la entrevista | Al llegar el cliente | Jefe de Oficina                |

### 2.2.2. Indagación

A. Documentación del proceso de indagación

|  |                          |                      |                           |
|--|--------------------------|----------------------|---------------------------|
| <b>Nombre Empresa:</b><br>UNIVERSIDAD<br>CESAR VALLEJO | <b>ETAPA DE ATENCIÓN</b> |                      | <b>CÓDIGO</b>             |
|  |                          |                      | GP-002-2016               |
| <b>Elaborado por:</b><br>Olga Luisa Chanamé<br>Mori    | <b>Revisado por:</b>     | <b>Aprobado por:</b> | <b>Fecha:</b><br>02-10-16 |
|  |                          |                      | <b>Revisión:</b><br>01    |

|   |  |
|---|--|
| <b>NOMBRE DEL PROCESO</b>   |  |
| Indagación  |  |
| <b>ENCARGADO DEL PROCESO</b>  |  |
| Analista de MYPE  |  |
| <b>OBJETIVOS</b>  |  |
| Su objetivo es seleccionar el tipo de asesoría para asignar el equipo de trabajo                |  |
| <b>ALCANCE</b>  |  |
| <b>EMPIEZA</b>  | El proceso comienza al brindar la consultoría          |
| <b>INCLUYE</b>  | La selección del tipo de asesoría                      |
| <b>TERMINA</b>  | Termina con la elaboración de la propuesta al cliente. |
| <b>POLÍTICAS, LINEAMIENTOS O REGLAS</b>   |  |
| Realizar la reunión con el experto asignado para definir tiempo, objetivos y metas del servicio |  |
| Establecer visitas a la empresa   |  |
| Realizar compromiso de apoyo de los miembros de la Mype   |  |
| Definir la fecha de la entrega del informe  |  |

|                                   |                          |
|-----------------------------------|--------------------------|
| <b>PROVEEDORES</b>                | <b>ENTRADAS</b>          |
| Secretaria                        | Informe de la Secretaria |
| <b>SALIDAS</b>                    | <b>CLIENTES</b>          |
| Informes de solución del problema | MYPE                     |

|   |                                    |
|---|------------------------------------|
| <b>PROCEDIMIENTOS</b>                               | <b>REGISTROS</b>                   |
| Entrevista con el dueño                             | Registro de cliente                |
| Elaboración del contrato                            | Contrato                           |
| Elaborar un plan de trabajo                         | Plan de trabajo                    |
| Dar a conocer el informe                            | Primer informe                     |
| Analizar el informe y derivar al servicio necesario | Documento de selección de servicio |

| <b>INDICADORES</b>          | <b>FÓRMULA DE CÁLCULO</b>         | <b>PERIODICIDAD</b>        | <b>RESPONSABLE DE MEDICIÓN</b> |
|-----------------------------|-----------------------------------|----------------------------|--------------------------------|
| Entrega de informe a tiempo | Tiempo de entrega- tiempo pactado | Al final de la consultoría | Jefe de Oficina                |

### 2.2.3 Brindar la propuesta de valor

#### A. Documentación del proceso.

|  |                          |                      |                           |
|--|--------------------------|----------------------|---------------------------|
| <b>Nombre Empresa:</b><br>UNIVERSIDAD<br>CESAR VALLEJO | <b>ETAPA DE ATENCIÓN</b> |                      | <b>CÓDIGO</b>             |
|  |                          |                      | GP-003-2016               |
| <b>Elaborado por:</b><br>Olga Luisa Chanamé<br>Mori    | <b>Revisado por:</b>     | <b>Aprobado por:</b> | <b>PÁGINA</b>             |
|  |                          |                      | <b>Fecha:</b><br>02-10-16 |
|  |                          |                      | <b>Revisión:</b><br>01    |



|   |  |
|---|--|
| <b>NOMBRE DEL PROCESO</b>                                 |  |
| Brindar la propuesta de valor                             |  |
| <b>ENCARGADO DEL PROCESO</b>                              |  |
| Analista según sector                                     |  |
| <b>OBJETIVOS</b>  |  |
| Dar a conocer la los resultados de la propuesta de valor. |  |
| <b>ALCANCE</b>  |  |
| <b>EMPIEZA</b>  | Realizar la reunión para dar a conocer los resultados y beneficios obtenidos de la investigación |
| <b>INCLUYE</b>  | Tener contacto con el cliente, explicar los resultados e interpretarlos, resolver sus dudas.     |
| <b>TERMINA</b>  | Presentación del informe final   |

|  |
|--|
| <b>POLÍTICAS, LINEAMIENTOS O REGLAS</b>  |
| Las citas con el cliente debidamente cumplidas   |
| El proceso del análisis debió ser aprobado por el Jefe de la Oficina   |
| Una vez concluido la ejecución de un proyecto se debe comunicar al responsable del proceso para su aprobación correspondiente. |

|                                      |                          |
|--------------------------------------|--------------------------|
| <b>PROVEEDORES</b>                   | <b>ENTRADAS</b>          |
| Analista según sector                | Informe del especialista |
| <b>SALIDAS</b>                       | <b>CLIENTES</b>          |
| Observaciones del jefe de la Oficina | Analista                 |

#### 2.2.4. Verificación

##### A. Documentación del proceso de verificación

|  |                          |                      |                           |
|--|--------------------------|----------------------|---------------------------|
| <b>Nombre Empresa:</b><br>UNIVERSIDAD<br>CESAR VALLEJO | <b>ETAPA DE ATENCIÓN</b> |                      | <b>CÓDIGO</b>             |
|  |                          |                      | PE-003-2016               |
| <b>Elaborado por:</b><br>Olga Luisa Chanamé<br>Mori    | <b>Revisado por:</b>     | <b>Aprobado por:</b> | <b>PÁGINA</b>             |
|  |                          |                      | <b>Fecha:</b><br>02-10-16 |
|  |                          |                      | <b>Revisión:</b><br>01    |

| <b>POLÍTICAS, LINEAMIENTOS O REGLAS</b>   |
|---|
| Perfil de proyecto debidamente aprobado.  |
| El proceso de ejecución deber ser realizado acorde a las indicaciones con las que se aprobó el perfil, debiendo ser verificada al momento de dar por culminado un proyecto. |
| Una vez concluido la ejecución de un proyecto se debe comunicar al responsable del proceso para su aprobación correspondiente.  |

| <b>NOMBRE DEL PROCESO</b>   |   |
|---|---|
| Verificación  |   |
| <b>ENCARGADO DEL PROCESO</b>  |   |
| Coordinador de asesores   |   |
| <b>OBJETIVOS</b>  |   |
| Su principal objetivo es entregar el informe con las observaciones levantadas |   |
| <b>ALCANCE</b>  |   |
| <b>EMPIEZA</b>  | El proceso comienza con la recepción de las conclusiones. |
| <b>INCLUYE</b>  | Analizar el resultado para la entrega final al cliente    |
| <b>TERMINA</b>  | Analizar lo beneficios del informe final                  |

| <b>PROVEEDORES</b> | <b>ENTRADAS</b>                      |
|--------------------|--------------------------------------|
| Jefe de la Oficina | Observaciones del Jefe de la Oficina |
| <b>SALIDAS</b>     | <b>CLIENTES</b>                      |
| Informe final      | Cliente                              |

## 2.3 Ciclo del servicio

### 2.3.1 Consultoría.

De acuerdo a Consultoría empresarial es cualquier empresa que brinda consejos o facilita otros servicios de naturaleza profesional a cambio de una retribución (COHEN, 2005).

#### A. Perfil del consultor

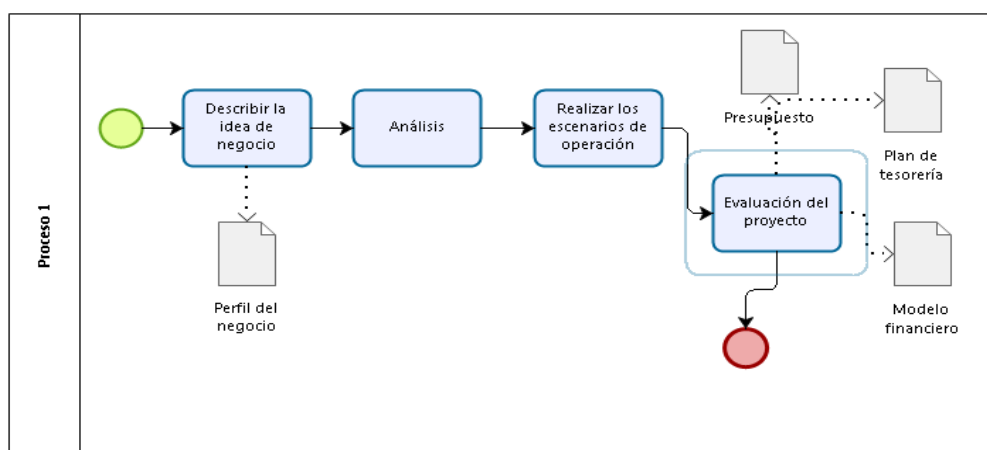
Se deben considerar algunas de las principales características en un consultor (ALONSO Velásquez, 2012) son:

- a. Conocimiento y experiencia en el campo a analizar: administración, producción, mercados, tecnología, etc.
- b. Capacidad para resolver o brindar soluciones.
- c. Ser una persona con sentido común.
- d. Tener enfoque y habilidad para la comunicación oral y escrita.
- e. Ser objetivo y pragmático (PEÑALOSA Castro, y otros, 2013).
- f. Conocimiento y habilidad para utilizar herramientas, estándares y guías adecuadas a los proyectos.

### 2.3.2 Asesoría

#### Tipos de servicios de asesoría

##### A. Preparación y Evaluación de Proyectos.



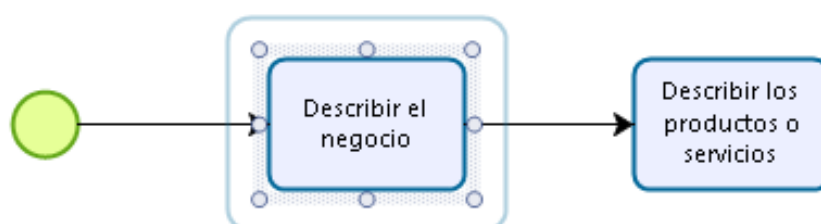
Para el siguiente servicio se utilizará la metodología de (PEDRAZA, 2014) y (DROZNES, 2005)

|  |  |                      |                           |
|--|--|----------------------|---------------------------|
| <b>Nombre Empresa:</b><br>UNIVERSIDAD<br>CESAR VALLEJO | <b>PREPARACIÓN Y<br/>EVALUACIÓN DE<br/>PROYECTOS</b> |                      | <b>CÓDIGO</b>             |
|  |  |                      | GP-004-2016               |
| <b>Elaborado por:</b><br>Olga Luisa Chanamé<br>Mori    | <b>Revisado por:</b>                                 | <b>Aprobado por:</b> | <b>PÁGINA</b>             |
|  |  |                      | <b>Fecha:</b><br>02-10-16 |
|  |  |                      | <b>Revisión:</b><br>01    |

|   |   |
|---|---|
| <b>NOMBRE DEL PROCESO</b>   |   |
| Describir la idea de negocio  |   |
| <b>ENCARGADO DEL PROCESO</b>  |   |
| Jefe de la Oficina  |   |
| <b>OBJETIVOS</b>  |   |
| Su principal objetivo es realizar la descripción del negocio, visión, misión y productos y servicios a ofrecer. |   |
| <b>ALCANCE</b>  |   |
| <b>EMPIEZA</b>  | El proceso comienza la entrevista con el cliente y dar a conocer la idea de negocio   |
| <b>INCLUYE</b>  | El seguimiento correspondiente, en los pasos para la descripción del negocio considerando los aspectos históricos importantes |
| <b>TERMINA</b>  | Termina con la elaboración y sustentación de la descripción del negocio hasta el servicio o producto a ofrecer.               |

|  |  |
|--|--|
| <b>POLÍTICAS, LINEAMIENTOS O REGLAS</b>                      |  |
| El cliente debe llenar correctamente un Check list de inicio |  |
| Realizar el seguimiento con el cliente                       |  |
| El tiempo de duración de este proceso será 24 horas.         |  |

| SUBPROCESOS                          | LÍDER SUBPROCESO                   | ÁREA     |
|--------------------------------------|------------------------------------|----------|
| Descripción del negocio              | Descripción del negocio            | Analista |
| Descripción de productos o servicios | Beneficios del producto o servicio | Analista |



|   |                  |
|---|------------------|
| <b>PROVEEDORES</b>  | <b>ENTRADAS</b>  |
| El cliente  | Check list       |
| <b>SALIDAS</b>  | <b>CLIENTES</b>  |
| Documento N°1: Descripción del negocio, productos y servicios(Perfil del negocio) | Cuerpo académico |

| <b>PROCEDIMIENTOS</b>                           | <b>REGISTROS</b>                        |
|---|---|
| Definición del negocio                          | Documento de la descripción del negocio |
| Misión, visión y objetivos                      | Documento de la descripción del negocio |
| Fortalezas y debilidades del negocio            | Documento de la descripción del negocio |
| Oportunidades y amenazas de realizar el negocio | Documento de la descripción del negocio |
| Descripción del producto                        | Documento de la descripción del negocio |
| Valor distintivo de la competencia              | Documento de la descripción del negocio |
| Evolución y ciclo de vida                       | Documento de la descripción del negocio |
| Estrategia del producto y servicio              | Documento de la descripción del negocio |
| Posicionamiento del producto o servicio         | Documento de la descripción del negocio |

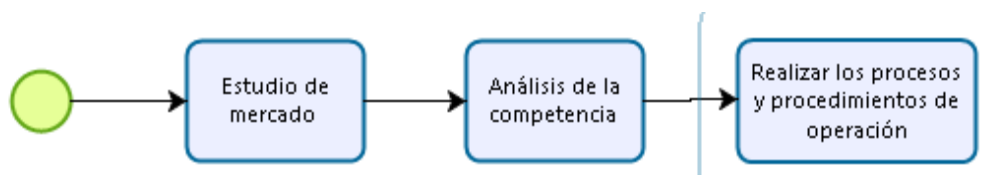
| <b>RECURSOS</b>                                   |
|---|
| papel bond, lapiceros, analista, egresado, alumno |

|  |  |                      |                           |
|--|--|----------------------|---------------------------|
| <b>Nombre Empresa:</b><br>UNIVERSIDAD<br>CESAR VALLEJO | <b>PREPARACIÓN Y<br/>EVALUACIÓN DE<br/>PROYECTOS</b> |                      | <b>CÓDIGO</b>             |
|  |  |                      | GP-005-2016               |
| <b>Elaborado por:</b><br>Olga Luisa Chanamé<br>Mori    | <b>Revisado por:</b>                                 | <b>Aprobado por:</b> | <b>PÁGINA</b>             |
|  |  |                      | <b>Fecha:</b><br>02-10-16 |
|  |  |                      | <b>Revisión:</b><br>01    |

|  |  |
|--|--|
| <b>NOMBRE DEL PROCESO</b>  |  |
| Análisis   |  |
| <b>ENCARGADO DEL PROCESO</b>   |  |
| Especialista   |  |
| <b>OBJETIVOS</b>   |  |
| Realizar el análisis exhaustivo del estudio de mercado, procesos para entregar un informe claro. |  |
| <b>ALCANCE</b>   |  |
| <b>EMPIEZA</b>   | El proceso comienza establecer el mercado objetivo y realizar un análisis.                             |
| <b>INCLUYE</b>   | El seguimiento de todo el estudio, el proceso de datos.  |
| <b>TERMINA</b>   | Termina con la elaboración del informe de estudio de mercado y procedimientos del producto o servicio. |

|  |
|--|
| <b>POLÍTICAS, LINEAMIENTOS O REGLAS</b>        |
| El estudio se realiza en el tiempo establecido |

| SUBPROCESOS   | LÍDER SUBPROCESO | ÁREA            |
|---|------------------|-----------------|
| Estudio de mercado                                  | Egresado         | Grupo académico |
| Análisis de la competencia                          | Alumno           | Grupo académico |
| Realizar los procesos y procedimientos de operación | Alumno           | Grupo académico |



|                    |                   |
|--------------------|-------------------|
| <b>PROVEEDORES</b> | <b>ENTRADAS</b>   |
| Cliente            | Datos del mercado |
| <b>SALIDAS</b>     | <b>CLIENTES</b>   |
| Estudio de mercado | Analista          |

| <b>PROCEDIMIENTOS</b>                         | <b>REGISTROS</b>       |
|---|------------------------|
| Elegir grupo para el estudio de mercado       | Lista de integrantes   |
| Realizar la encuesta o entrevista del estudio | Determinar encuesta    |
| Analizar y procesar la información            | Documento del análisis |
| Investigar la competencia                     | Lista de competencia   |
| Realizar la operación del negocio             | Lista de procesos      |

|  |  |                      |                           |
|--|--|----------------------|---------------------------|
| <b>Nombre Empresa:</b><br>UNIVERSIDAD<br>CESAR VALLEJO | <b>PREPARACIÓN Y<br/>EVALUACIÓN DE<br/>PROYECTOS</b> |                      | <b>CÓDIGO</b>             |
|  |  |                      | GP-006-2016               |
| <b>Elaborado por:</b><br>Olga Luisa Chanamé<br>Mori    | <b>Revisado por:</b>                                 | <b>Aprobado por:</b> | <b>PÁGINA</b>             |
|  |  |                      | <b>Fecha:</b><br>02-10-16 |
|  |  |                      | <b>Revisión:</b><br>01    |

|   |   |
|---|---|
| <b>NOMBRE DEL PROCESO</b>                                   |   |
| Realizar los escenarios de operación                        |   |
| <b>ENCARGADO DEL PROCESO</b>                                |   |
| Jefe de Oficina   |   |
| <b>OBJETIVOS</b>  |   |
| Tener definido que procesos de producción se van a realizar |   |
| <b>ALCANCE</b>  |   |
| <b>EMPIEZA</b>  | El proceso comienza la entrevista con el cliente y dar a conocer la idea de negocio                     |
| <b>INCLUYE</b>  | El seguimiento correspondiente, en los pasos para la elaboración del plan de negocios                   |
| <b>TERMINA</b>  | Termina con la sustentación de todos los pasos del plan de negocio así como de su viabilidad económica. |
| <b>POLÍTICAS, LINEAMIENTOS O REGLAS</b>                     |   |
| Desarrollar los planes de acción alineados a los objetivos. |   |
| Establecer con el cliente el Marco legal de la empresa      |   |

| SUBPROCESOS                                      | LÍDER SUBPROCESO | ÁREA            |
|--|------------------|-----------------|
| Organización y personal estratégico              | Analista         | Grupo académico |
| Establecer los aspectos económicos y financieros | Analista         | Grupo académico |
| Determinar riesgos y estrategias de salida       | Analista         | Grupo académico |



| SUBPROCESOS                                      | LÍDER SUBPROCESO | ÁREA            |
|--|------------------|-----------------|
| Organización y personal estratégico              | Analista         | Grupo académico |
| Establecer los aspectos económicos y financieros | Analista         | Grupo académico |
| Determinar riesgos y estrategias de salida       | Analista         | Grupo académico |
| <b>PROVEEDORES</b>                               |                  | <b>ENTRADAS</b> |
| Estado   |                  | Ley Mype        |
| <b>SALIDAS</b>                                   |                  | <b>CLIENTES</b> |
| Organigrama de la Empresa                        |                  | Cliente         |

### RECURSOS

PC, papel bond, impresiones

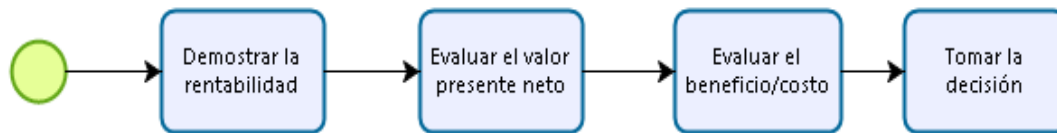


|  |  |                      |                           |
|--|--|----------------------|---------------------------|
| <b>Nombre Empresa:</b><br>UNIVERSIDAD<br>CESAR VALLEJO | <b>PREPARACIÓN Y<br/>EVALUACIÓN DE<br/>PROYECTOS</b> |                      | <b>CÓDIGO</b>             |
|  |  |                      | GP-007-2016               |
| <b>Elaborado por:</b><br>Olga Luisa Chanamé<br>Mori    | <b>Revisado por:</b>                                 | <b>Aprobado por:</b> | <b>PÁGINA</b>             |
|  |  |                      | <b>Fecha:</b><br>02-10-16 |
|  |  |                      | <b>Revisión:</b><br>01    |

|   |   |
|---|---|
| <b>NOMBRE DEL PROCESO</b>   |   |
| Evaluación del proyecto   |   |
| <b>ENCARGADO DEL PROCESO</b>  |   |
| Jefe de Oficina   |   |
| <b>OBJETIVOS</b>  |   |
| Su principal objetivo evaluar si se cumplieron los objetivos propuestos al inicio del proyecto. |   |
| <b>ALCANCE</b>  |   |
| <b>EMPIEZA</b>  | Con la determinación de la inversión inicial necesaria para emprender el negocio, el financiamiento requerido |
| <b>INCLUYE</b>  | La elaboración de los presupuestos, un plan de tesorería  |
| <b>TERMINA</b>  | Con el cálculo de la rentabilidad, el análisis de sensibilidad y el modelo financiero.                        |

|  |
|--|
| <b>POLÍTICAS, LINEAMIENTOS O REGLAS</b>                                |
| Las reuniones se realizarán una vez por semana y comunicado por correo |
| Los formatos deben estar firmados por el especialista.                 |

| <b>SUBPROCESOS</b>             | <b>LÍDER SUBPROCESO</b> | <b>ÁREA</b>     |
|--------------------------------|-------------------------|-----------------|
| Demostrar la rentabilidad      | Especialista            | Grupo académico |
| Evaluar el valor presente neto | Especialista            | Grupo académico |
| Evaluar el beneficio/costo     | Especialista            | Grupo académico |
| Tomar la decisión              | Cliente y Especialista  | Grupo académico |



|  |                   |
|--|-------------------|
| <b>PROVEEDORES</b>                                 | <b>ENTRADAS</b>   |
| Informe  | Estudio de costos |
| <b>SALIDAS</b>                                     | <b>CLIENTES</b>   |
| Presupuesto, plan de tesorería y modelo financiero | Cliente           |

|   |                              |
|---|------------------------------|
| <b>PROCEDIMIENTOS</b>                           | <b>REGISTROS</b>             |
| Determinación de la inversión inicial necesaria | Formato de inversión inicial |
| Elaboración de los presupuestos                 | Formato de presupuestos      |
| Elaborar el plan de tesorería                   | Plan de tesorería            |
| Elaborar balance de situación                   | Balance                      |

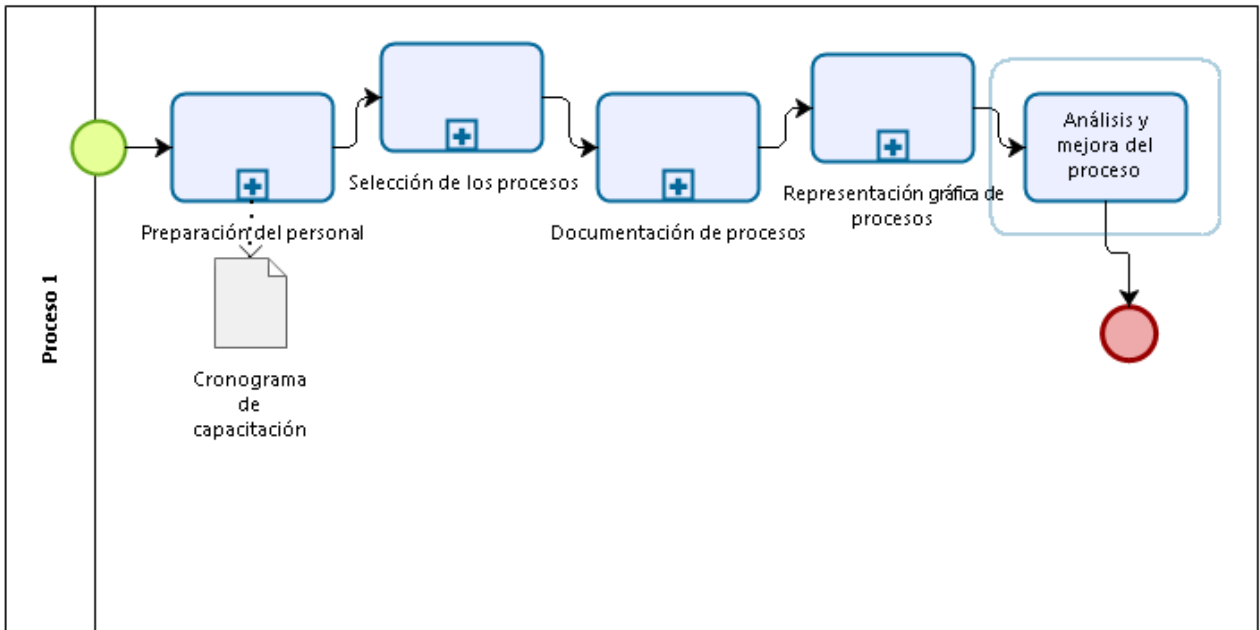
|                       |
|-----------------------|
| <b>RECURSOS</b>       |
| PC, web. Especialista |

## B. Diseño de procesos

La gestión de procesos se llevará a cabo con la siguiente metodología (LUJÁN Garcia, y otros, 2008).

Se realizan el diseño y/o rediseño organizacional por dos razones fundamentales: la necesidad o compromiso de la dirección y los miembros de la organización con el proceso de cambio.

Iniciando el proceso con la preparación del personal y culminando con el análisis y mejora del proceso, como se explica a continuación:



- a. Preparación del personal consiste en la creación de las condiciones y/o el establecimiento de los compromisos del quipo la propia organización que participará en el diseño, formando el equipo

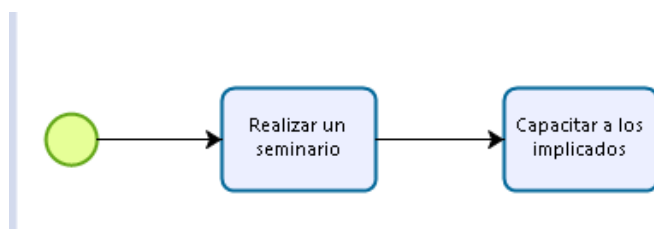
Para la selección de procesos se determina como se organizan los recursos alrededor del producto para conseguir implementar la estrategia de la organización.

|  |                           |                      |                           |
|--|---------------------------|----------------------|---------------------------|
| <b>Nombre Empresa:</b><br>UNIVERSIDAD<br>CESAR VALLEJO | <b>DISEÑO DE PROCESOS</b> |                      | <b>CÓDIGO</b>             |
|  |                           |                      | GP-008-2016               |
| <b>Elaborado por:</b><br>Olga Luisa Chanamé<br>Mori    | <b>Revisado por:</b>      | <b>Aprobado por:</b> | <b>PÁGINA</b>             |
|  |                           |                      | <b>Fecha:</b><br>02-10-16 |
|  |                           |                      | <b>Revisión:</b><br>01    |

|   |   |
|---|---|
| <b>NOMBRE DEL PROCESO</b>   |   |
| Preparación del personal  |   |
| <b>ENCARGADO DEL PROCESO</b>  |   |
| <b>Jefe de Oficina</b>  |   |
| <b>OBJETIVOS</b>  |   |
| Sensibilizar a las personas que van a realizar el cambio de la organización hacia un rediseño basado en la gestión por procesos |   |
| <b>ALCANCE</b>  |   |
| <b>EMPIEZA</b>  | El proceso inicia con la formación del equipo de trabajo                        |
| <b>INCLUYE</b>  | El conocimiento de todos los miembros de la organización,                       |
| <b>TERMINA</b>  | Dando a conocer el resultado de la etapa, nombrándose al coordinador del equipo |

|   |  |
|---|--|
| <b>POLÍTICAS, LINEAMIENTOS, REGLAS</b>                    |  |
| El equipo estará integrado por personal de la empresa     |  |
| El equipo no debe estar formado por más de siete miembros |  |
| El coordinador será un miembro del grupo académico.       |  |

| SUBPROCESOS   | LÍDER SUBPROCESO | ÁREA            |
|---|------------------|-----------------|
| Realizar un seminario con los miembros de la empresa sobre Gestión por procesos | Seminario        | Grupo académico |
| Capacitación a los implicados en el trabajo                                     | Capacitación     | Grupo académico |



|                    |                            |
|--------------------|----------------------------|
| <b>PROVEEDORES</b> | <b>ENTRADAS</b>            |
| MYPE               | Diagrama actual de proceso |
| MYPE               | Información de la MYPE     |
| <b>SALIDAS</b>     | <b>CLIENTES</b>            |

|  |  |
|--|--|
| Lista de equipo de trabajo y características | Grupo académico                        |
| Cronograma de capacitación                   | Grupo académico y trabajadores de Mype |
| Fecha y hora del seminario                   | Grupo académico y trabajadores de Mype |

| PROCEDIMIENTOS                         | REGISTROS                                      |
|--|--|
| Realizar la reunión con la Mype        | Documento de realizada la reunión              |
| Elaborar el equipo de trabajo          | Lista de equipo de trabajo                     |
| Elaborar cronograma de seminario       | Documento de fecha y hora del seminario        |
| Elaborar el cronograma de capacitación | . Documento de fecha y hora de la capacitación |

| RECURSOS                                       |
|--|
| Pc, hojas bond, expositor, folletos, programas |

| INDICADORES              | FORMA DE CÁLCULO   | PERIODICIDAD               | RESPONSABLE DE LA MEDICIÓN |
|--------------------------|--|----------------------------|----------------------------|
| Asistencia               | $\%As = (N \text{ Personad Asistieron} / N \text{ Personas Convocadas}) * 100$ | Después de la capacitación | Especialista en procesos   |
| Porcentaje de aprobación | $\%Ap. = (Personas aprobadas / personas que asistieron al curso) * 100$        | Después de la capacitación |                            |

b. Selección de los procesos, como bases de diseño y/o rediseño

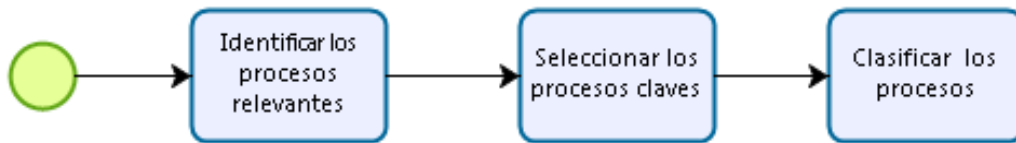
En esta etapa se seleccionan los procesos relevantes y claves de la organización, que se propone la organización y se finaliza con la clasificación de estos.

|  |                           |                      |                           |
|--|---------------------------|----------------------|---------------------------|
| <b>Nombre Empresa:</b><br>UNIVERSIDAD<br>CESAR VALLEJO | <b>Diseño de procesos</b> |                      | <b>CÓDIGO</b>             |
|  |                           |                      | GP-009-2016               |
| <b>Elaborado por:</b><br>Olga Luisa Chanamé<br>Mori    | <b>Revisado por:</b>      | <b>Aprobado por:</b> | <b>PÁGINA</b>             |
|  |                           |                      | <b>Fecha:</b><br>02-10-16 |
|  |                           |                      | <b>Revisión:</b><br>01    |

|   |   |
|---|---|
| <b>NOMBRE DEL PROCESO</b>                                     |   |
| Selección de los procesos, como bases de diseño y/o rediseño  |   |
| <b>ENCARGADO DEL PROCESO</b>                                  |   |
| Egresado  |   |
| <b>OBJETIVOS</b>  |   |
| Seleccionar los procesos relevantes y claves y clasificarlos. |   |
| <b>ALCANCE</b>  |   |
| <b>EMPIEZA</b>  | Al identificar los procesos globales de acuerdo a los clientes y/ naturaleza de sus actividades y estrategia. |
| <b>INCLUYE</b>  | Nombrar cada proceso que se propone en la organización.   |
| <b>TERMINA</b>  | Se finaliza con la clasificación de los procesos que se proponen.   |

|  |  |
|--|--|
| <b>POLÍTICAS, LINEAMIENTOS, REGLAS</b>   |  |
| Para la selección de los procesos utilizar el método Delphi                        |  |
| El nombre a cada proceso debe ser representativo de lo que se pretende representar |  |
| Se deben identificar los procesos que valoren valor l producto.                    |  |
| Se recomienda que el número de procesos oscile entre 10 o 25.                      |  |

| SUBPROCESOS                               | LÍDER SUBPROCESO | ÁREA            |
|---|------------------|-----------------|
| Identificación de los procesos relevantes | Analista         | Grupo académico |
| Selección de los procesos claves          | Capacitación     | Grupo académico |
| Clasificación de los procesos             | Especialista     | Grupo académico |



| PROVEEDORES                      | ENTRADAS                   |
|----------------------------------|----------------------------|
| Encargado de Mype                | Diagrama actual de proceso |
| Trabajadores de la Mype          | Información de la Mype     |
| SALIDAS                          | CLIENTES                   |
| La clasificación de los procesos | Grupo académico            |

| PROCEDIMIENTOS   | REGISTROS   |
|--|---|
| Seleccionar todos los procesos del negocio   | Lista de procesos                                   |
| Escoger procesos claves según enfoque: selección gerencial, con información, ponderado de selección, repercusión en el cliente | Matriz de impacto del producto/objetivo estratégico |

| RECURSOS                                       |
|--|
| Pc, hojas bond, expositor, folletos, programas |

| INDICADORES | FORMA DE CÁLCULO | PERIODICIDAD | RESPONSABLE DE LA MEDICIÓN |
|-------------|------------------|--------------|----------------------------|
|             |                  |              |                            |

|                          |  |                            |                    |
|--------------------------|--|----------------------------|--------------------|
| Asistencia               | $\%As = (N \text{ Personad Asistieron} / N \text{ Personas Convocadas}) * 100$       | Después de la capacitación | Jefe de la Oficina |
| Porcentaje de aprobación | $\%Ap = (\text{Personas aprobadas} / \text{personas que asistieron al curso}) * 100$ | Después de la capacitación | Jefe de la Oficina |

c. Documentación del proceso

En esta etapa se realiza la documentación del proceso mediante la elaboración de la ficha del proceso. Incluye la selección de los responsables de procesos, la definición de los límites, las personas que participan en el proceso.

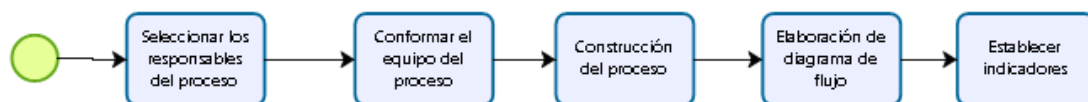
|  |                           |                      |                           |
|--|---------------------------|----------------------|---------------------------|
| <b>Nombre Empresa:</b><br>UNIVERSIDAD<br>CESAR VALLEJO | <b>Diseño de procesos</b> |                      | <b>CÓDIGO</b>             |
|  |                           |                      | GP-10-2016                |
|  |                           |                      | <b>PÁGINA</b>             |
| <b>Elaborado por:</b><br>Olga Luisa Chanamé<br>Mori    | <b>Revisado por:</b>      | <b>Aprobado por:</b> | <b>Fecha:</b><br>02-10-16 |
|  |                           |                      | <b>Revisión:</b><br>01    |



| <b>NOMBRE DEL PROCESO</b>  |  |
|--|--|
| Documentación del proceso  |  |
| <b>ENCARGADO DEL PROCESO</b>   |  |
| Alumno especialista  |  |
| <b>OBJETIVOS</b>   |  |
| Elaborar todo lo referido a la documentación del proceso, constituir la ficha del proceso. |  |
| <b>ALCANCE</b>   |  |
| <b>EMPIEZA</b>   | Al identificar los procesos globales de acuerdo a los clientes y/ naturaleza de sus actividades y estrategia.  |
| <b>INCLUYE</b>   | La elaboración de la ficha del proceso, la selección de los responsables e procesos , la definición de los límites, las personas que participara en el proceso |
| <b>TERMINA</b>   | En otorgar el documento por proceso seleccionado   |

| <b>POLÍTICAS, LINEAMIENTOS, REGLAS DE NEGOCIO</b>   |  |
|---|--|
| Los documentos deben estar firmados por el especialista   |  |
| Se debe contar con la información por parte de la Mype  |  |
| El coordinador será un miembro del grupo académico.   |  |
| Los responsables son seleccionados por el grupo académico   |  |
| El responsable del proceso junto con el grupo académico son los encargados de definir los límites del proceso, dónde dar comienzo y dónde terminarlo. |  |

| <b>SUBPROCESOS</b>   | <b>LÍDER SUBPROCESO</b>       | <b>ÁREA</b>      |
|--|-------------------------------|------------------|
| Seleccionar los responsables de los procesos                         | Encargado de recursos humanos | Recursos humanos |
| Conformar el equipo del proceso                                      | Analista                      | Grupo académico  |
| Construcción del proceso   | Egresado                      | Grupo académico  |
| Elaboración de diagrama de flujo y análisis de valor añadido         | Alumno especialista           | Grupo académico  |
| Establecer indicadores para la mejora y para la gestión por procesos | Analista                      | Grupo académico  |



| <b>PROVEEDORES</b>                           | <b>ENTRADAS</b>                        |
|--|--|
| Mype   | Diagrama actual de proceso             |
| Mype   | Información de la Mype                 |
| <b>SALIDAS</b>                               | <b>CLIENTES</b>                        |
| Lista de equipo de trabajo y características | Grupo académico                        |
| Cronograma de capacitación                   | Grupo académico y trabajadores de Mype |
| Fecha y hora del seminario                   | Grupo académico y trabajadores de Mype |

| <b>PROCEDIMIENTOS</b>                  | <b>REGISTROS</b>                               |
|--|--|
| Realizar la reunión con la Mype        | Documento de realizada la reunión              |
| Elaborar el equipo de trabajo          | Lista de equipo de trabajo                     |
| Elaborar cronograma de seminario       | Documento de fecha y hora del seminario        |
| Elaborar el cronograma de capacitación | . Documento de fecha y hora de la capacitación |

| <b>RECURSOS</b>                                |
|--|
| Pc, hojas bond, expositor, folletos, programas |

| <b>INDICADORES</b> | <b>FORMA DE CÁLCULO</b> | <b>PERIODICIDAD</b> | <b>RESPONSABLE DE LA MEDICIÓN</b> |
|--------------------|-------------------------|---------------------|-----------------------------------|
|                    |                         |                     |                                   |

|                          |  |                            |          |
|--------------------------|--|----------------------------|----------|
| Asistencia               | $\%As = (N \text{ Personas Asistieron} / N \text{ Personas Convocadas}) * 100$       | Después de la capacitación | Analista |
| Porcentaje de aprobación | $\%Ap = (\text{Personas aprobadas} / \text{personas que asistieron al curso}) * 100$ | Después de la capacitación | Analista |

d. Representación gráfica global de los procesos.

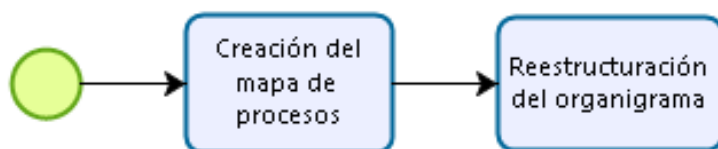
Una vez efectuada la identificación y organización de los procesos con su documentación surge la necesidad de definir una estructura de forma tal que facilite la determinación e interpretación de las interrelaciones existentes entre los mismos

|  |                           |                      |                           |
|--|---------------------------|----------------------|---------------------------|
| <b>Nombre Empresa:</b><br>UNIVERSIDAD<br>CESAR VALLEJO | <b>Diseño de procesos</b> |                      | <b>CÓDIGO</b>             |
|  |                           |                      | GP-11-2016                |
|  |                           |                      | <b>PÁGINA</b>             |
| <b>Elaborado por:</b><br>Olga Luisa Chanamé<br>Mori    | <b>Revisado por:</b>      | <b>Aprobado por:</b> | <b>Fecha:</b><br>02-10-16 |
|  |                           |                      | <b>Revisión:</b><br>01    |

|   |   |
|---|---|
| <b>NOMBRE DEL PROCESO</b>                                     |   |
| Representación gráfica global de los procesos                 |   |
| <b>ENCARGADO DEL PROCESO</b>                                  |   |
| Egresado  |   |
| <b>OBJETIVOS</b>  |   |
| Seleccionar los procesos relevantes y claves y clasificarlos. |   |
| <b>ALCANCE</b>  |   |
| <b>EMPIEZA</b>  | Al identificar los procesos globales de acuerdo a los clientes y/ naturaleza de sus actividades y estrategia. |
| <b>INCLUYE</b>  | Nombrar cada proceso después del análisis   |
| <b>TERMINA</b>  | Con la representación en Bizagi   |

|   |  |
|---|--|
| <b>POLÍTICAS, LINEAMIENTOS, REGLAS</b>                    |  |
| El equipo estará integrado por personal de la empresa     |  |
| El equipo no debe estar formado por más de siete miembros |  |
| El coordinador será un miembro del grupo académico.       |  |

| SUBPROCESOS                                  | LÍDER SUBPROCESO | ÁREA            |
|--|------------------|-----------------|
| Creación del mapa de procesos                | Especialista     | Grupo académico |
| Reestructuración del organigrama empresarial | Especialista     | Grupo académico |



| PROVEEDORES | ENTRADAS                   |
|-------------|----------------------------|
| Mype        | Diagrama actual de proceso |
| Mype        | Información de la Mype     |

| <b>SALIDAS</b>                               | <b>CLIENTES</b>                        |
|--|--|
| Lista de equipo de trabajo y características | Grupo académico                        |
| Cronograma de capacitación                   | Grupo académico y trabajadores de MYPE |
| Fecha y hora del seminario                   | Grupo académico y trabajadores de MYPE |

| <b>PROCEDIMIENTOS</b>                  | <b>REGISTROS</b>                               |
|--|--|
| Realizar la reunión con la MYPE        | Documento de realizada la reunión              |
| Elaborar el equipo de trabajo          | Lista de equipo de trabajo                     |
| Elaborar cronograma de seminario       | Documento de fecha y hora del seminario        |
| Elaborar el cronograma de capacitación | . Documento de fecha y hora de la capacitación |

| <b>RECURSOS</b>                            |
|--|
| Pc. Programa Bizagi, hojas bond, impresión |

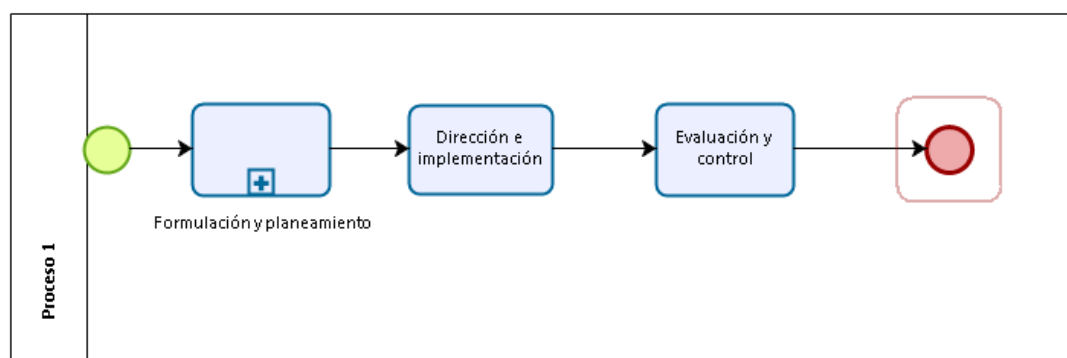
| <b>INDICADORES</b>       | <b>FORMA DE CÁLCULO</b>  | <b>PERIODICIDAD</b>        | <b>RESPONSABLE DE LA MEDICIÓN</b> |
|--------------------------|--|----------------------------|-----------------------------------|
| Asistencia               | $\%As = (N \text{ Personad Asistieron} / N \text{ Personas Convocadas}) * 100$ | Después de la capacitación | Especialista                      |
| Porcentaje de aprobación | $\%Ap = (Personas aprobadas / personas que asistieron al curso) * 100$         | Después de la capacitación | Especialista                      |

### C. Planeamiento estratégico

Para realizar el plan estratégico se tendrá como fundamento (D´ALESSIO Ipinza, 2013)

Un proceso estratégico es un conjunto y secuencia de actividades que se usa para alcanzar la visión trazada para la organización, ayudándola a proyectarse en el futuro, requiriendo un análisis exhaustivo y minucioso del entorno y de la competencia.

El proceso de planeamiento inicia con la formulación y planeamiento, culminando con la evaluación y control.



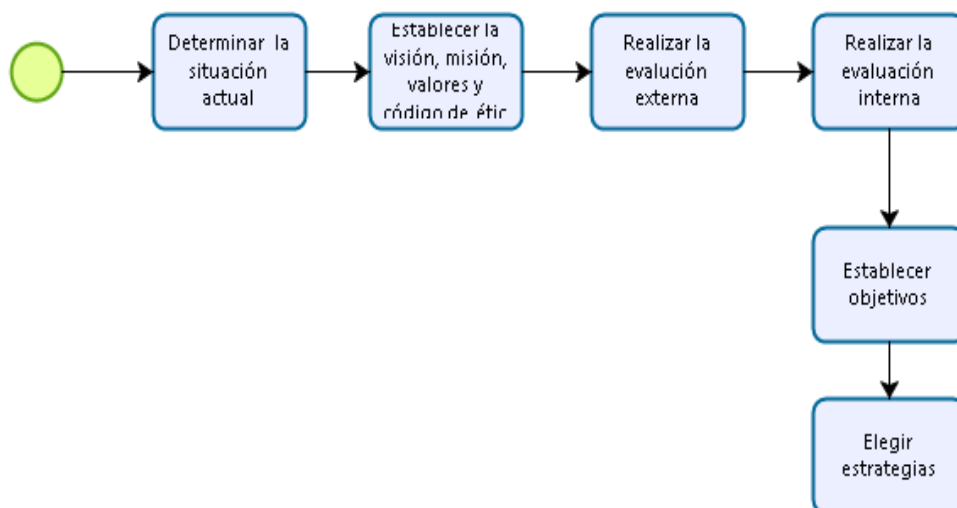
- a. La formulación es la primera etapa, puesto que se debe pensar en el futuro y planear estratégicamente para otorgar posibilidades de sobrevivir, enunciándose en un conjunto de cuatro componentes fundamentales: visión, misión, valores, códigos de ética.

|  |                                     |                      |                           |
|--|-------------------------------------|----------------------|---------------------------|
| <b>Nombre Empresa:</b><br>UNIVERSIDAD<br>CESAR VALLEJO | <b>PLANEAMIENTO<br/>ESTRATÉGICO</b> |                      | <b>CÓDIGO</b>             |
|  |                                     |                      | GP-12-2016                |
| <b>Elaborado por:</b><br>Olga Luisa Chanamé<br>Mori    | <b>Revisado por:</b>                | <b>Aprobado por:</b> | <b>PÁGINA</b>             |
|  |                                     |                      | <b>Fecha:</b><br>02-10-16 |
|  |                                     |                      | <b>Revisión:</b><br>01    |

|   |  |
|---|--|
| <b>NOMBRE DEL PROCESO</b>                                   |  |
| Formulación y planeamiento                                  |  |
| <b>ENCARGADO DEL PROCESO</b>                                |  |
| Analista  |  |
| <b>OBJETIVOS</b>  |  |
| Brindar el reporte del entorno e intorno de la organización |  |
| <b>ALCANCE</b>  |  |
| <b>EMPIEZA</b>  | Con la descripción actual y general de la empresa, para preparar un marco conceptual, se efectúa un trabajo de investigación |
| <b>INCLUYE</b>  | La evaluación incluye determinar la visión, misión, valores y códigos de ética, elegir las estrategias y evaluarlas.         |
| <b>TERMINA</b>  | Con la elección de la mejor estrategia para alcanzar la visión esperada de la organización.                                  |

|   |  |
|---|--|
| <b>POLÍTICAS, LINEAMIENTOS O REGLAS</b>   |  |
| Es relevante la calidad de la información   |  |
| Los miembros de la Mype deben dar toda la información solicitada                                |  |
| Se presenta una lista de los principales aspectos a tratar                                      |  |
| La data presentada debe ser argumentada, referenciada y documentada por el encargado de la Mype |  |
| Se deberá trabajar en forma ética, respetando la confidencialidad de la información             |  |

| <b>SUBPROCESOS</b>                                      | <b>LÍDER SUBPROCESO</b> | <b>ÁREA</b>     |
|---|-------------------------|-----------------|
| Determinar la situación actual                          | Analista                | Grupo académico |
| Establecer la visión, misión, valores y código de ética | Egresado                | Grupo académico |
| Realizar la evaluación externa                          | Analista                | Grupo académico |
| Realizar la evaluación interna                          | Analista                | Grupo académico |
| Establecer los objetivos                                | Analista                | Grupo académico |
| Elegir estrategias                                      | Analista                | Grupo académico |



| <b>PROVEEDORES</b>   | <b>ENTRADAS</b>  |
|--|--|
| Analista   | Matriz de interés nacional<br>Matriz de Evaluación de factores externos<br>Matriz del perfil competitivo<br>Matriz del perfil referencial<br>Matriz de evaluación de factores internos<br>Matriz de intereses organizacionales |
| <b>SALIDAS</b>   | <b>CLIENTES</b>  |
| Matriz foda<br>Matriz de la posición estratégica y evaluación de la acción<br>Matriz de Boston consulting group<br>Matriz interna-externa<br>Matriz de gran estrategia | Jefe de la Oficina   |



| <b>PROCEDIMIENTOS</b>           | <b>REGISTROS</b>                  |
|---------------------------------|-----------------------------------|
| Realizar la reunión con la Mype | Documento de realizada la reunión |
| Elaborar el equipo de trabajo   | Lista de equipo de trabajo        |

b. Dirección e implementación

En este paso en este proceso es la puesta en marcha de los lineamientos estratégicos identificados, y afrontar el reto de ejecutar las estrategias retenidas para la organización

|  |                                     |                      |                           |
|--|-------------------------------------|----------------------|---------------------------|
| <b>Nombre Empresa:</b><br>UNIVERSIDAD<br>CESAR VALLEJO | <b>PLANEAMIENTO<br/>ESTRATÉGICO</b> |                      | <b>CÓDIGO</b>             |
|  |                                     |                      | GP-13-2016                |
| <b>Elaborado por:</b><br>Olga Luisa Chanamé<br>Mori    | <b>Revisado por:</b>                | <b>Aprobado por:</b> | <b>PÁGINA</b>             |
|  |                                     |                      | <b>Fecha:</b><br>02-10-16 |
|  |                                     |                      | <b>Revisión:</b><br>01    |

|  |  |
|--|--|
| <b>NOMBRE DEL PROCESO</b>  |  |
| Dirección e implementación   |  |
| <b>ENCARGADO DEL PROCESO</b>   |  |
| Analista   |  |
| <b>OBJETIVOS</b>   |  |
| Es la puesta en marcha de los lineamientos estratégicos identificados ejecutar las estratégicas retenidas para la organización |  |
| <b>ALCANCE</b>   |  |
| <b>EMPIEZA</b>   | Con la puesta en marcha de los lineamientos estratégicos identificados                     |
| <b>INCLUYE</b>   | Los pasos a seguir para alcanzar la visión establecida en el contexto que desea participar |
| <b>TERMINA</b>   | Con la puesta en marcha del proceso estratégico.   |

|   |  |
|---|--|
| <b>POLÍTICAS, LINEAMIENTOS O REGLAS</b>                                     |  |
| Definir los pasos a seguir para alcanzar la visión.                         |  |
| Se debe tener claro el proceso de formulación e identificación del producto |  |

| <b>SUBPROCESOS</b>           | <b>LÍDER SUBPROCESO</b> | <b>ÁREA</b>     |
|------------------------------|-------------------------|-----------------|
| Puesta en marcha estratégica | Analista                | Grupo académico |

| <b>PROVEEDORES</b>  | <b>ENTRADAS</b>                                      |
|---|--|
| MYPE  | Asignación de recursos.<br>Estructura organizacional |
| <b>SALIDAS</b>  | <b>CLIENTES</b>                                      |
| Objetivos de corto plazo<br><br>Políticas<br><br>Recursos<br><br>Estructura de la organización<br><br>Estrategias por áreas | Cliente  |

| <b>PROCEDIMIENTOS</b>                       | <b>REGISTROS</b>                  |
|---|-----------------------------------|
| Realizar la reunión con la Mype             | Documento de realizada la reunión |
| Planear la gestión del cambio               |                                   |
| Desarrollar e integrar los planes de acción |                                   |

| <b>RECURSOS</b>           |
|---------------------------|
| Pc, hojas bond, impresión |

c. Control y evaluación

Es un proceso que se manifiesta permanentemente, especialmente porque la intensidad y frecuencia de los cambios en el entorno, la competencia y la demanda provocan la necesidad de un planeamiento estratégico dinámico.

|  |                                     |                      |                           |
|--|-------------------------------------|----------------------|---------------------------|
| <b>Nombre Empresa:</b><br>UNIVERSIDAD<br>CESAR VALLEJO | <b>PLANEAMIENTO<br/>ESTRATÉGICO</b> |                      | <b>CÓDIGO</b>             |
|  |                                     |                      | GP-14-2016                |
| <b>Elaborado por:</b><br>Olga Luisa Chanamé<br>Mori    | <b>Revisado por:</b>                | <b>Aprobado por:</b> | <b>PÁGINA</b>             |
|  |                                     |                      | <b>Fecha:</b><br>02-10-16 |
|  |                                     |                      | <b>Revisión:</b><br>01    |

|  |   |
|--|---|
| <b>NOMBRE DEL PROCESO</b>                                  |   |
| Evaluación y control                                       |   |
| <b>ENCARGADO DEL PROCESO</b>                               |   |
| Especialista   |   |
| <b>OBJETIVOS</b>   |   |
| Efectuar durante todo el proceso para la retroalimentación |   |
| <b>ALCANCE</b>   |   |
| <b>EMPIEZA</b>   | Después de la primera fase se realiza la evaluación y control para realizar algunos ajustes.  |
| <b>INCLUYE</b>   | Revisar todos los entregables anteriores para hacer una evaluación externa , luego se hace una evaluación interna y se modifica lo observado, luego se hacen las auditorias y se reajusta |
| <b>TERMINA</b>   | Con la conclusión del planeamiento estratégico para cerrar la brecha entre lo planeado y lo ejecutado   |

|  |  |
|--|--|
| <b>POLÍTICAS, LINEAMIENTOS O REGLAS</b>  |  |
| Se efectúa durante todo el proceso   |  |
| Pueden participar todos los miembros de la empresa   |  |
| Los entregables pueden ajustarse en el momento que se requiera previa aceptación del especialista. |  |
| El ente evaluador de las auditorias debe ser externo.  |  |

| <b>SUBPROCESOS</b>   | <b>LÍDER SUBPROCESO</b> | <b>ÁREA</b>     |
|----------------------|-------------------------|-----------------|
| Revisión estratégica | Especialista            | Grupo académico |

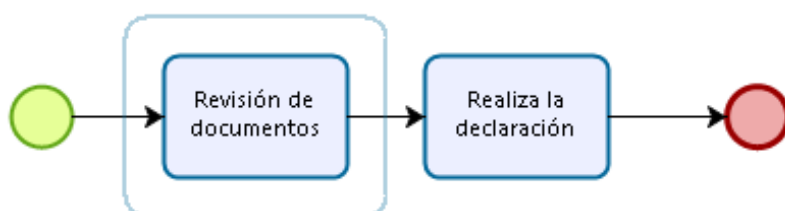
| <b>PROVEEDORES</b> | <b>ENTRADAS</b>   |
|--------------------|---|
| Analista           | Matrices elaboradas<br>Estrategias de la organización<br>Planes operacionales |
| <b>SALIDAS</b>     | <b>CLIENTES</b>   |

|                    |         |
|--------------------|---------|
| Balance scord card | Cliente |
|--------------------|---------|

| PROCEDIMIENTOS              | REGISTROS   |
|-----------------------------|---|
| Revisión externa e interna  | Matrices elaboradas   |
| La evaluación del desempeño | Medición y comparación el funcionamiento de la organización |
| Las acciones correctivas    | Lista de cambios realizados                                 |
| Las auditorías              | Logro de objetivos planeados                                |

| RECURSOS                  |
|---------------------------|
| Pc. hojas bond, impresión |

#### D. Asesoría contable y tributaria



|  |   |                      |                           |
|--|---|----------------------|---------------------------|
| <b>Nombre Empresa:</b><br>UNIVERSIDAD<br>CESAR VALLEJO | <b>ASESORÍA CONTABLE Y<br/>TRIBUTARIA</b> |                      | <b>CÓDIGO</b>             |
|  |   |                      | GP-15-2016                |
| <b>Elaborado por:</b><br>Olga Luisa Chanamé<br>Mori    | <b>Revisado por:</b>                      | <b>Aprobado por:</b> | <b>PÁGINA</b>             |
|  |   |                      | <b>Fecha:</b><br>02-10-16 |
|  |   |                      | <b>Revisión:</b><br>01    |

|   |  |
|---|--|
| <b>NOMBRE DEL PROCESO</b>   |  |
| Entrada de la información   |  |
| <b>ENCARGADO DEL PROCESO</b>  |  |
| Especialista  |  |
| <b>OBJETIVOS</b>  |  |
| La recolección de soportes que faciliten la elaboración de la contabilidad en un período contable |  |
| <b>ALCANCE</b>  |  |
| <b>EMPIEZA</b>  | Con el reconocimiento de las políticas contables, los soportes internos, externos  |
| <b>INCLUYE</b>  | El comprobante de contabilidad, la revisión de libro diario, libros auxiliares, libro mayor y de balances, y el control de existencias |
| <b>TERMINA</b>  | Con la verificación del estado de situación financiera de comprobación de saldos   |

|  |
|--|
| <b>POLÍTICAS, LINEAMIENTOS O REGLAS</b>  |
| Los comprobantes internos y externos deben entregarse debidamente al especialista a cargo. |

|  |  |
|--|--|
| <b>PROVEEDORES</b>                             | <b>ENTRADAS</b>  |
| La empresa                                     | Documentos de soportes internos y externos( compras, ventas, producción, cierre de ejercicio, facturas, comprobantes, nóminas) |
| <b>SALIDAS</b>                                 | <b>CLIENTES</b>  |
| Registro de todos los documentos de la empresa | Cliente  |

|                                 |                                   |
|---------------------------------|-----------------------------------|
| <b>PROCEDIMIENTOS</b>           | <b>REGISTROS</b>                  |
| Realizar la reunión con la Mype | Documento de realizada la reunión |

|                                      |                      |
|--------------------------------------|----------------------|
| Entrega de documentos a especialista | Documentos contables |
| Verificación de documentos           | Documentos contables |

|                 |
|-----------------|
| <b>RECURSOS</b> |
| Pc. Hojas bond  |

|  |   |                      |                           |
|--|---|----------------------|---------------------------|
| <b>Nombre Empresa:</b><br>UNIVERSIDAD<br>CESAR VALLEJO | <b>ASESORÍA CONTABLE Y<br/>TRIBUTARIA</b> |                      | <b>CÓDIGO</b>             |
|  |   |                      | GP-16-2016                |
|  |   |                      | <b>PÁGINA</b>             |
| <b>Elaborado por:</b><br>Olga Luisa Chanamé<br>Mori    | <b>Revisado por:</b>                      | <b>Aprobado por:</b> | <b>Fecha:</b><br>02-10-16 |
|  |   |                      | <b>Revisión:</b><br>01    |

|  |   |
|--|---|
| <b>NOMBRE DEL PROCESO</b>                |   |
| Procesar la información                  |   |
| <b>ENCARGADO DEL PROCESO</b>             |   |
| Especialista                             |   |
| <b>OBJETIVOS</b>                         |   |
| Analizar todos los documentos entregados |   |
| <b>ALCANCE</b>                           |   |
| <b>EMPIEZA</b>                           | Con el ordenamiento homogéneo de todos los documentos   |
| <b>INCLUYE</b>                           | El análisis de las forma de todas las operaciones contenidas en cada soporte, resumiendo todos os soportes que contienen operaciones comunes en el comprobante de contabilidad de forma detallada en cada cuenta principal. |
| <b>TERMINA</b>                           | Con este proceso de la hoja de trabajo y sus registros en libros culmina la elaboración del estado de situación financiera [balance general] y del estado del resultado integral.   |

|  |
|--|
| <b>POLÍTICAS, LINEAMIENTOS O REGLAS</b>  |
| Los comprobantes internos y externos deben entregarse debidamente al especialista a cargo. |

|                    |                 |
|--------------------|-----------------|
| <b>PROVEEDORES</b> | <b>ENTRADAS</b> |
|--------------------|-----------------|

|   |  |
|---|--|
| La Mype o encargado de la contabilidad  | Documentos internos y externos de la empresa |
| <b>SALIDAS</b>  | <b>CLIENTES</b>                              |
| Comprobante diario<br>Libros auxiliares y libros principales<br>Estados financieros y estados comparados<br>Indicadores financieros | La mype                                      |

|                                 |                                   |
|---------------------------------|-----------------------------------|
| <b>PROCEDIMIENTOS</b>           | <b>REGISTROS</b>                  |
| Realizar la reunión con la Mype | Documento de realizada la reunión |

|                           |
|---------------------------|
| <b>RECURSOS</b>           |
| Pc, hojas bond, impresión |

### **3. Proyecto de inversión**

#### **3.1 Definición del problema**

##### **3.1.1 El proceso de definición:**

En la descripción del problema podemos detallar la importancia y necesidad de gestionar el desarrollo del potencial emprendedor del alumnado de las diferentes carreras profesionales de la Universidad César Vallejo, así como la existencia de MYPE en Chiclayo carecen de adecuados servicios de desarrollo empresarial, proyectando a esta oficina como una alternativa de acción que permita: canalizar una vinculación más efectiva entre la universidad y el medio empresarial, a la vez de concebirla como una de las estrategias para cumplir con la visión institucional de compromiso con el desarrollo económico y social del país dentro de un proyecto de responsabilidad social.

##### **3.1.2 Los beneficiarios**

- A. La Universidad César Vallejo es una empresa identificada con Personería Jurídica y RUC 20164113532 con filiales en Piura, Chiclayo, Trujillo, Chimbote, Lima, Tarapoto, debidamente representada por el Sr. Raúl Valencia Medina
- B. Las MYPE localizadas en el Distrito de Chiclayo que se encuentran actualmente legalizadas en SUNAT del sector de comercio, servicios e industrias.
- C. Los estudiantes registrados hasta el período 2016-I de la Universidad César Vallejo Filial Chiclayo.
- D. Los Egresados de la Escuela de Ingeniería Empresarial.

##### **3.1.3 Entidad ejecutora**

- A. Historia de la Universidad César Vallejo

La empresa que estará a cargo de este proyecto será la Universidad César Vallejo Filial Chiclayo cuya razón social es Universidad Cesar Vallejo S.A.C  
Historia de la organización:



La Universidad César Vallejo empieza a gestar su creación a partir de la iniciativa presentada ante el Parlamento Nacional, a finales de 1988, por la Asociación Civil Ingeniería, presidida por el Doctor César Acuña Peralta; organización con sede en la ciudad de Trujillo y registrada como persona jurídica en el tomo 12, folio 231, asiento 1, partida LVIII, del Registro de Asociaciones de La Libertad.

La iniciativa presentada es hecha suya por la representación parlamentaria liberteña, quienes, con fecha 14 de diciembre de 1988, presentan ante la Cámara de Diputados el Proyecto de Ley 2209, el mismo que es derivado a la Comisión de Educación y Cultura para su estudio y dictamen. La Comisión requiere, entonces, a la Asamblea Nacional de Rectores la evaluación pertinente del proyecto de creación.

La necesidad de atender los requerimientos y demandas educativas de la comunidad hace que la Universidad dé inicio al funcionamiento de la Universidad César Vallejo – Chiclayo, aprobando en la Región Lambayeque un 17 de diciembre 2004 mediante Resolución N° 025-2004-ANR. Su Fundador es el Ingeniero César Acuña Peralta quien tiene la vocación y la visión de mejorar la Educación Superior. UCV Campus Chiclayo se convirtió así en la segunda filial Vallejiana en el país.

En abril del año 2005 inició su funcionamiento en ambientes prestados de la Universidad Señor de Sipán. Siendo su primer director ejecutivo Mg. Jorge Luján. Con carreras de Educación Inicial, Educación Primaria, Educación en Idiomas, Turismo y Negocios Internacionales, Ingeniería Civil, Ingeniería Mecánica, Ciencias de la Comunicación.

El 07 de Julio del 2006 se coloca la Primera Piedra del nuevo campus de la UCV Chiclayo, con un área total de 29,332.00 m<sup>2</sup> en el kilómetro 3.5 de la carretera a Pimentel.

El 05 de septiembre del 2008 se inaugura un edificio de tres pisos con 18 aulas, un pabellón de servicios administrativos y un ambiente destinado para auditorio. Inicia con las carreras de Educación Inicial, Educación Primaria e Idiomas bajo la Dirección General del Mg, Rafael Moya Rondo. En abril del 2011 se realiza la construcción de dos pisos adicionales para aulas. Se incrementan cinco carreras adicionales vinculadas al desarrollo empresarial y ambiental de nuestra región: Ingeniería Empresarial,

Ingeniería Ambiental, Ingeniería Agronómica, Marketing y Dirección de Empresas y Economía.

En abril del 2012, se incrementan las carreras profesionales que la UCV – Filial Chiclayo brindaba, siendo las nuevas carreras: Administración, Negocios Internacionales.

Ubicación

Carretera Pimentel KM 3.5

## B. Objetivos de la Universidad César Vallejo

### B.1 Objetivos generales:

- a) Lograr un adecuado equilibrio en la satisfacción de las legítimas aspiraciones de los diversos grupos de interés de la escuela, generando un círculo virtuoso de crecimiento y desarrollo sostenible.
- b) Implantar la calidad como eje de la cultura organizacional de la escuela para garantizar la satisfacción de nuestros usuarios
- c) Mejorar el desarrollo del proceso de enseñanza - aprendizaje que responda al perfil del egresado de la escuela profesional y programas de posgrado.
- d) Fortalecer el programa de internacionalización
- e) Promover la investigación a nivel de pregrado y posgrado motivando la creatividad de los estudiantes y docentes, comprometidos con el desarrollo socioeconómico de la región y por ende del país
- f) Desarrollar la extensión y proyección universitaria integrada al proceso de formación profesional, orientada al desarrollo sostenible de la comunidad.
- g) Contribuir al mejoramiento de la calidad de vida y desarrollo humano de los miembros de la escuela socioeconómico de la región y por ende del país
- h) Mejorar la eficiencia de gestión administrativa de la universidad.
- i) Modernizar la infraestructura y equipamiento que requieren los usuarios académicos y administrativos
- j) Asegurar que el personal docente y administrativo cumpla con las competencias necesarias para su óptimo desempeño

### **3.1.4 Necesidades a satisfacer**

#### **A. Objetivo General**

Brindar servicios empresariales que involucre a especialistas, docentes, egresados y estudiantes enfocados en el asesoramiento a MYPE de Chiclayo y personas con ideas de negocio, como parte de un modelo de responsabilidad social universitaria.

#### **B. Objetivos específicos**

B.1 Trabajar de manera colaborativa para brindar servicios empresariales involucrando a especialistas, docente, egresados y estudiantes.

B.2 Estimar el costo beneficio (tangibles e intangibles), por los servicios brindados y su impacto en la comunidad.

B.3 Involucrar a la comunidad universitaria en la generación de empleo, la competitividad y la productividad.

### **3.1.5 Importancia**

Los centros de servicio empresarial constituyen un elemento estratégico de la política de innovación de los países (Richard, 2012). Son las entidades encargadas de apoyar el nacimiento y las primeras etapas de desarrollo de nuevas empresas, con la condición de que su factor competitivo sea el conocimiento (base tecnológica).

En tal sentido, se destaca su utilización para favorecer el desarrollo de un sector o rama industrial de empresas intensivas en conocimientos (científicos, tecnológicos o de mercado).

En general, son instrumentos fuertemente orientados al desarrollo de regiones, en los que el poder local tiene un papel estratégico y, en general, vital para su surgimiento y sostenimiento en el tiempo.

### **3.1.6 Servicios a ofrecer**

Las descripciones de los servicios potenciales a ofrecerse a través de la Oficina de Servicios Empresariales se pueden realizar mediante un convenio de la Escuela de Ingeniería Empresarial y la Facultad de Ciencias

Administrativas de la Universidad César Vallejo Filial Chiclayo. Las que pueden ser incluidas en el plan de prácticas o dentro de las asignaturas afines a los servicios.

Tendría por líneas de servicios proyectado en su fase inicial las siguientes:

A. Consultoría.

Previo inventario de las áreas, temas o problemas empresariales materia de estudios e investigaciones en las MYPE y a través de analistas de los sectores más representativos en la ciudad de Chiclayo, docentes, egresados y estudiantes ofrecerá este servicio que genere necesariamente soluciones concretas a los distintos problemas. Estas actividades deberán estar coordinadas principalmente por el especialista y Jefe de Oficina.

B. Asesoría.

Está demás indicar que la cultura empresarial moderna plantea la imperativa necesidad de que los empresarios tienen que andar de mano con los asesores y consultores, por lo tanto, tendrá que establecer una estrategia agresiva de introducir gradualmente la cultura del asesoramiento a través de un grupo de docentes con experiencia en estas labores que en compañía de estudiantes meritorios vayan asesorando, aconsejando y orientando de manera permanente a cada uno de los empresarios y que éstos perciban en la práctica que estos asesores empresariales contribuyen al mejor logro de resultados y a resolver problemas.

C. Prácticas Empresariales.

Una de las grandes dificultades con que tropiezan los estudiantes es la carencia de la vinculación de la teoría con la práctica. Egresan demasiados lejos de la realidad y es una de las explicaciones de alto porcentaje de desempleo profesional. Esto se debe a que son poquísimas las empresas que dan cabida a practicantes quienes los hacen tardíamente en los últimos ciclos. Teniendo en cuenta que las MYPE se conforman por más de mil empresas, la Universidad tiene un inmenso laboratorio. Por lo tanto, deberá establecer un programa sostenido de prácticas empresariales a partir del quinto ciclo, pues ha de

ser parte importante de su formación empresarial, haciendo que sus estudiantes estén al lado del empresario en la gestión empresarial.

### **3.1.7 Justificación del proyecto**

En relación a las universidades lambayecanas, no se cuenta con una cultura emprendedora acorde con los nuevos tiempos consecuencia del aislamiento de las carreras causado por la carencia de redes que permitan que los conocimientos fluyan desde las áreas que los desarrollan hacia las carreras que pueden transformar esas investigaciones en empresas.

Es por ello que una oficina de servicios empresariales brindados por la Universidad César Vallejo abarcará la población estudiantil que tienen como laboratorios a las empresas, incrementando su visión hacia la realidad y contribuir a la competitividad de los estudiantes, así como de las mismas MYPE.

La necesidad de las Universidad de contar con un organismo dependiente de ellas que aparte de ser un centro de servicio empresarial donde se materialicen los proyectos e ideas de los emprendedores, facilitando la formación de la empresa y disminuyendo los costos de puesta en marcha, además integre las distintas carreras utilizando el potencial de los estudiantes y creando un clima de emprendimiento al interior de la universidad.

Las universidades y empresas han de trabajar unidas hacia un objetivo común: el progreso y la mejora de la sociedad. No puede entenderse la formación de los estudiantes sin un vínculo que les una a la realidad del mundo laboral en el que deberán aplicar sus conocimientos. Y las empresas necesitan profesionales que dispongan de una buena base teórica, pero que sepan aplicarla y desarrollarla en el contexto complejo, flexible y cambiante del mundo empresarial.

Fortalecer la relación Universidad-Empresa

Los servicios de desarrollo empresarial pueden desempeñar un papel útil en el desarrollo económico y social en general, pues contribuyen directamente a elevar los niveles de productividad y eficacia de las MYPE. Transmite, además, mejoras en la gestión, según las realidades locales de los conductores de compañías, con lo cual contribuye a elevar la

competencia empresarial del país, una de las condiciones fundamentales de un desarrollo efectivo.

### **3.1.8 Metodología para la elaboración del proyecto.**

#### **A. Tipo de estudio**

El tipo de investigación será el explicativo-descriptivo puesto que se busca determinar, analizar y poder explicar la necesidad que existe de utilizar esta oficina que brinda servicios de desarrollo empresarial contribuyendo tanto a la Universidad por el beneficio que reciben los estudiantes y a mejorar el desempeño económico-empresarial de las MYPE que lo utilicen.

Método de investigación: El proceso de adquisición del conocimiento se realizará mediante la observación, el análisis. Y hace referencia al tamaño de muestra que se tendrá en cuenta.

Y perseguirá el diseño de no experimental debido a que no se manipulará las variables, transversal debido a que solo se tomará los datos en un determinado momento del tiempo, descriptivo por lo que solo se observa el fenómeno y luego se analiza.

#### **B. Fuentes y técnicas para la recolección de la información**

Las fuentes que vamos a tener en cuenta son los libros que estructuran un proyecto, tesis relacionadas, y encuesta como instrumento básico aplicado a los estudiantes registrados en el periodo 2016-I y a las MYPE de distrito de Chiclayo, teniendo en cuenta una muestra significativa. Es de recalcar que la elección de las MYPE se dio gracias a un listado brindado por la Oficina de REMYPE del Gobierno Regional de Lambayeque, además cabe resaltar que estas MYPE de encuentran realizando su actividad principal en el distrito de Chiclayo

#### **C. Tratamiento de la información**

Personas que participan en la investigación

El asistente de la Escuela de Ingeniería empresarial.

La investigadora

#### D. Recursos disponibles para la investigación

La investigación se llevará a cabo a través de fondos propios, será autofinanciada.

#### E. Presentación del presupuesto

**Tabla N° 15 Personal administrativo**

| <b>Detalle</b>       |                            | <b>Cantidad</b> | <b>Valor (S/.)</b> | <b>Total (S/.)</b> |
|----------------------|----------------------------|-----------------|--------------------|--------------------|
| Personal de servicio | Encuestador                | 383             | 2                  | 766                |
|                      | Procesamiento de encuestas | 383             | 2                  | 766                |
| Personal asesor      | 3 horas a la semana        | 30              | 30                 | 900                |
| <b>Sub total</b>     |                            |                 |                    | <b>2432</b>        |

**Tabla N° 16 Recursos materiales**

| <b>Detalle</b>   | <b>Unidad</b> | <b>Cantidad</b> | <b>Valor (S/.)</b> | <b>Total (S/.)</b> |
|------------------|---------------|-----------------|--------------------|--------------------|
| Lapiceros        | Unidad        | 3               | 2                  | 6                  |
| Papel Bond       | Millar        | 1               | 26                 | 26                 |
| Impresiones      | Unidad        | 5               | 50                 | 250                |
| Memoria          | unidad        | 1               | 25                 | 25                 |
| Resaltador       | Unidad        | 1               | 2                  | 2                  |
| Copias libros    | Ciento        | 2               | 5                  | 10                 |
| Pasajes          | Varios        | 100             | 5                  | 500                |
| <b>Sub total</b> |               |                 |                    | <b>819</b>         |

| <b>PRESUPUESTO</b>       | <b>COSTO(S/.)</b> |
|--------------------------|-------------------|
| Aspectos administrativos | 2.432             |
| Materiales y equipos     | 819               |
| <b>TOTAL</b>             | <b>3.251</b>      |

## F. Cronograma de trabajo

| <b>ACTIVIDADES</b>                                       | <b>SEMANA 1</b> | <b>SEMANA 2<br/>8 de<br/>Setiembre</b> | <b>SEMANA 3<br/>15 de<br/>Setiembre</b> | <b>SEMANA 4<br/>22 de<br/>Setiembre</b> | <b>SEMANA 5<br/>29 de<br/>Setiembre</b> | <b>SEMANA 6<br/>6 de<br/>Octubre</b> |
|--|-----------------|--|---|---|---|--------------------------------------|
| <b>Elaborar el cronogram de actividades</b>              |                 |  |   |   |   |                                      |
| <b>Definición del proyecto</b>                           |                 |  |   |   |   |                                      |
| Detallar el proceso de definición                        |                 | X                                      |   |   |   |                                      |
| Definir los beneficiarios del proyecto                   |                 | X                                      |   |   |   |                                      |
| Asignar Entidad Ejecutora                                |                 | X                                      |   |   |   |                                      |
| Establecer necesidades satisfacer                        |                 | X                                      |   |   |   |                                      |
| Elaborar justificación del proyecto                      |                 | X                                      |   |   |   |                                      |
| Seleccionar metodología para la elaboración del proyecto |                 | X                                      |   |   |   |                                      |
| Elaborar marco lógico                                    |                 | X                                      |   |   |   |                                      |
| <b>Estudio de mercado</b>                                |                 |  |   |   |   |                                      |
| Asignar antecedentes                                     |                 |  | X                                       |   |   |                                      |
| Seleccionar estructura del estudio de                    |                 |  | X                                       |   |   |                                      |
| Detallar el servicio                                     |                 |  | X                                       |   |   |                                      |
| Elaborar el perfil del consumidor                        |                 |  | X                                       |   |   |                                      |
| Elaborar la proyección de demanda                        |                 |  | X                                       |   |   |                                      |
| Determinar la oferta                                     |                 |  | X                                       |   |   |                                      |
| Determinar la distribución                               |                 |  | X                                       |   |   |                                      |
| Planear las ventas                                       |                 |  | X                                       |   |   |                                      |
| Elaborar estrategias de mercado                          |                 |  | X                                       |   |   |                                      |
| Elaborar pronóstico del mercado                          |                 |  | X                                       |   |   |                                      |
| <b>Estudio técnico</b>                                   |                 |  |   |   |   |                                      |
| Determinar el tamaño del proyecto                        |                 |  |   | X                                       |   |                                      |
| Elaborar la localización del proyecto                    |                 |  |   | X                                       |   |                                      |
| Elaborar la ingeniería de proyecto                       |                 |  |   | X                                       |   |                                      |
| <b>Establecer la Organización</b>                        |                 |  |   |   |   |                                      |
| Estructura legal   |                 |  |   | X                                       |   |                                      |
| Estructura administrativa                                |                 |  |   | X                                       |   |                                      |
| <b>Elaborar el marco financiero</b>                      |                 |  |   |   |   |                                      |
| Flujo de beneficio netos del proyecto                    |                 |  |   |   | X                                       |                                      |
| Elaborar los presupuestos de ingresos y                  |                 |  |   |   | X                                       |                                      |
| <b>Aspectos generales</b>                                |                 |  |   |   |   |                                      |
| Evaluación financiera                                    |                 |  |   |   |   | X                                    |
| Evaluación económica                                     |                 |  |   |   |   | X                                    |
| Evaluación social  |                 |  |   |   |   | X                                    |



## 3.2 Estudio de mercado

### 3.2.1 Asignar antecedentes

A. Red de laboratorios empresariales (GARIZURIETA Meza, y otros, 2011) que persiguen como objetivo establecer una vinculación entre la Universidad y el Sector Productivo, para que permita la generación y aplicación del conocimiento y lleve así a la creación de competitividad empresarial

B. Modelo para la creación de Incubadoras de Empresas en la Realidad Peruana (VELA Velásquez, 2011) persigue como objetivo plantear un modelo para que pueda ser replicado, adaptado y en un futuro mejorado para que se produzcan empresas exitosas viables e independientes e incrementar la probabilidad de éxito de las implementaciones.

C. En el siguiente artículo (Incubación empresarial en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, 2012) busca generar opiniones de las Universidades, estudiantes y docentes acerca de la importancia y necesidad de gestionar el desarrollo emprendedor de los estudiantes y generar la vinculación del medio empresarial con la Universidad y a la vez cumplir con el desarrollo económico y social que aqueja al país. Concluyendo que a nivel país aún son escasas las universidades que cuentan con este servicio y las que existen no cuentan con una clara difusión.

D. Los servicios de desarrollo empresarial y sus efectos sobre el desempeño económico-empresarial de las MYPE usuarias en el Distrito de Piura (CASTILLO Morante, 2010) tienen como objetivo mostrar los efectos de utilizar los Servicios de desarrollo empresarial sobre empresas que lo utilizan, las dos entidades que brinda los servicios son COFIDE e IPAE quienes brinda los servicios de: capacitación en producción, marketing, capacitación contable- financiera y por último la capacitación en gestión empresarial. Llegando a la conclusión que los servicios de desarrollo empresarial tuvieron un efecto positivo en las empresas que recibieron pro que aún presentan problemas respecto a la calidad y auto sostenimiento de las entidades que los brindan.

### 3.2.2 Estructura del estudio de mercado

El estudio de demanda se ha utilizado generalmente para proyectos de inversión privada, sin embargo, cada vez es más usado en proyectos de inversión social porque es necesario conocer las necesidades y comunidad afectada por el proyecto (SARMIENTO S., 2001), seguiremos el siguiente proceso de investigación de mercados: a) antecedentes, b) definir el servicio, c) perfil del consumidor, d) demanda, e) oferta, f) distribución, g) estrategias de mercado, h) pronóstico de mercado.

#### A. Antecedentes de estudios de mercado

Plan de negocios para la creación de una empresa de asesorías y consultorías para las PYMES en el área Metropolitana de Bucaramanga (FANDIÑO Soto, y otros, 2010), el procedimiento metodológico empleado, junto con el instrumento de recolección de información, fue eficiente debido a que dejó las pautas claras en cuanto a necesidades de los servicios de asesoría empresarial.

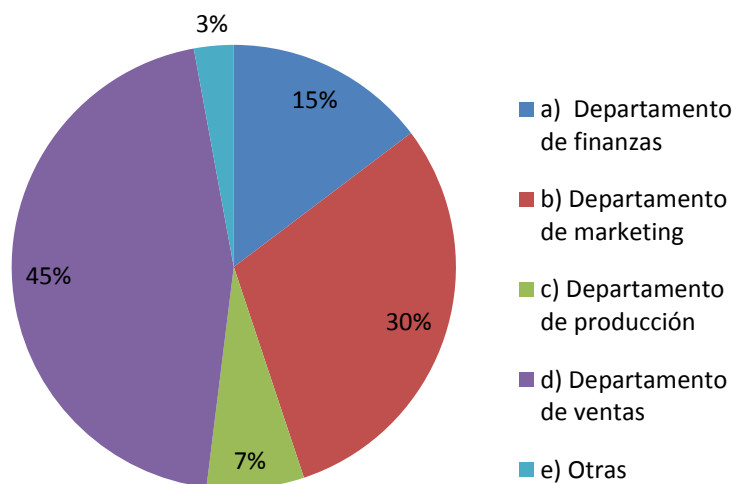
Creación de una empresa de consultoría integral para las MYPE ubicadas en la Ciudad de Bogotá (PABLO Perez, y otros, 2012) La presente investigación persigue el objetivo de involucrar a profesionales de diferentes áreas para asesorar a las pequeñas y medianas empresas de Bogotá, utilizando el tipo de investigación descriptivo, llegando que solo con la TIR garantiza la reinversión.

#### B. Detallar el servicio

Las empresas recibirán soluciones oportunas en el desarrollo de los procesos empresariales, para ello la oficina de Servicios de desarrollo empresarial contará con tres áreas de negocio que son Comercio, Servicio e Industrias, las cuales tendrán un paquete de servicios que prestara a las MYPE, además contar con especialista para la elaboración y seguimiento del plan de negocio de los estudiantes que lo requieran, demostrando las necesidades a continuación:

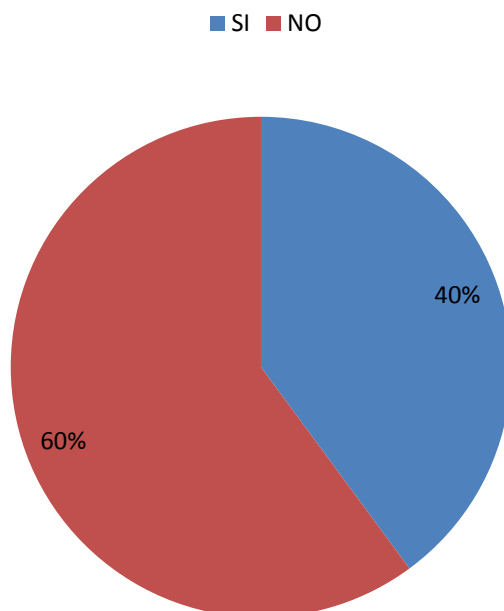
En la Gráfica N° 11 muestra que de 381 MYPE encuestadas, las áreas que necesitan fortalecer son el departamento de ventas con un 45%, marketing con un 30%, finanzas con un 15% y producción con un 7%.

**Gráfica N° 11 Áreas que necesitan fortalecer en MYPE**



**Fuente: Elaboración propia**

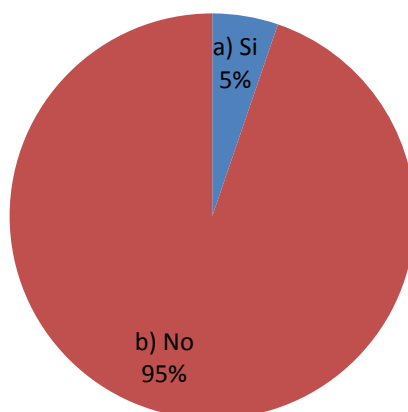
**Gráfica N° 12 Estudiantes que han elaborado planes de negocio**



**Fuente: Elaboración propia**

El gráfico N°12 muestra que, de 349 estudiantes, el 40% ha elaborado planes de negocio, y el 60% aún no cuenta con ese tipo de experiencia.

**Gráfica N° 13 Asistencia a capacitación de las MYPE**

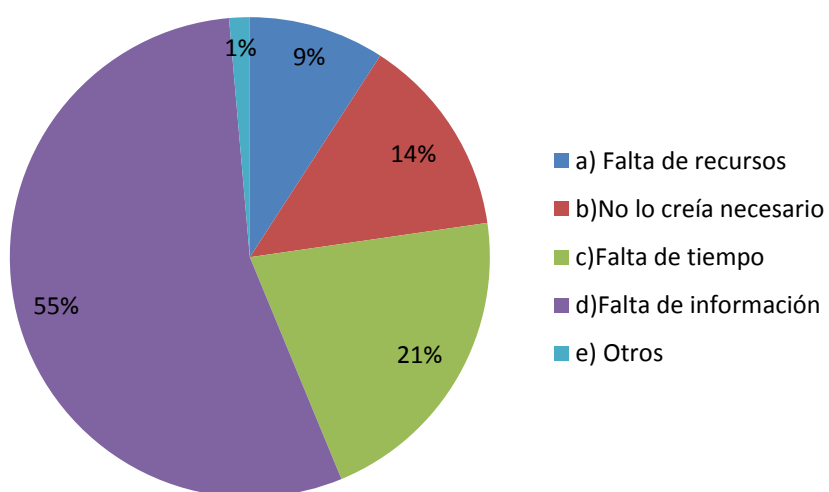


Fuente: Elaboración propia

En el gráfico N°13 muestra que de 381 MYPE el 95 no asistieron a capacitación durante el 2015, mientras que el 5% si lo hicieron

En el siguiente gráfico se muestra los motivos por los cuales los representantes de las MYPE no asistieron a algún tipo de capacitación

**Gráfica N° 14 Impedimento para asistir a capacitación**



Fuente: Elaboración propia

Según los resultados en el Gráfico N° 4 indica que un 55% de las MYPE no asistieron a capacitaciones por falta de información, el 21% por falta de tiempo, el 14% no lo considera necesario y sólo el 9% por falta de recursos económicos, entonces se puede determinar la necesidad de los servicios en MYPE y extraer las necesidades que existen en esta población como son:

El detalle de los servicios se muestra a continuación clasificándolo en las áreas de la Oficina:

#### B.1 Consultoría.

Previo inventario de las áreas, temas o problemas empresariales materia de estudios e investigaciones en las MYPE y a través de docentes y estudiantes ofrecerá este servicio que genere necesariamente soluciones concretas a los distintos problemas y que signifiquen también la gestación real de las innovaciones tecnológicas. Estas actividades deberán estar coordinadas principalmente por la Unidad de Investigación de la Oficina

#### B.2 Asesoría

Indicar que la cultura empresarial moderna plantea la imperativa necesidad de que los empresarios tienen que andar de la mano con los asesores y consultores, por lo tanto, tendrá que establecer una estrategia agresiva de introducir gradualmente la cultura del asesoramiento y de la consultoría a través de un grupo de docentes con experiencia en estas labores que en compañía de estudiantes meritorios vayan asesorando, aconsejando y orientando de manera permanente a cada uno de los empresarios y que éstos perciban en la práctica que estos asesores empresariales contribuyen al mejor logro de resultados y a resolver problemas. No es el caso enumerar aquí las líneas de este servicio, pero de seguro que será diversos a los que había que agregar, por ejemplo, la elaboración de un conjunto de documentos técnicos de gestión.

##### a. Preparación y Evaluación de Proyectos

Este servicio será entregado a todo alumno de la Universidad César Vallejo en primera instancia para evaluar la factibilidad técnico-

económica, constará de un estudio de mercado, un plan de marketing para la comercialización, la propuesta organizacional, el estudio legal y de medio ambiente.

b. Diseño de procesos

La administración del proceso involucra la selección de las entradas, las operaciones, los flujos de trabajo y los métodos utilizados para la producción de bienes y/o servicios.

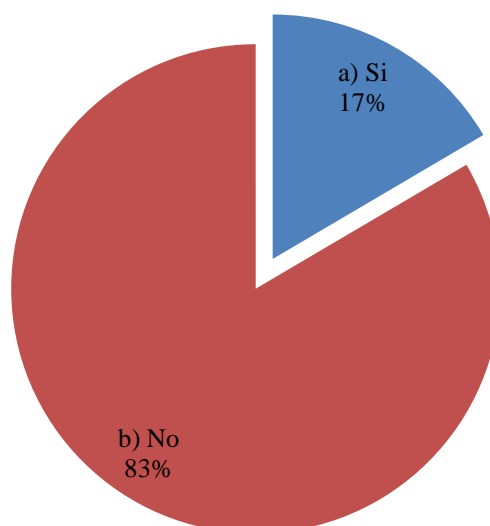
c. Planeamiento estratégico

El planeamiento estratégico es fundamental para cualquier tipo de empresa, independientemente del tamaño que sea. La gran mayoría de las MYPE se desarrollan sin tomar en cuenta este aspecto, lo que deviene en una falta de rumbo y dirección, debido a que no cuentan con objetivos ni estrategias claramente definidos.

d. Asesoría contable y tributaria

En el ámbito contable-financiero: Orientado a mejorar la elaboración y análisis de Estados financieros.

**Gráfica N° 15 MYPE que cuentan con asesoría externa**



**Fuente: Elaboración propia-Encuesta a MYPE 2016**

El gráfico N° 15 muestra que de 381 MYPE el 83% no cuentan con asesoría externa y solo el 17% si la tienen.

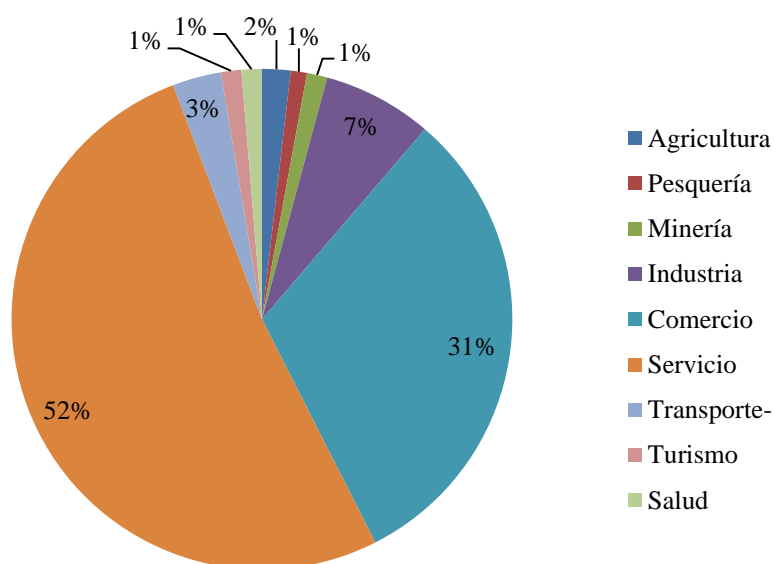
### C. Elaborar el perfil del consumidor

El perfil del consumidor es explicar las características de los que necesitan o requieren recibir el servicio, debido a que a partir de ellos se decidirán estrategias comerciales. (ORJUELA Córdova, y otros, 2002). Para brindar servicios empresariales que se crea en este proyecto se considera al perfil del consumidor

#### C.1 MYPE

##### a. Actividad de las empresas

Gráfica N° 16 Sectores por MYPE de Chiclayo



Fuente: Información Gerencia Regional de Desarrollo Productivo Subdirección de Industria y MYPE

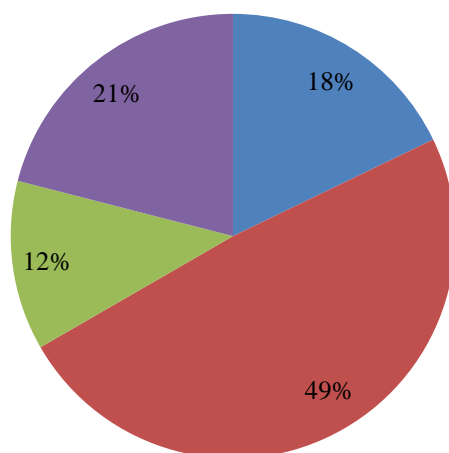
Las principales ramas de la actividad económica de las MYPE analizadas son Servicio con un 52%, Comercio con un 31%, e Industria con un 7%

##### b. Tiempo de funcionamiento

El gráfico N° 8 muestra que el 49% de MYPE tienen de 1 a 3 años en el mercado, mientras que el 21% ya cuenta con más de 5 años, el 18% está entre 1 año, y el 12% de 3 a 5 años.

**Gráfica N° 17 Tiempo de MYPE en el mercado**

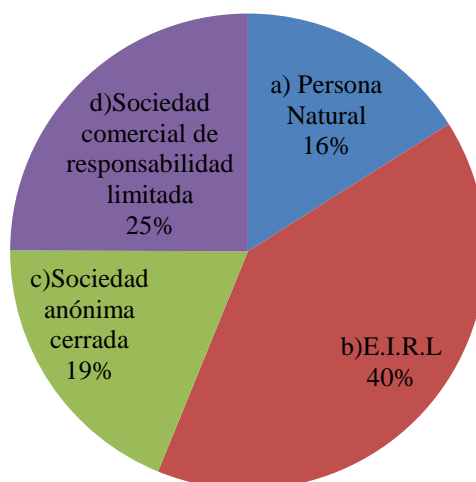
■ 0-1 año ■ 1-3 años ■ 3-5 años ■ 5 a más



Fuente: Encuesta realizada a MYPE del Distrito de Chiclayo – 2016

### c. Tipo de empresa

**Gráfica N° 18 Tipo de organización de empresa**



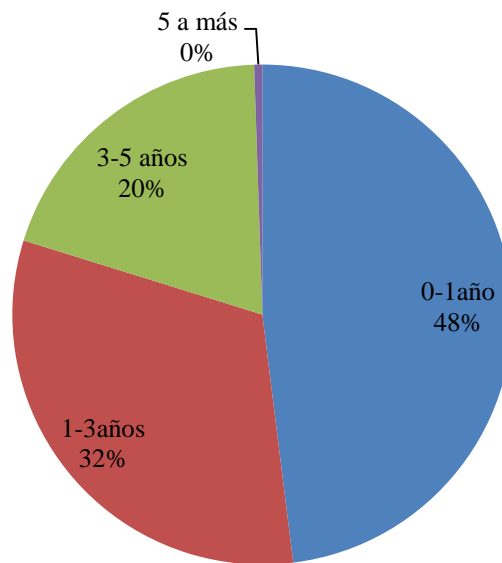
Fuente: Encuesta realizada a MYPE del Distrito de Chiclayo – 2016

En el gráfico N° 18 se muestra que el 40% de MYPE tienen persona jurídica E.I.R.L, EL 25% SRL, el 19% SAC y el 16% aún es persona natural.

### d. Grado de formalización



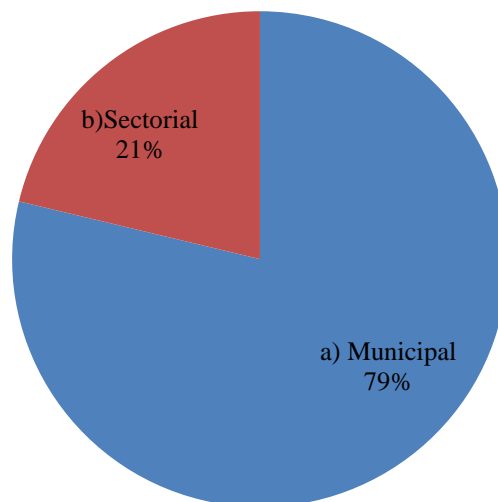
**Gráfica N°19 Tiempo que pasó para formalizar**



**Fuente: Elaboración propia**

En el gráfico N°19 referencia que el 48% de MYPE no tuvieron inconvenientes en formalizar, el 32% demoró entre 1 a 3 años, el 20% entre 3 a 5 años

**Gráfica N° 20 MYPE que cuentan con licencias**

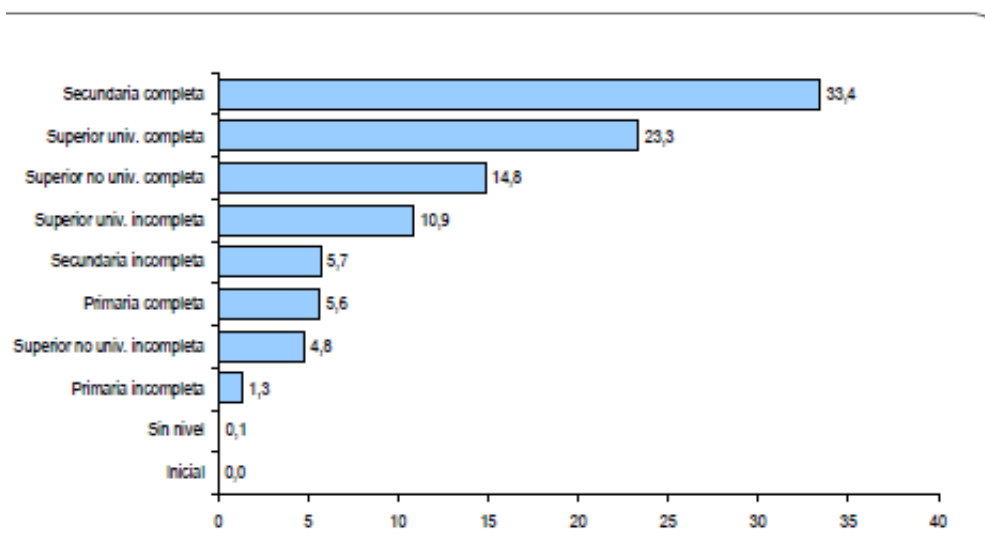


**Fuente: Elaboración propia**

En el gráfico N°20 indica que el 79% de MYPE cuentan con licencia Municipal y el 21% con Licencia sectorial.

e. Estudio alcanzado por el propietario

**Ilustración N°5 Nivel de estudio alcanzado por propietario de la MYPE**

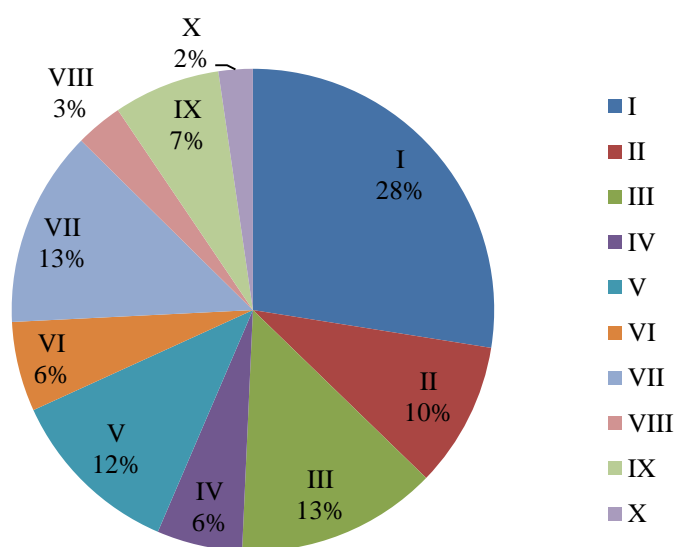


**Fuente: INEI-Encuesta de Micro y Pequeña Empresa 2011**

El nivel alcanzado por los propietarios muestra que en el estudio Universitario el 34,2 % lo alcanzó, el 19,1% el no Universitario, el 39,1 % la Secundaria y el 7% la Primaria.

## C.2 Estudiantes

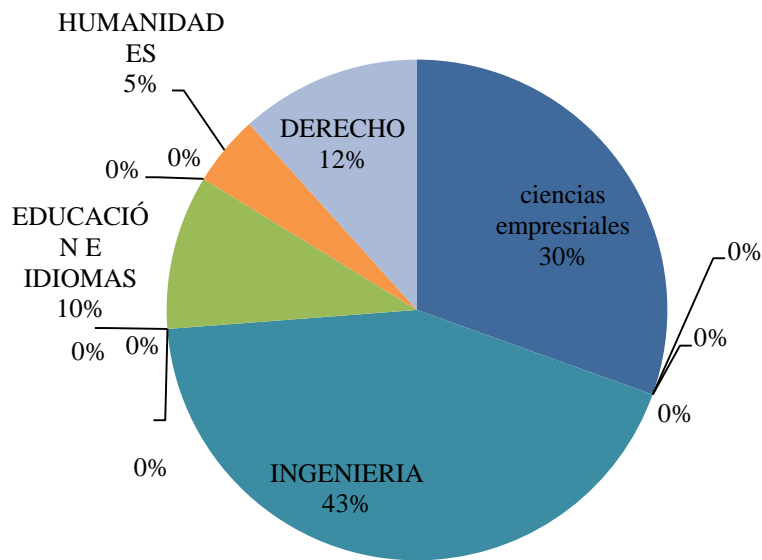
**Gráfica N°21 Estudiantes matriculados por ciclo**



**Fuente: Elaboración propia**

En el gráfico N°21 muestra el porcentaje de estudiantes por ciclo de toda la Universidad César Vallejo período 2016 II.

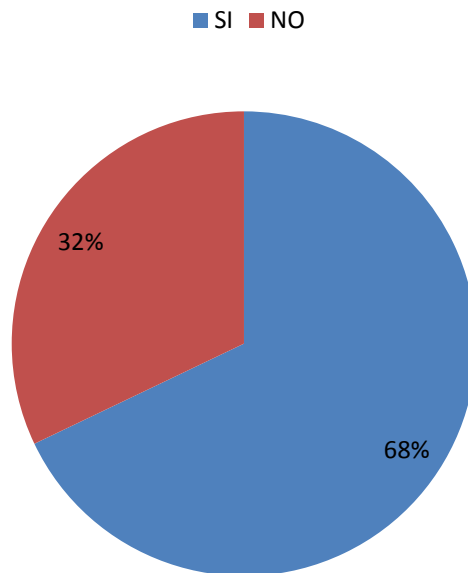
**Gráfica N°22 Estudiantes por escuela profesional**



**Fuente: Elaboración propia**

El gráfico N°22 muestra la distribución de estudiantes por escuelas profesionales

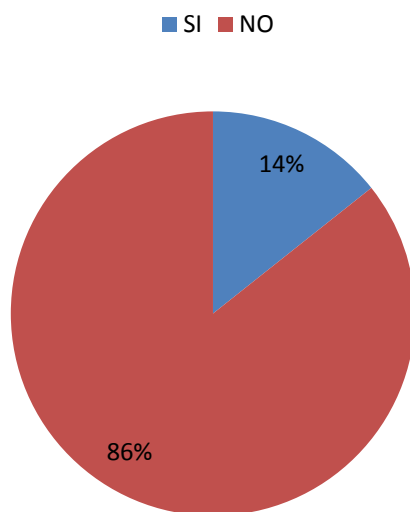
**Gráfica N° 23 Estudiantes que han tenido una idea de negocio**



**Fuente: Elaboración propia**

El gráfico N° 23 muestra que el 68% de estudiantes han tenido alguna idea de negocio, mientras el 32% no

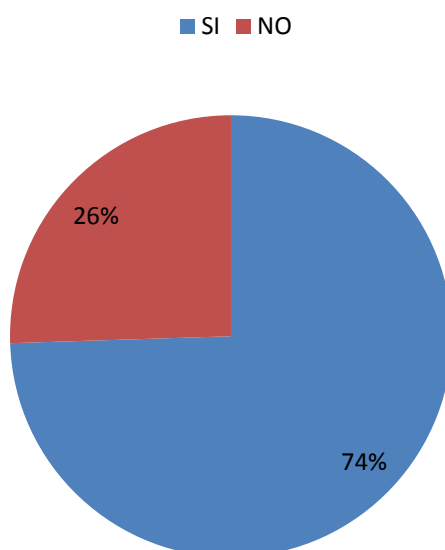
**Gráfica N° 24 Estudiantes que han elaborado un plan de negocio**



**Fuente: Elaboración propia**

El gráfico N°24 muestra que el 86% de estudiantes no han elaborado un plan de negocios, y el 14% de estudiantes sí ha elaborado un plan de negocios.

**Gráfica N° 25 Estudiantes que desean establecer un negocio**



**Fuente: Elaboración propia**

El gráfico N° 25 muestra que el 14% de estudiantes desean establecer un negocio propio y que el 26% de estudiantes no tienen interés en el tema.

#### D. Demanda

##### D.1 Mercado potencial

##### a. Empresas

Conformado por las Empresas en el Departamento de Lambayeque, según El Instituto Nacional de Estadísticas e Informática en el 2012 fueron 59179 empresas, 2013 ascendieron a 64957 empresas, obteniendo una variación porcentual de 9,76 como se muestra en la siguiente Tabla.

Tabla N° 17 Empresas según Departamento 2012-2013

| Departamento                        | 2012             | 2013             | Estructura porcentual 2013 | Var % 2013/12 |
|-------------------------------------|------------------|------------------|----------------------------|---------------|
| <b>Nacional</b>                     | <b>1 634 504</b> | <b>1 778 377</b> | <b>100,00</b>              | <b>8,80</b>   |
| Amazonas                            | 9 503            | 9 949            | 0,56                       | 4,69          |
| Áncash                              | 50 813           | 54 189           | 3,05                       | 6,64          |
| Apurímac                            | 12 496           | 14 621           | 0,82                       | 17,01         |
| Arequipa                            | 90 914           | 100 297          | 5,64                       | 10,32         |
| Ayacucho                            | 18 899           | 21 041           | 1,18                       | 11,33         |
| Cajamarca                           | 35 888           | 39 168           | 2,20                       | 9,14          |
| Provincia Constitucional del Callao | 55 894           | 59 687           | 3,36                       | 6,79          |
| Cusco                               | 56 840           | 64 936           | 3,65                       | 14,24         |
| Huancavelica                        | 6 852            | 7 569            | 0,43                       | 10,46         |
| Huánuco                             | 22 887           | 25 646           | 1,44                       | 12,05         |
| Ica                                 | 39 587           | 43 540           | 2,45                       | 9,99          |
| Junín                               | 59 623           | 66 296           | 3,73                       | 11,19         |
| La Libertad                         | 82 486           | 91 507           | 5,15                       | 10,94         |
| Lambayeque                          | 59 179           | 64 957           | 3,65                       | 9,76          |
| Lima                                | 770 697          | 827 862          | 46,55                      | 7,42          |
| Loreto                              | 31 882           | 34 434           | 1,94                       | 8,00          |
| Madre de Dios                       | 11 755           | 12 551           | 0,71                       | 6,77          |
| Moquegua                            | 11 138           | 11 997           | 0,67                       | 7,71          |
| Pasco                               | 10 310           | 11 279           | 0,63                       | 9,40          |
| Piura                               | 68 511           | 75 205           | 4,23                       | 9,77          |
| Puno                                | 35 298           | 39 352           | 2,21                       | 11,49         |
| San Martín                          | 29 436           | 32 545           | 1,83                       | 10,56         |
| Tacna                               | 26 755           | 29 135           | 1,64                       | 8,90          |
| Tumbes                              | 13 216           | 14 310           | 0,80                       | 8,28          |
| Ucayali                             | 23 645           | 26 304           | 1,48                       | 11,25         |

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática-Directorio Central de Empresas y Establecimientos

b. Personas naturales

Tabla N° 18 Población el Chiclayo

| PROVINCIA | AÑO    |        |
|-----------|--------|--------|
|           | 2014   | 2015   |
| CHICLAYO  | 850484 | 857405 |

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática

D.2 Población

a. MYPE

Para establecer las condiciones habituales del mercado, se considera como mercado objetivo a las MYPE de Chiclayo según Sunat 2012 ascienden a 37756.

Tabla N° 19 Número de MYPE por Provincia

| PROVINCIA  | MIPYME |       |    |
|------------|--------|-------|----|
|            | MI     | PE    | MD |
| CHICLAYO   | 37756  | 1430  | 50 |
| LAMBAYEQUE | 5958   | 151   | 6  |
| FERREÑAFE  | 1692   | 23    | 0  |
| TOTAL      | 45,406 | 1,604 | 56 |

Fuente: SUNAT 2012. Todas las empresas en estudio han declarado renta de 3ra Categoría.

b. Estudiantes

Al iniciar el proyecto se tendrá en cuenta una prueba piloto con los estudiantes de la Universidad César Vallejo que se encuentre registrados y tengan ideas de negocio

**Tabla Nº 20 Estudiantes por carrera y ciclo profesional**

| Carreras                   | 1          | 2          | 3          | 4          | 5          | 6          | 7          | 8          | 9          | 10        | Total general |
|----------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-----------|---------------|
| ADMINISTRACION             | 127        | 44         | 77         | 31         | 47         | 28         | 68         | 21         | 23         | 20        | 486           |
| CONTABILIDAD               | 69         | 33         | 55         | 13         | 35         | 6          | 41         | 5          | 18         | 10        | 285           |
| DERECHO                    | 111        | 43         | 64         | 25         | 45         | 30         | 33         | 16         | 25         |           | 392           |
| ECONOMIA                   |            |            |            |            | 2          | 19         | 10         | 1          | 10         | 4         | 46            |
| EDUCACION EN IDIOMAS       |            |            |            |            |            |            |            |            |            | 1         | 1             |
| EDUCACION INICIAL          | 33         | 14         | 19         | 4          | 22         | 5          | 15         | 2          | 26         | 5         | 145           |
| EDUCACION PRIMARIA         | 10         | 6          | 8          | 1          | 7          | 1          | 16         | 5          | 20         |           | 74            |
| INGENIERIA AGRONOMA        |            |            |            |            |            |            | 9          | 2          | 11         |           | 22            |
| INGENIERIA AMBIENTAL       | 58         | 27         | 31         | 8          | 42         | 16         | 46         | 8          | 33         | 4         | 273           |
| INGENIERIA CIVIL           | 131        | 45         | 72         | 43         | 50         | 56         | 71         | 31         | 12         |           | 511           |
| INGENIERIA DE MINAS        | 75         | 38         | 35         | 32         | 46         | 13         | 30         |            |            |           | 269           |
| INGENIERIA EMPRESARIAL     | 35         | 11         | 33         | 5          | 24         | 5          | 30         | 11         | 27         | 10        | 191           |
| MARKETING Y DIRECCION DE E | 19         | 1          | 16         | 2          | 21         | 4          | 15         | 1          | 14         | 5         | 98            |
| NEGOCIOS INTERNACIONALES   | 40         | 22         | 25         | 5          | 15         |            | 24         | 3          | 11         | 10        | 155           |
| PSICOLOGIA                 | 188        | 36         | 3          | 1          |            |            |            |            |            |           | 228           |
| PSICOLOGIA ORGANIZACIONAL  | 1          |            |            | 14         | 27         | 13         | 20         |            |            |           | 75            |
| TRADUCCION E INTERPRETACIO | 27         | 7          | 20         | 7          | 16         | 7          | 15         | 3          | 11         | 7         | 120           |
| TURISMO Y NEGOCIOS         |            |            |            |            |            |            |            | 1          |            | 1         | 2             |
| <b>Total general</b>       | <b>924</b> | <b>327</b> | <b>458</b> | <b>191</b> | <b>399</b> | <b>203</b> | <b>443</b> | <b>110</b> | <b>241</b> | <b>77</b> | <b>3373</b>   |

Fuente: Registros académicos-Universidad César Vallejo

Teniéndose en cuenta lo establecido anteriormente se detalla la Población a continuación:

**Tabla Nº 21 Población detallada**

| Población   | total |
|---|-------|
| MYPE  | 39186 |
| Estudiantes de I<br>a X Ciclo la<br>Universidad<br>César Vallejo<br>del Periodo<br>2016-1 | 3373  |

## D.2 Muestra

### a. MYPE de Chiclayo

Margen: 5%

Nivel de Confianza 95%

Población: 39186

$$n = \frac{z^2(p \cdot q)}{e^2 + \frac{z^2(p \cdot q)}{N}}$$

Tamaño de la muestra: 381

n: Tamaño de muestra

z: Nivel de confianza deseado

p: Porción de la población con la característica deseada (éxito)

q: Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)

e: Nivel de error dispuesto a cometer.

N : Tamaño de la población

b. Estudiantes registrados de I A X Ciclo de la Universidad Cesar Vallejo Filial Chiclayo.

Margen: 5%

$$n = \frac{z^2(p \cdot q)}{e^2 + \frac{z^2(p \cdot q)}{N}}$$

Nivel de Confianza 95%

Población: 3373

Tamaño de la muestra: 345

n: Tamaño de muestra

z: Nivel de confianza deseado

p: Porción de la población con la característica deseada(éxito)

q: Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)

e: Nivel de error dispuesto a cometer.

N : Tamaño de la población



### D.3 Demanda potencial

#### a. MYPE

Según la información obtenida del INEI, las MYPE tiene un incremento porcentual anual de 9,736% con respecto a los años 2012-2013, además concentra el 95,96% con respecto a las otras empresas.

**Tabla Nº 22 Porcentaje de MYPE con respecto a otras empresas**

| <b>Tamaño de MYPE</b> | <b>%MYPE</b> |
|-----------------------|--------------|
| Microempresa          | 95,96        |
| Pequeña Empresa       | 3,63         |
| Mediana               | 0,13         |
| Grande Empresa        | 0,27         |

**Elaboración propia-Fuente Sunat**

**Tabla Nº 23 Proyección de la demanda de MYPE**

| Año  | 2012  | 2013  | 2014  | 2015  | 2016  | 2017  | 2018  | 2019  | 2020  |
|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Mype | 39186 | 43011 | 47208 | 51816 | 56873 | 62424 | 68517 | 75204 | 82544 |

**Elaboración Propia**

Esta información ayuda como base para determinar la demanda real de asesorías ofrecidas. Se puede analizar a las empresas que están dispuestas a contratar los servicios de asesoría expuesta en la pregunta Nº 13 de la Encuesta realizada a MYPE, del cual solo el 90% está dispuesto a recibir asesoría por parte de la Universidad.

Muestra que solo el 2,6% de MYPE asistieron a capacitación y finalmente respondieron positivamente en la evaluación

**Ilustración N° 6 MYPE que incrementaron su conocimiento sobre prácticas modernas de gestión empresarial**

| Capital departamental 1/ | MYPES  | MYPES que han tenido acceso a capacitación sobre prácticas modernas de gestión empresarial | Indicador (%) |
|--------------------------|--------|--|---------------|
| Total                    | 22 709 | 592  | 2,6           |
| Lima - Callao            | 17 693 | 427  | 2,4           |
| Arequipa                 | 1 588  | 23   | 1,4           |
| Trujillo                 | 1 377  | 67   | 4,9           |
| Chiclayo                 | 651    | 17   | 2,6           |
| Huancayo                 | 497    | 17   | 3,5           |
| Iquitos                  | 508    | 25   | 4,8           |
| Piura                    | 395    | 17   | 4,3           |

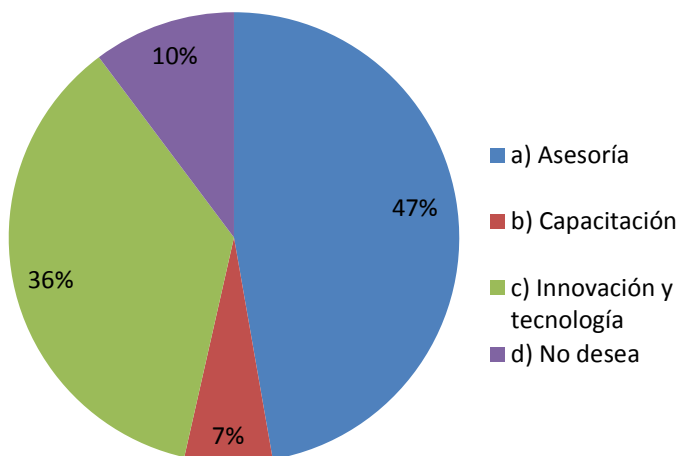
Fuente: INEI-Encuesta de Micro y pequeña empresa 2011

**Ilustración N° 7 MYPE que aplican las prácticas modernas en gestión empresarial**

| Capital departamental 1/ | MYPES que forman parte de experiencias asociativas y han accedido a capacitaciones sobre prácticas modernas de gestión empresarial | MYPES que aplican lo aprendido en eventos de capacitación en técnicas de gestión empresarial y/o que forman parte de experiencias asociativas con fines empresariales | Indicador (%) |
|--------------------------|--|---|---------------|
| Total                    | 1 881  | 572   | 30,4          |
| Lima - Callao            | 1 155  | 415   | 36,0          |
| Arequipa                 | 201  | 21  | 10,2          |
| Trujillo                 | 281  | 67  | 23,8          |
| Chiclayo                 | 86   | 15  | 17,9          |
| Huancayo                 | 66   | 17  | 25,9          |
| Iquitos                  | 44   | 22  | 49,7          |
| Piura                    | 47   | 15  | 31,8          |

Fuente: INEI-Encuesta de Micro y pequeña empresa 2011

**Gráfica N° 26 MYPE con disposición a recibir asesoría de la Universidad**



Fuente: Elaboración propia-Encuesta

**Tabla N° 24 Proyección de la demanda potencial**

| Año              | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| <b>Población</b> | 3526 | 3870 | 4248 | 4663 | 5118 | 5618 | 6166 | 6768 | 7428 |
| <b>dispuesta</b> | 7    | 9    | 8    | 4    | 6    | 2    | 5    | 3    | 9    |

Fuente: Elaboración propia

En términos generales se estudian los siguientes aspectos según CÓRDOVA Padilla (2011)

**E. Determinar la oferta**

**E.1 Identificación de los competidores.**

a. Instituto Universidad Empresa Sociedad IES-USAT (Instituto Universidad Empresa y Sociedad IES, 2015): Persigue el objetivo de promover, establecer y fortalecer las relaciones con los principales agentes de la Sociedad, tanto en el sector público como privado, en el ámbito regional y nacional; cumpliendo la función de articulación interna y externa para promover la oferta de los servicios de desarrollo

empresarial a fin de ofrecer a las empresas una cartera de servicios que contribuyan al mejoramiento de las empresas.

El cual se puede encontrar en Av. San Josemaría Excrivá de Balaguer N°1855 Chiclayo- Perú con correo [ies@usat.edu.pe](mailto:ies@usat.edu.pe) , teniendo como contacto los teléfonos #945435801 Y Rpc 968747411 y contando con una página donde detalla los servicios que ofrecen [www.usat.edu.pe/ies/contacto.php](http://www.usat.edu.pe/ies/contacto.php) donde te permite dejar los datos:

Dejanos tu consulta

INDIQUE EL SERVICIO DEL CUAL REQUIERE MAYOR INFORMACIÓN

|             |  |
|-------------|--|
| DNI: *      | <input type="text" value="N° de DNI o RUC"/>                     |
| Nombre: *   | <input type="text" value="Nombres ó Razón Social"/>              |
| Email: *    | <input type="text" value="Correo electrónico"/>                  |
| Teléfono: * | <input type="text" value="Teléfono"/>                            |
| Servicio: * | <input type="text" value="Seleccione"/>                          |
| Consulta: * | <input type="text" value="Escribenos tu consulta o comentario"/> |

Contando con cuatro líneas estrategias de intervención:

- i. Inclusión e integración socio cultural y acceso a servicios sociales básicos: Busca generar propuesta de políticas sobre estructuras y dinámica de sistemas de producción e innovación, prestando atención a impactos sociales y económicos.
- ii. Competitividad económico-productiva e innovación: Orientada a mejorar la competitividad de las empresas, mejorar la calidad de vida de población.
- iii. Gobernabilidad y gestión pública: Enfocada a fortalecer las capacidades del funcionario público y hacer más eficiente su gestión.
- iv. Gestión territorial y ambiental: Busca articular a las instituciones públicas y privadas para fortalecer el desarrollo ambiental.

Además de brindar el servicio de salud ocupacional a través de la clínica debido a que forma parte de la responsabilidad social.

La USAT a través del IES a suscrito convenios con organismos nacionales e internacionales, públicos y privados, para consolidar su experiencia

Ofrece servicios de gestión empresarial

Evaluación de proyectos: Mediante un enfoque técnico, que permita evaluar la viabilidad, el impacto socioeconómico

i. Planes y estudios de mercado: Elaboración de planes y estudios de mercado que contribuyan a la toma de decisiones, que favorezcan el crecimiento de su organización

ii. Asesoría agroindustrial: Brindan el soporte técnico y el asesoramiento que necesita en parte agrícola-industrial, para optimizar los procesos y mejorar la gestión operativa de la organización

iii. Diagnóstico y asesoramiento financiero: Análisis de situaciones pasadas, presentes y futuras del cliente teniendo en consideración las finanzas de la compañía, con el fin de generar riqueza, y la disminución de riesgos financieros

iv. Auditoría: procesos, administración, gestión ambiental: Realiza todo tipo de auditorías empresariales, con el propósito de mejorar la organización, a través de la optimización de los procedimientos de gestión.

b. Centro de desarrollo Comunal (CEDECOM) Tiene como misión contribuir a vivir mejor en todas las comunidades del Perú especialmente en Lambayeque.

Servicios que brindan:

i. Asesoría jurídica

ii. Asesoría psicológica

iii. Asesoría n gestión empresarial.

c. Centro de Desarrollo Empresarial-USAT: Tiene el objetivo de promover la innovación, el crecimiento, la productividad y rentabilidad de las empresas, la USAT tiene alianza con el Ministerio de la Producción (Produce). Inauguró dentro de su campus, el primer CDE en la región Lambayeque.

i. Asesoría legal

ii. Asesoría financiera

iii. Asesoría contable

Tabla Nº 25 Características de los centros de servicios a la comunidad.

| <b>UNIVERSIDADES QUE BRINDAN SERVICIOS</b> |                                      |   |  |                          |
|--|--------------------------------------|---|--|--------------------------|
| <b>ITEMS</b>                               | <b>USS</b>                           | <b>USAT</b>   | <b>UCV</b>   |                          |
| <b>UNICIO EN EL MERCADO</b>                | <b>2013</b>                          | <b>2016</b>   | <b>2017</b>  |                          |
| <b>TIPO DE SERVICIOS</b>                   | i. Asesoría jurídica                 | i. Asesoría legal   | <b>Consultoría</b>                                       |                          |
|  | ii. Asesoría psicológica             | ii. Asesoría financiera   | <b>Asesoría</b><br>Preparación y evaluación de proyectos |                          |
|  | iii. Asesoría n gestión empresarial. | iii. Asesoría contable  |  | Diseño de procesos       |
|  |                                      |   |  | Planeamiento estratégico |
|  |                                      |   | Asesoría contable y tributaria                           |                          |
| <b>COSTO</b>                               | <b>Gratuito</b>                      | <b>Gratuito</b>   | <b>Gratuito</b>  |                          |
| <b>CONVENIOS</b>                           |                                      | Ministerio de la Producción-<br>Instituto<br>Universidad<br>Empresa<br>Sociedad | <b>SUNAT-GOBIERNO REGIONAL</b>                           |                          |

Fuente: Elaboración Propia.

#### F. Determinar la distribución

Debido que lo servicios son intangibles, la oficina utilizará una distribución directa, designando a los equipos de profesionales y alumnado en las diferentes áreas, con un contacto directo para poder verificar la satisfacción de los requerimientos.

#### Fases de la distribución

- a. Operatividad: Es necesario desarrollar una relación sólida con las MYPE convocarlas, ofrecerles los servicios que se van a realizar en conjunto con las carreras que ofrece la Universidad
- b. Primera Fase, Conocimiento

Se realiza la convocatoria de los docentes e investigadores para elaborar folletos, trípticos, revistas, catálogos y videos de los servicios que la Universidad ofrece a las MYPE y los emprendedores.

Convocatoria a los estudiantes y egresados

Feria de emprendedores

En esta primera fase se debe convocar a los docentes, cuerpos académicos para integrar una comisión, los cuales tendrán las siguientes funciones: Elaborar al plan estratégico, definir los servicios que se ofertarán a las empresas, elaborar su reglamento interno, elaborar un catálogo de empresas, elaborar folletos, trípticos y videos, organizar congresos, foros y cursos para intercambio de experiencias y conocimientos, organizar la feria de emprendedores, organizar actividades orientadas a la gestión de empresas.

*b.1 Programa de promoción de los emprendedores*

Persigue el objetivo de vincular estudiantes-empresa

*b.2 Comisión para promover a los emprendedores*

La comisión está integrada por los docentes con experiencia educativa, los cuales estarán a cargo de elaborar la convocatoria para participar, invitar a los dueños de las MYPE.

*b.3 Programa de reclutamiento*

Proponer a las MYPE una fuente confiable de reclutados, profesionales egresados de las escuelas profesionales de ciencias empresariales e ingeniería empresarial

*b.4 Asesoría*

El asesor se debe convertir en un facilitador y enfocarse a los problemas de las MYPE, y supervisar al estudiante cuando construya sus alternativas de solución.

c. Segunda fase, Integración

c.1 Programas de prácticas

Analizar las cualidades de los estudiantes y elaborar un Perfil del egresado, con el fin de que aplique lo aprendido en aula, en situaciones de realidad existentes de las diferentes MYPE

#### G. Elaborar estrategias de mercado

El objetivo que perseguimos es crear conciencia e interés por los servicios que ofrecemos y lograr demostrar las capacidades de los estudiantes ofreciendo soluciones reales a los problemas encontrados dentro de MYPE. La comunicación de los servicios se realizará de la siguiente manera:

##### G.1 Publicidad

Como estrategia de comunicación, se desarrollan en Internet, por lo que es la herramienta más útil para empezar la exposición de los servicios, y como la Universidad ya cuenta con una página Web, se necesitara implementarle banner interactivo, en la mencionada.

Otra herramienta es los correos electrónicos, en donde se brinda información de los servicios a ofrecer, y una página de Facebook.

Como medio impreso, se tendrá en cuenta los trípticos, y un brochure de la Oficina.

Tabla Nº 26 Gastos en publicidad

|           | <b>CANTIDAD</b> | <b>PRECIO</b> | <b>TOTAL</b>    |
|-----------|-----------------|---------------|-----------------|
| TRIPTICOS | 1000            | 1             | 1.000,00        |
| BROCHURE  | 500             | 2             | 1.000,00        |
|           |                 | <b>TOTAL</b>  | <b>2.000,00</b> |

##### G.2 Relaciones públicas

Se buscará participar en ferias y exposiciones empresariales de la Región para buscar alianzas o convenios con las agremiaciones de MYPE e Institutos técnicos, y entidades como la Cámara de Comercio.

##### G.3 Estrategias publicitarias y promocionales y de lanzamiento

Publicidad. En este caso tendremos el siguiente mecanismo

###### c.1 Día del lanzamiento

Ofreciendo a los invitados una bienvenida con un coctel..

c.2 Duración del evento : 3 horas

c.3Lugar : Auditoría de la Universidad

c.4 Cantidad de personas asistentes : 30 representantes de MYPE



c.5. Responsable : Jefa de promoción y Marketing de la Universidad César Vallejo

c.6. Protocolo Reunión sin condiciones de formalidad

| <b>Coctel de bienvenida</b> |                 |   |               |                    |
|-----------------------------|-----------------|---|---------------|--------------------|
| <b>Insumos</b>              | <b>Cantidad</b> |   | <b>Precio</b> | <b>Total (S/.)</b> |
| Champagne                   | 3               |   | 12            | 36,00              |
| Gaseosa                     | 5               |   | 6             | 30,00              |
| Bocaditos salados           | 100             | 1 | 30            | 30,00              |
|                             |                 |   |               | <b>96,00</b>       |

### 3.3 Estudio técnico

#### 3.3.1 Elaborar localización del proyecto

##### A. Macro localización

La Oficina de servicios empresariales estará ubicada en Chiclayo, zona urbana.

##### B. Micro localización

Se toma en cuenta el método cualitativo por punto: Reside en detallar los factores importantes de una localización, asignándoles determinados y específicos valores ponderados, asignándoles un grado de importancia a través de la ponderación con una calificación de 1 a 5.

Tabla Nº 27 Comparativo de localización

|                                    | <b>% Importancia</b> | <b>Luis Gonzales</b> | <b>Saenz Peña</b> | <b>Campus UCV</b> | <b>Luis Gonzales</b> | <b>Saenz Peña</b> | <b>Campus UCV</b> |
|------------------------------------|----------------------|----------------------|-------------------|-------------------|----------------------|-------------------|-------------------|
| <b>Costo</b>                       | 40%                  | 3                    | 3                 | 5                 | 1,2                  | 1,2               | 2                 |
| <b>Transito</b>                    | 20%                  | 4                    | 4                 | 5                 | 0,8                  | 0,8               | 1                 |
| <b>Accesibilidad</b>               | 20%                  | 3                    | 5                 | 4                 | 0,6                  | 1                 | 0,8               |
| <b>Infraestructura y servicios</b> | 20%                  | 1                    | 5                 | 4                 | 0,2                  | 1                 | 0,8               |
|                                    |                      |                      |                   |                   | 2,8                  | 4                 | 4,6               |

Fuente: Elaboración propia

### 3.3.2 Determinar el tamaño del proyecto

En cuanto al tamaño se determinará los procesos, los tiempos y operaciones que se tendrán en cuenta para iniciar el proyecto, así como los materiales necesarios, el capital humano, etc., encontrándose en la capacidad de recibir un promedio de 156 MYPE anuales de la demanda efectiva en el primer año.

#### A. Capacidad diseñada

La Oficina de servicios empresariales está en la capacidad de ofrecer:

##### A.1 Preparación y evaluación de proyectos

En un mes se atienden a cinco MYPE, en un semestre se atienden a 15 MYPE que requieran el servicio de preparación y evaluación de proyectos, dejando una holgura, describiendo a continuación el porcentaje de recursos utilizados.

Tabla N°28 Recursos utilizados en el servicio de Asesoría-Preparación y evaluación de proyectos

| Recurso              | Uso     |
|----------------------|---------|
| Jefe de la Oficina   | 5,04 %  |
| Especialista         | 10,07 % |
| Docente especialista | 55,80 % |
| Egresado             | 72,84 % |
| Alumno               | 96,11 % |

Fuente: Bizagi-Elaboración propia

##### A.2 Diseño de procesos

En un mes se atienden a 8 MYPE, en un semestre se a 24 MYPE que requieran el servicio de diseño de procesos, dejando una holgura, describiendo a continuación el porcentaje de recursos utilizados.

**Tabla N° 29 Recursos utilizados en el servicio de Diseño de procesos**

| Recurso         | Uso     |
|-----------------|---------|
| JEFE DE OFICINA | 20,87 % |
| EGRESADO        | 94,78 % |
| ALUMNO          | 96,52 % |
| DOCENTE         | 34,78 % |
| ESPECIALISTA    | 31,30 % |

Fuente: Bizagi-Elaboración propia

### A. 3 Planeamiento estratégico.

**Tabla N°30 Recursos utilizados en el servicio de planeamiento estratégico**

| Recurso         | Uso     |
|-----------------|---------|
| ESPECIALISTA    | 6,76 %  |
| JEFE DE OFICINA | 54,05 % |
| EGRESADO        | 56,76 % |
| ALUMNO          | 56,76 % |
| DOCENTE         | 54,05 % |

Fuente: Bizagi-Elaboración propio

### A.4 Asesoría contable y tributaria

**Tabla N° 31 Recursos utilizados en el servicio de asesoría contable y tributaria**

| Recurso         | Uso     |
|-----------------|---------|
| Especialista    | 4,71 %  |
| Docente         | 98,82 % |
| Jefe de Oficina | 0,00 %  |
| Egresado        | 98,82 % |
| Alumno          | 98,82 % |
|                 | Total   |

Fuente: Bizagi-Elaboración propio

### 3.3.3 Elaborar la Ingeniería del proyecto

En el proceso que se tiene al realizar el servicio para la consultoría y asesoría inicia cuando el Jefe del Proyecto realiza el contrato con el cliente y tiene dos formas de terminar dependiendo del cliente que solo solicita la consultoría y se le entrega la propuesta y/o cuando se realiza el seguimiento hasta evaluar el impacto de la solución brindada por los analistas.

Cada proceso demanda que se cuente con informes para poder colocarlos en una determinada base de datos y así pueda ser verificado por el Jefe del Proyecto y/o analistas, constatando el cumplimiento de las actividades ya planteadas.

Tabla Nº 32 Cantidad de MYPE que recibirán el servicio

| SERVICIOS                 |                                      | Mes | Total semestre | Anual |
|---------------------------|--------------------------------------|-----|----------------|-------|
| Consultoría               |                                      | 26  | 78             | 156   |
| Asesoría                  | Preparación y Evaluación de proyecto | 5   | 15             | 30    |
|                           | Diseño de procesos                   | 8   | 24             | 48    |
|                           | Planeamiento estratégico             | 9   | 27             | 54    |
|                           | Asesoría contable y tributaria       | 4   | 12             | 24    |
| <b>TOTAL DE SERVICIOS</b> |                                      | 26  | 78             | 156   |

Fuente: Elaboración propia

## A. Recursos

### A.1 Recurso humano

Tabla Nº33 Planta del personal

| CARGO              | CANTIDAD |
|--------------------|----------|
| Jefe de la Oficina | 1        |
| Especialista       | 1        |
| secretaría         | 1        |
| Egresados          | 3        |

Fuente: Elaboración propia

## A.2. Recurso físico

**Tabla N°34 Equipo de cómputo y comunicación**

| CONCEPTO                          | CANTIDAD |
|-----------------------------------|----------|
| Computador con elementos de audio | 4        |
| Impresoras                        | 1        |

Fuente: Elaboración propia

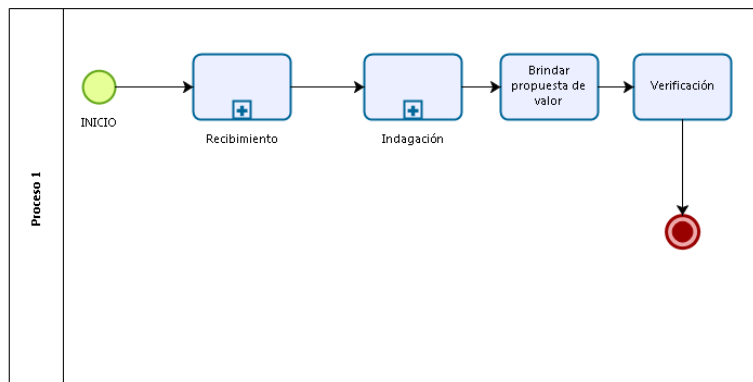
### a. Activos fijos Operativos

**Tabla N°35 Muebles y enseres**

|                          |   |
|--------------------------|---|
| Escritorios              | 1 |
| Escritorio de secretaria | 1 |
| Escritorios              | 2 |
| Sillas                   | 3 |
| Sillas auxiliares        | 3 |
| Archivadores             | 1 |
| Mesa de juntas           | 1 |
| Papeleras                | 3 |
| Mesa de centro           | 1 |
| Sillas de espera x 3     | 2 |

Fuente: Elaboración propia

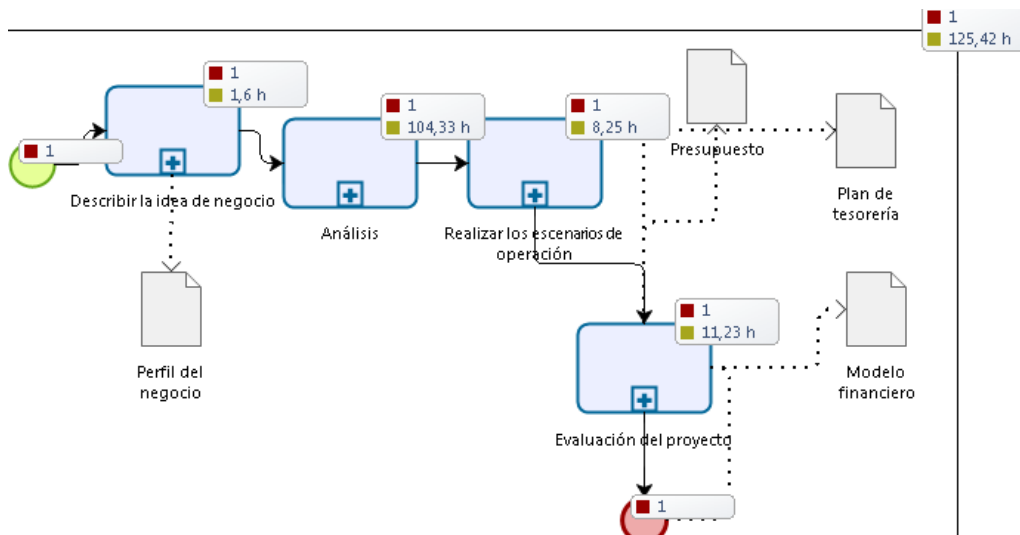
## B. Descripción de los procesos.



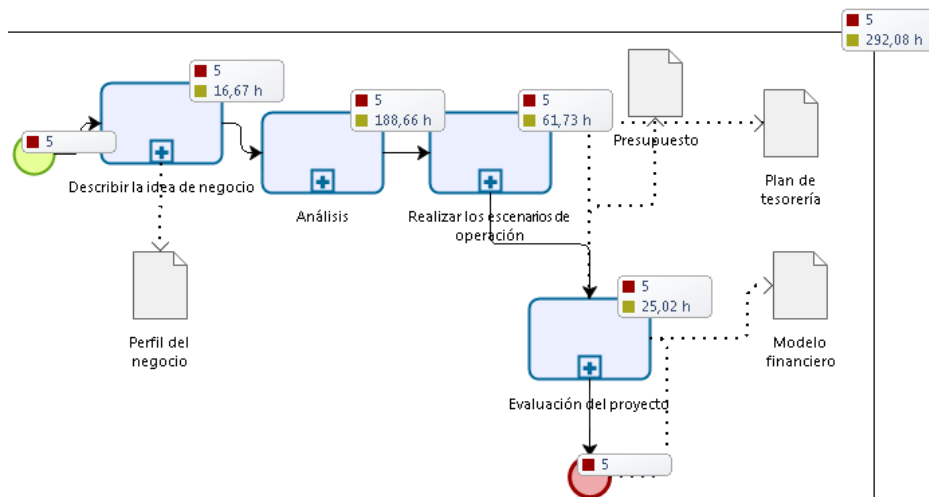
## C. Definir tiempos y operaciones.

### C.1. Servicio de Preparación y evaluación de proyectos.

a. El tiempo utilizado en 1 servicio es de 125, 42 horas, el cual inicia con la descripción de la idea de negocio y culmina con la evaluación del proyecto

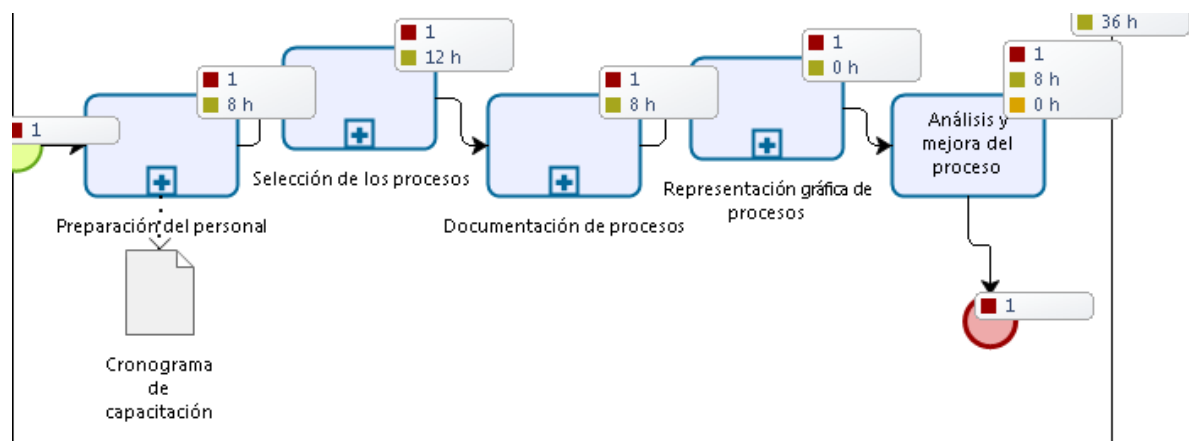


b. El tiempo utilizado en 5 servicio es de 292,08 horas

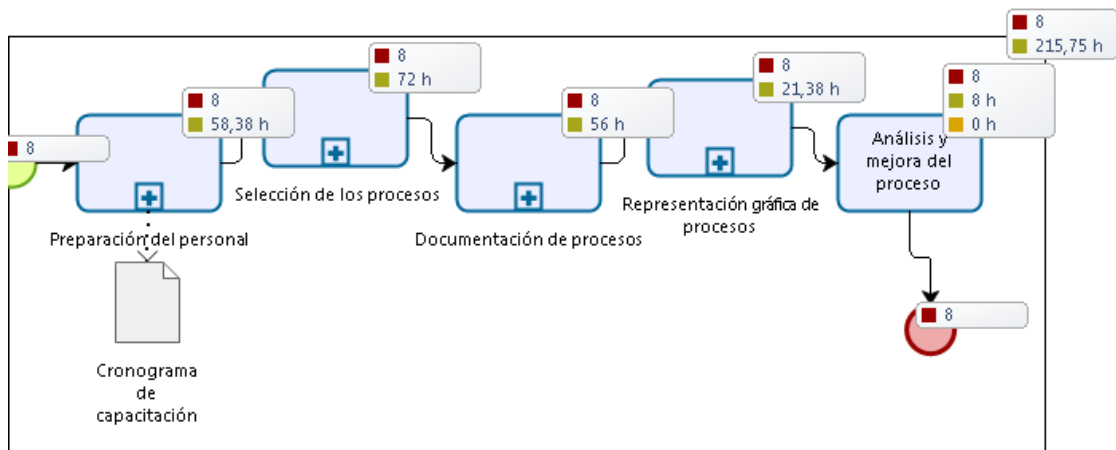


## C.2 Diseño de procesos

Tiempo utilizado en 1 servicio es de 36 horas

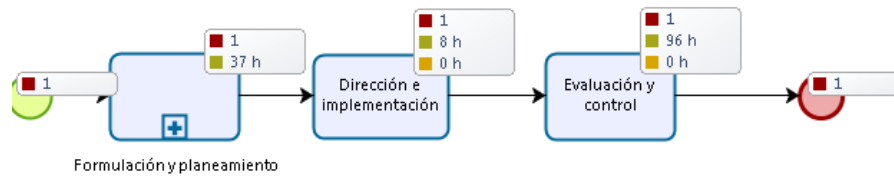


Tiempo utilizado en 8 servicios es de 215,75 horas

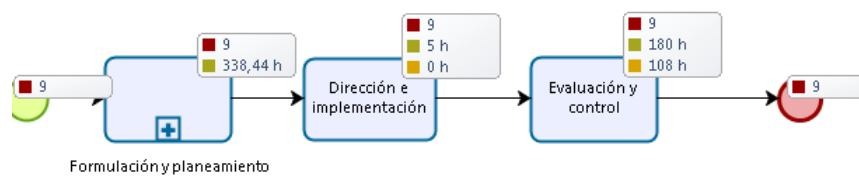


### c.3 Planeamiento estratégico

Tiempo utilizado en 1 servicio es de 96 horas

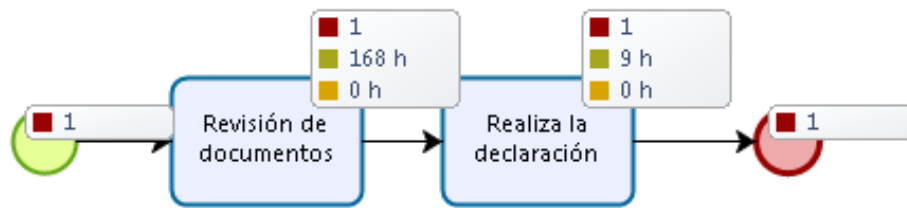


Tiempo utilizado en 9 servicios es de 180 horas

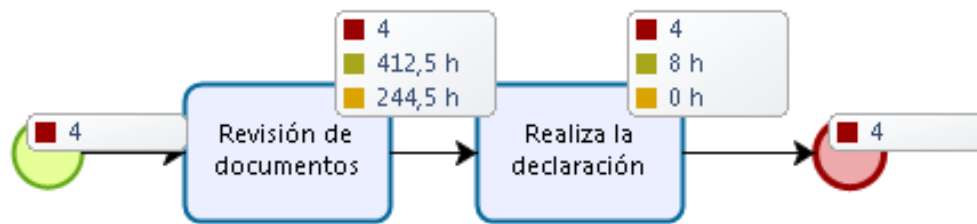


### C.4 Contable y tributaria

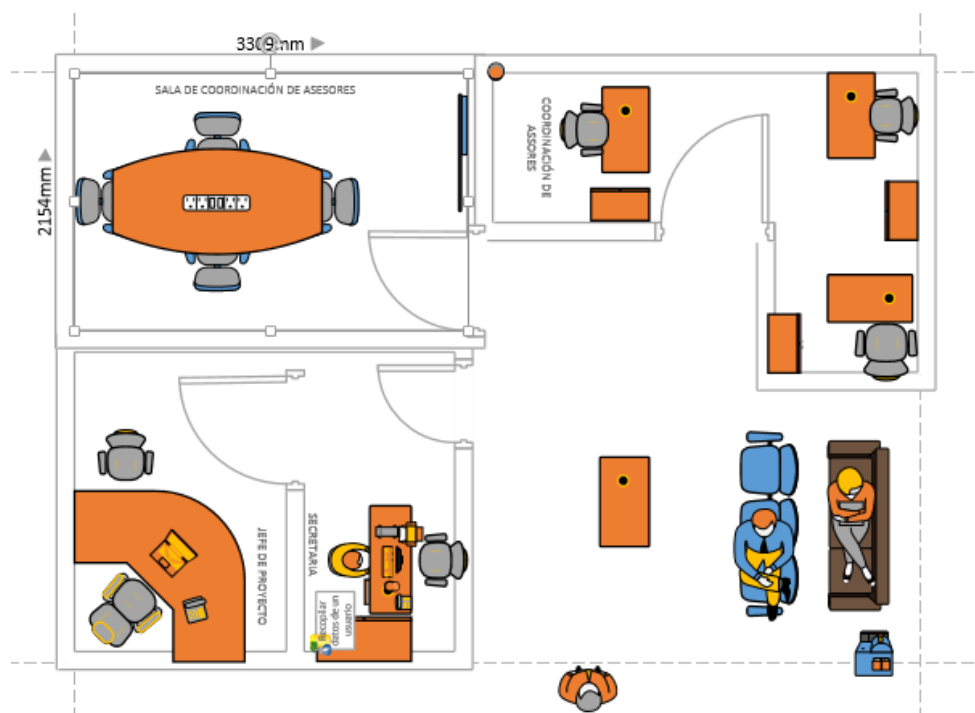
Tiempo utilizado en 1 servicio



Tiempo utilizado en 4 servicio



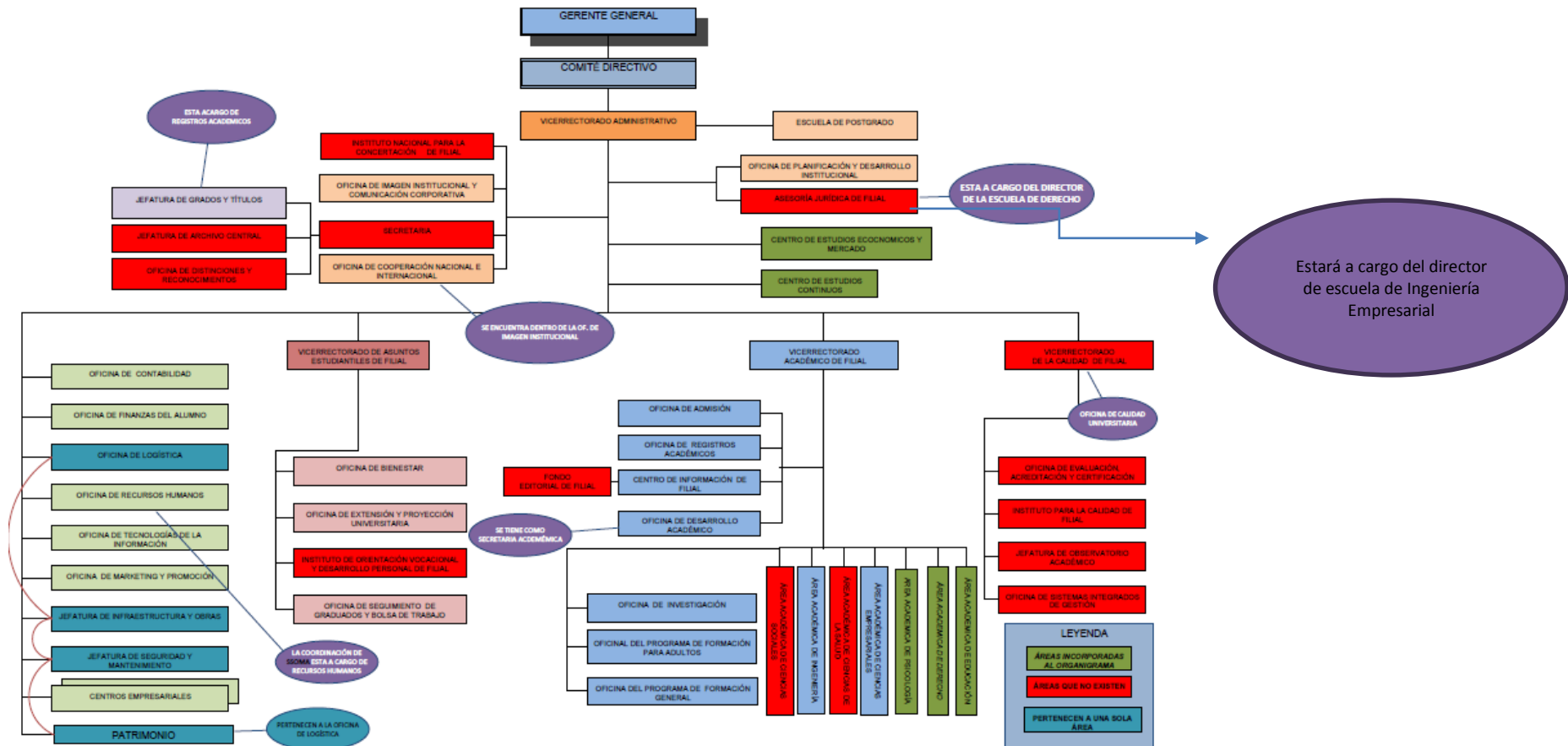
### 3.3.4 Distribución de la Oficina





### 3.4 Organización

#### 3.4.1 Estructura legal



### **3.4.2 Estudio de la organización**

#### **A. Misión**

La Oficina de Servicios Empresariales brindará servicios de consultoría y asesoramiento para las MYPE de las líneas de Servicio, Comercio e industrias en sus necesidades, manteniendo un servicio exhaustivo para garantizar el mejoramiento integral y continuo de los clientes, promoviendo la confiabilidad, privacidad y profesionalismo al realizarse el servicio, teniendo en cuenta para los trabajadores, un clima laboral cálido y que les permita su desarrollo profesional y humano.

#### **B. Visión**

La Oficina de Servicios Empresariales será dentro de cinco (5) años, la empresa líder en la prestación de servicios especializados de asesoría a MYPE en Chiclayo, ofreciendo un servicio integral con el mejor talento humano, con una organización ágil, garantizando una inmejorable relación entre los diferentes recursos necesarios y las empresas contratantes.

#### **C. Objetivos**

##### **C.1 Objetivo general**

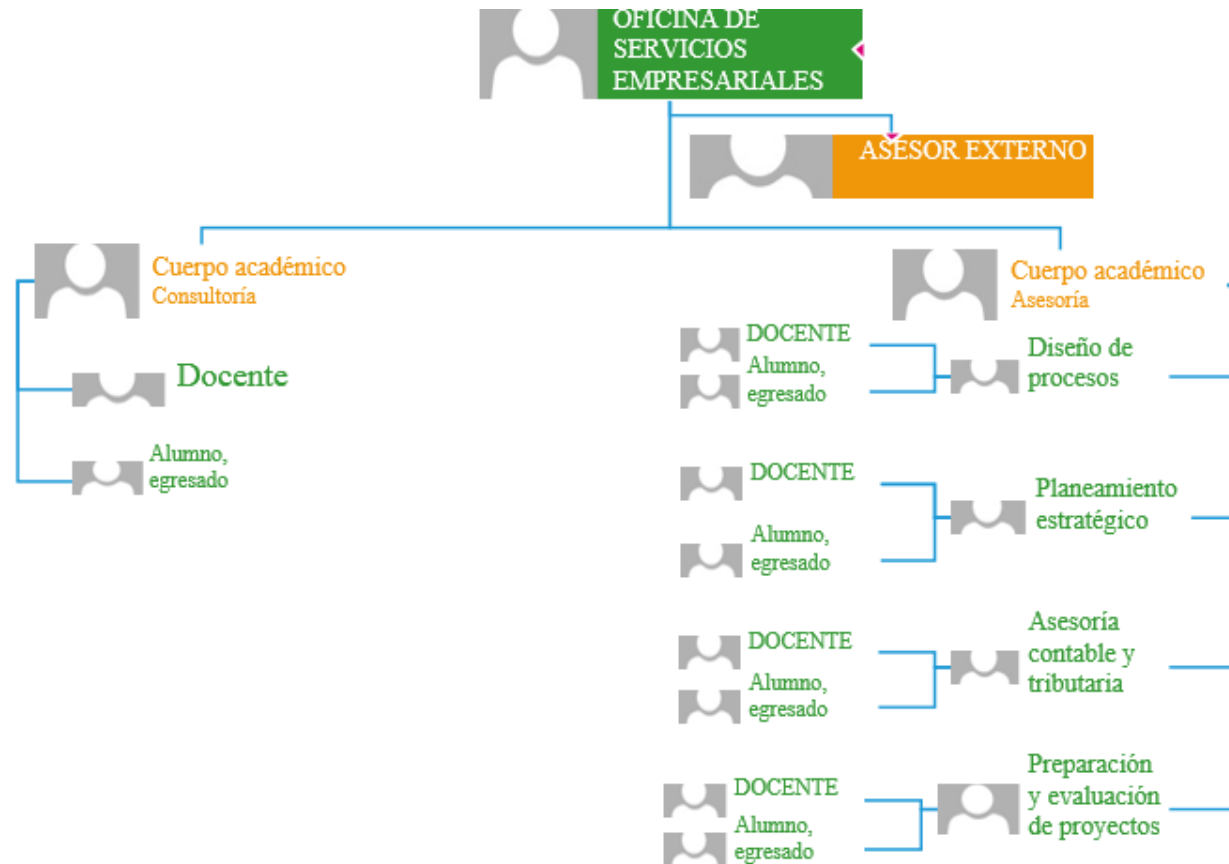
Brindar servicios empresariales que involucre a especialistas, docentes, egresados y estudiantes enfocados en el asesoramiento a MYPE de Chiclayo y personas con ideas de negocio, siendo parte del modelo de RSU.

##### **C.2. Objetivos específicos**

- a. Trabajar de manera colaborativa para brindar servicios empresariales involucrando a especialistas, docente, egresados y estudiantes
- b. Estimar el costo beneficio (tangible e intangible), por los servicios brindados y su impacto en la comunidad.
- c. Involucrar a las universidades en la generación de puestos de trabajo.

### 3.4.3 Estructura administrativa

#### A. Organigrama



## B. Descripción de funciones

Tabla N°36 Planta del personal

| CARGO              | CANTIDAD |
|--------------------|----------|
| Jefe de la Oficina | 1        |
| Especialista       | 1        |
| secretaria         | 1        |
| Egresados          | 3        |

Fuente: Elaboración propia

Teniendo como referencia el Manual de clasificación de cargos del Ministerio de la Producción. (Oficina General de Planeamiento y Presupuesto del Ministerio de la Producción, 2012). Y Describiendo: Criterios para la Clasificación de cargos (criterio funcional: se basa en la naturaleza de las funciones para cada cargo; criterio de responsabilidad: se basa en el nivel de responsabilidad, asignado por lo complejo de las funciones y la obligación de su cumplimiento; criterio de condiciones mínimas: son las características exigibles que debe reunir una persona que ocupa un cargo, definido a su formación profesional experiencia laboral y habilidades.

### B.1 Perfil/requisitos del jefe de oficina

#### a. Función básica

- Planificar y supervisar programas y actividades vinculadas a su área.
- Ejecutar y coordinar la elaboración de instrumentos normativos, directivos u otros relacionados a su área, según corresponda.
- Absolver consultas técnico-administrativas vinculadas al ámbito de su competencia.
- Prestar asesoramiento en asuntos relacionados al ámbito de su competencia.
- Conducir e integrar equipos de trabajo especializado cuando corresponda.

-Participar en eventos, conferencias, reuniones, capacitaciones u otros según corresponda.

b. Perfil mínimo del cargo

-Formación: Título profesional o grado de bachiller en carreras afines al cargo

c. Conocimientos técnicos

-Manejo de herramientas y aplicativos informáticos a nivel usuario

d. Experiencia

-No menor de 4 años de experiencia en el sector privado.

B.2 Perfil/requisitos del especialista

a. Función básica

-Coordinar y gestionar con los órganos de apoyo y asesoramiento, las acciones administrativas en materia de su competencia.

-Elaboración de las actividades del Plan Operativo vinculada al área correspondiente.

-Efectuar las acciones presupuestarias, en coordinación con la Oficina de Presupuesto.

-Participar en la formulación y evaluación de planes de capacitación.

-Evaluar y emitir dictámenes e informes sobre expedientes administrativos, en el ámbito de su competencia.

-Emitir opinión y proponer normas y programas de capacitación vinculadas al área.

-Participar en eventos técnicos nacionales e internacionales, comisiones o grupos de trabajo en representación el área.

b. Perfil mínimo del cargo

-Formación: Título profesional o grado bachiller en economía, administración, o carreras afines al cargo

c. Conocimientos técnicos

Estudios de especialización o capacitación en materias requeridas para el cargo.

-Manejo de herramientas y aplicativos informáticos a nivel usuario.

d. Experiencia

-No menor de tres años en el sector público o privado.

B.3 Perfil/requisitos DEL Cuerpo académico

Docentes

a. Perfil/requisitos del docente de diseño evaluación de planes de negocio.

-Grado: Magíster

-Título: Ingeniero empresarial, economista o carreras afines.

-Experiencia: tres años de experiencia dictando clases en asignaturas de ingeniería- un año trabajando en empresas

-Total, de horas: 3 horas teoría y 2 practicas.

-Competencia

-Aplica lo conceptos teóricos y prácticos para desarrollar el plan de negocios para una organización empresarial, con la finalidad de disminuir el riesgo y maximizar la eficiencia; de forma ética y legal.

b. Perfil/requisitos del docente de arquitectura de procesos

-Grado: Bachiller o Magister

-Título Ingeniero

-Experiencia como ingeniero: Mínimo un año desempeñándose en su carrera.

--Experiencia en docencia: tres años de experiencia dictando clases en asignaturas de ingeniería

c. Perfil/requisitos del docente de planeamiento estratégico

-Perfil docente de gestión de proyectos

-Grado: Licenciado en Economía y Magister

-Título: Licenciado en Economía

-Experiencia: 3 años de experiencia en docencia- 1 año en sector Empresarial

-Horas 3 teorías y 2 prácticas

d. Perfil/requisitos del docente de contabilidad y derecho empresarial

-Grado: Magíster en Derecho o carreras afines

-Título: Magíster en Derecho o carreras afines

Experiencia: 3 años en docencia universitaria

-Explica el marco jurídico que rige el establecimiento y desarrollo de las organizaciones empresariales, asumiendo una actual crítica, creativa y responsable.

B.4. Perfil/requisitos de la secretaria

a. Función básica

-Acoger, anotar, clasificar, y guardar en físico o digitado en el momento necesario, los documentos sean internos o externos.

- Realizar labores de apoyo secretarial.
- Redactar documentos variados.
- Preparar y ordenar los documentos que se requieran en las diferentes reuniones de trabajo.
- Organizar y mantener actualizado el archivo físico
- Coordinar reuniones y preparar agendas en el ámbito de su competencia.

#### b. Formación

- Título en Secretariado Ejecutivo

#### c. Conocimiento

- Capacitación en la especialidad.

2. Manejo de herramientas informáticas y aplicativos a nivel de usuario.

### **3.5 Estudio financiero**

Este estudio presenta las condiciones generales para determinar las inversiones necesarias, los costos del servicio, administración.

#### **3.5.1 Plan económico-financiero**

Nos brinda la información relevante sobre las necesidades económicas de la empresa, es decir los requerimientos para el funcionamiento sostenible de esta, así como la parte de financiación, es decir cómo se obtendrá el dinero necesario para llevar a cabo la empresa con normalidad y así sustentar su viabilidad controlando y analizando la duración de todo el proyecto.

##### A. Cálculo del coste de implementación



| CONCEPTO                          | CANTIDAD | COSTO UNITARIO (S/.) | COSTO TOTAL (S/.) |
|-----------------------------------|----------|----------------------|-------------------|
| Computador con elementos de audio | 4        | 2.500                | 10.000            |
| Impresoras                        | 1        | 180                  | 180               |
| <b>SUBTOTAL</b>                   |          |                      | <b>10.180</b>     |
| Escritorios                       | 1        | 300                  | <b>300</b>        |
| Escritorio de secretaria          | 1        | 150                  | <b>150</b>        |
| Escritorios                       | 2        | 260                  | <b>520</b>        |
| Sillas                            | 3        | 200                  | <b>600</b>        |
| Sillas auxiliares                 | 3        | 60                   | <b>180</b>        |
| Archivadores                      | 1        | 70                   | <b>70</b>         |
| Mesa de juntas                    | 1        | 150                  | <b>150</b>        |
| Papeleras                         | 3        | 15                   | <b>45</b>         |
| Mesa de centro                    | 1        | 100                  | <b>100</b>        |
| Sillas de espera x 3              | 2        | 200                  | <b>400</b>        |
| <b>SUBTOTAL</b>                   |          |                      | <b>2.515</b>      |
| <b>TOTAL</b>                      |          |                      | <b>12.695</b>     |

#### B. Costo fijo

| CARGO              | CANTIDAD | COSTO UNITARIO (S/.) | COSTO TOTAL Mes (S/.) |
|--------------------|----------|----------------------|-----------------------|
| Jefe de la Oficina | 1        | 3.000                | 3.000                 |
| Especialista       | 1        | 2.000                | 2.000                 |
| secretaria         | 1        | 1.200                | 1.200                 |
| Egresados          | 3        | 850                  | 2.550                 |
| <b>TOTAL</b>       |          |                      | <b>8.750</b>          |

#### C. Costo variable

| ITEM  | Detalle    | Unidad | Cantidad | Valor | Mes (S/.) |
|---|------------|--------|----------|-------|-----------|
| <b>Papelería en general, útiles y materiales de oficina</b> | Papel bond | Millar | 2        | 11    | <b>22</b> |
|   | Cuadernos  | Unidad | 2        | 2     | <b>4</b>  |
|   | Lapices    | Unidad | 2        | 1     | <b>2</b>  |
|   | Lapiceros  | Unidad | 10       | 1     | <b>10</b> |
|   | Resaltador | Unidad | 5        | 2     | <b>10</b> |
|   | Tajador    | Unidad | 5        | 1     | <b>5</b>  |
| <b>TOTAL S/.</b>  |            |        |          |       | <b>53</b> |

## D. Gasto Fijo

| ITEM                     | Mes<br>(S/.) |
|--------------------------|--------------|
| Movilidad                | 30           |
| Energia electrica        | 100          |
| Agua                     | 50           |
| Teléfono fijo e internet | 69           |
| <b>TOTAL</b>             | <b>249</b>   |

## E. Gasto variable

| ITEM                         | Mes<br>(S/.) |
|------------------------------|--------------|
| Gratificación funcionario    | 250          |
| Gratificación administración | 100          |
| Essalud funcionarios         | 270          |
| Essalud administración       | 108          |
| Cts funcionario              | 250          |
| Cts administrativos          | 100          |
| <b>TOTAL</b>                 | <b>1078</b>  |

## F. FORMAS DE FINANCIAMIENTO

### F.1. PROPIO

La escuela de Ingeniería Empresarial presentará el proyecto al área de responsabilidad social universitaria para su evaluación.

Y parte de los recursos humanos será cubierta por presupuesto de la escuela, así como el plan operativo por formar parte de la Responsabilidad social que la escuela debe ejercer para su posterior acreditación como carrera profesional.

### F.2 PRIVADO

#### a. GRUPO BID

Prestamista multilateral más antiguo siendo el principal socio en los proyectos del sector privado que incluyan el aspecto financiero y social llegando a contribuir a la disminución el porcentaje de la pobreza y ayudando a incrementar la sostenibilidad de la economía dentro de un determinado país.

El Grupo BID ofrece una extensa diversidad de involucrados iniciando en microempresas y llegando a las grandes compañías, tanto en terceros u organizaciones que no persigan lucrar.

Apoya proyectos de distintos ámbitos o sectores que requieran la ayuda.

Dando primacía a proyectos que incluyan un propósito de integración o comercio dentro de la región que cuenten con mayor inclusión de las personas que se encuentren en la sociedad.

Proyectos de educación, salud, vivienda, capacitación laboral.

A continuación se explicará el reflejo en el grupo BID y el impacto que se tiene.

| INSTRUMENTO | TAMAÑO | VENTANILLA                        | SECTOR  |
|-------------|--------|-----------------------------------|---|
| Donación    |        | Fondo multilateral de inversiones | Acceso al financiamiento, mercados, capacidades y servicios básicos, beneficios para microempresas, emprendedores y pequeñas empresas |
| Donación    |        | Oportunidades para la Mayoría     | Exclusivo interés en modelos de negocios y servicios financieros para la base de la pirámide  |

Beneficios de vincularse con el Grupo BID.

Vasto conocimiento de América Latina y el Caribe:

Productos innovadores, riesgos bien calculados

Adicionalidad financiera

Cultura de responsabilidad

Inversiones sostenibles

## F. Plan Operativo

| OFICINA DE SERVICIOS DE DESARROLLO EMPRESARIAL | Objetivo estratégico   | Actividad                | Sub-actividad                  | Fecha         | Meta               | Costo | Responsable                       | Documento                                    |               |
|--|--|--------------------------|--------------------------------|---------------|--------------------|-------|-----------------------------------|--|---------------|
|  |  |                          |                                |               | semestre I         |       |                                   |  |               |
| 1  | Desarrollar la proyección y extensión universitaria integrada al proceso de formación profesional, orientada al desarrollo sostenible de la comunidad. | Presentación de proyecto | Elaboración del proyecto       | ENERO-FEBRERO | 1 proyecto         | 3251  | Olga Chaname                      | PROYECTO                                     |               |
|  |  |                          | Entrega de proyecto            | ENERO-FEBRERO |                    | 0     |                                   | Escuela de Ingeniería Empresarial            | PROYECTO      |
|  |  |                          | Evaluación de proyecto         | ENERO-FEBRERO |                    | 0     |                                   | Área de responsabilidad social universitaria | PROYECTO      |
|  |  |                          | Proyecto aceptado              | MARZO         |                    | 0     |                                   | Universidad César Vallejo                    | INFORME       |
| 2  |  | Contactar a MYPE         | Realizar convenio con CODEMYPE | ABRIL         | 1 convenio         | 0     | Escuela de Ingeniería Empresarial | CONVENIO                                     |               |
|  |  |                          | Crear una base de datos        | ABRIL         | 200 contactos      | 0     |                                   | Especialista                                 | LISTA DE MYPE |
|  |  |                          | Llamar a MYPE                  | ABRIL         | 78 asistentes      | 20    |                                   | Secretaria                                   | INFORME       |
| 3  |  | Coordinación con la      | Asignar de aula                | ABRIL         | 1 aula disponibles |       | Dirección académica               | SOLICITUD DE AULA                            |               |

|    |  |  |                                     |       |                   |     |                                   |                                   |
|----|--|--|-------------------------------------|-------|-------------------|-----|-----------------------------------|-----------------------------------|
| 4  |  | Universidad para el aula y espacio de la Conferencia | Verificar material                  | ABRIL | Lista de material | 0   | Escuela de Ingeniería Empresarial | LISTA DE MATERIAL                 |
| 5  |  | Aplicación de encuesta de información                | Elaborar encuesta                   | ABRIL |                   | 5   | Olga Chaname                      | ENCUESTA                          |
| 6  |  |  | Entregar encuesta                   | ABRIL | 78 MYPE           | 0   | Escuela de Ingeniería Empresarial | ENCUESTA                          |
| 7  |  | Realiza el conferencia                               | Determinar los temas a tratar       | ABRIL | 4 temas           | 0   | Escuela de Ingeniería Empresarial | LISTA DE TEMAS                    |
| 8  |  |  | Se selecciona al ponente            | ABRIL | 4 ponentes        | 0   | Escuela de Ingeniería Empresarial | HOJA DE VIDA DEL PONENTE          |
| 9  |  |  | Entregar trípticos                  | ABRIL | 78 trípticos      | 300 | Olga Chaname                      | TRIPTICOS                         |
| 10 |  |  | Conferencia                         | ABRIL |                   | 0   | Docentes                          | LISTA DE ASISTENTES               |
| 11 |  |  | Coctel de bienvenida                | ABRIL |                   | 96  | Olga Chaname                      |                                   |
| 12 |  |  | Aplicar la encuesta de satisfacción | 0     | ABRIL             | 78  | 0                                 | Escuela de Ingeniería Empresarial |

|                                |  |   |   |       |    |                     |                                   |                          |
|--------------------------------|--|---|---|-------|----|---------------------|-----------------------------------|--------------------------|
| 13                             |  | Elaborar los ítems para la base de datos. | 0 | ABRIL |    | 0                   | Escuela de Ingeniería Empresarial | FORMATO PARA BAE DE DATO |
| 14                             |  | Determinar los alumnos aptos              | 0 | ABRIL | 15 | 0                   | Escuela de Ingeniería Empresarial | LISTA DE ALUMNOS         |
| COSTO TOTAL DEL PLAN OPERATIVO |  |   |   |       |    | <b>S/. 3.672,00</b> |                                   |                          |

## G. Inversión total

| ITEM                    | Año 1<br>(S/.) | Año 2<br>(S/.) | Año 3<br>(S/.) |
|-------------------------|----------------|----------------|----------------|
| COSTO FIJO              | 105.000        | 105.000        | 105.000        |
| COSTO VARIABLE          | 636            | 636            | 636            |
| COSTO DE IMPLEMENTACIÓN | 12.695         | 0              | 0              |
| GASTO FIJO              | 2.988          | 2.988          | 2.988          |
| GASTO VARIABLE          | 12.936         | 12.936         | 12.936         |
| PLAN OPERATIVO          | 3.672          | 3.672          | 3.672          |
| <b>TOTAL</b>            | <b>137.927</b> | <b>121.560</b> | <b>121.560</b> |



## VIII. REFERENCIAS

### a. Bibliografía

**ABREU Beristain, Martín. 2006.** Formulación y Evaluación de proyectos de inversión en México. *colpamex*. [En línea] 22 de Marzo de 2006. [Citado el: 12 de Agosto de 2016.] <http://www.colpamex.org/Revista/Art5/24.pdf>.

**ALCOVER de la Hera, Carlos María y LÓPEZ Alcalá, Juan Manuel. 2006.** *La responsabilidad social de la Universidad y el papel de los Defensores Universitarios*. Elche, Universidad de ALICANTE Y MIGUEL HERNANDEZ DEL ELCHE. Alicante : IX ENCUENTRO ESTATAL DE DEFENSORES UNIVERSITARIOS, 2006. pág. 8, Documento de trabajo.

**ALONSO Velásquez, María del Pilar. 2012.** *Manual de Consultoría administrativa*. México : Plaza y Valdés S.A, 2012. 978-607-402-449-4.

**ARRIOLA Mairén, Gildardo Guadalupe. 2010.** El estudio de viabilidad de un proyecto. Nota técnica 3. [En línea] 2010. [Citado el: 07 de Junio de 2016.] [http://cunori.edu.gt/descargas/NOTA\\_TECNICA.3.2010.ESTUDIO\\_DE\\_VIABILIDAD.pdf](http://cunori.edu.gt/descargas/NOTA_TECNICA.3.2010.ESTUDIO_DE_VIABILIDAD.pdf).

**BECERRA Acevedo, Ana Magreth. 2006.** *Estudio de viabilidad para la creación de un Centro infantil como un programa de la división de bienestar universitario en la Universidad Industrial de Santander*. Universidad Industrial de Santander. Bucaramanga : Universidad Industrial de Santander, 2006. Tesis.

**BEGOÑA Gavilán, Isabel Massa, NEREA Guezuraga, Aritza Bergara y RAFAEL López, Arostegui. 2010.** Guía para la gestión de proyectos sociales. *www.3sbizkaia.net*. [En línea] Octubre de 2010. [Citado el: 22 de Agosto de 2016.] <http://www.telefonodelaesperanza.org/imgs/2461.pdf>. ISBN-13:978-84-936634-3-8.

**CALLE Ramírez, Diana Cristina, SANTACRUZ Moncayo, Tamara Carolina y ORTEGA Vasquez, Xavier. 2011.** *Modelo de Responsabilidad Social Universidad Aplicado en la Universidad Politécnica Salesiana Sede Cuenca*. Cuenca : Ruth Patricia Guamán León, 2011.

**CASTILLO Morante, Miguel Alejandro. 2010.** *Los servicios de desarrollo empresarial (sde) y sus efectos sobre el desempeño económico-empresarial de las mype usuarias en el distrito de piura*. Piura : Universidad Nacional de Piura, 2010.

- CEEI CIUDAD REAL. 2004.** Guía de apoyo al emprendedor. *Como realizar un estudio de mercado.* [En línea] 14 de 09 de 2004. [Citado el: 15 de 08 de 2016.] [http://www.eenasque.net/guia\\_transferencia\\_resultados/files/CEEI\\_Ciudad\\_Real-Guia\\_para\\_la\\_elaboraci%2B%A6n\\_de\\_un\\_estudio\\_de\\_mercado.pdf](http://www.eenasque.net/guia_transferencia_resultados/files/CEEI_Ciudad_Real-Guia_para_la_elaboraci%2B%A6n_de_un_estudio_de_mercado.pdf).
- COHEN, William A. 2005.** *Como ser un consultor exitoso.* Bogotá : Grupo Editorial Norma, 2005. 978-9580473237.
- CÓRDOVA Padilla, Marcial. 2011.** *Formulación y evaluación de proyectos.* 2da. Bogotá : ECOE Ediciones, 2011. pág. 362. ISBN 978-144-926-196-2.  
*Formulación y Evaluación de proyectos.* [ed.] Francisco López Toro. Segunda. Bogotá : Ecoe Ediciones, 2011. ISBN: 978-958-648-700-9.
- D´ALESSIO Ipinza, Fernando A. 2013.** *El proceso estratégico, un enfoque de Gerencia.* Perú : PEARSON, 2013. ISBN: 978-607-32-1886-3.
- DIAZ, Filomeno y RIZO Patrón, K. 2007.** . *Relación y compromisos con los grupos de interés. Guía práctica para mpresas peruanas.* Lima : s.n., 2007.
- DROZNES, Lázaro. 2005.** Manual para un plan de negocios. *Guia de trabajo basada en modelos, plantillas y check lists.* [En línea] Enero de 2005. [Citado el: 08 de Octubre de 2016.] <http://site.ebrary.com/lib/bibsipansp/reader.action?docID=10091104>.
- EUMED. 2004.** Biblioteca Virtual eumed. [En línea] 2004. [Citado el: 13 de Agosto de 2016.] <http://www.eumed.net/coursecon/libreria/2004/rab/7.5.htm>.
- FANDIÑO Soto, Libardo y TRUJILLO Peña, German Mauricio. 2010.** *Plan de negocios para la creación de una empresa de asesorías y consultorías para las pymes en el area metropolitana de bucaramanga.* Bogota : Universidad EAN, 2010. pág. 122, TESIS.
- FERNÁNDEZ Espinoza, Saúl. 2007.** *Los proyectos de inversión.* Primera edición. Cartago : Tecnológica de Costa Rica, 2007. pág. 238. ISBN 9977-66-185-5.
- FIERRO Martínez, Ángel María. 2015.** *Contabilidad general con enfoque NIIF para Pymes.* Bogotá : Ecoe Ediciones, 2015. 978-958-771-183-7.
- FINNIGAN, J.P. 1997.** *Estrategias Internacionales de Servicio al Cliente. Como medir y asegurar su satisfacción México.* México : s.n., 1997.
- GAETA Quezada, Ricardo. 2011.** *Responsabilidad social universitaria: una nueva mirada a la relación de la universidad con la sociedad desde la perspectiva*

*de las partes interesadas. un estudio de caso.* Valladolid : Universidad de Valladolid, 2011.

**GAMBIRI Martínez, Juan Félix. 2012.** *Estadísticas de la MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA.* Lima : Solvima graf S.A.C, 2012.

**GARIZURIETA Meza, Miguel Hugo, y otros. 2011.** *Red de laboratorios empresariales.* Veracruz : IIESCA, 2011.

**GOLDMARLK, Lara. 1996.** *Servicios de desarrollo empresarial: un Esquema de Análisis.* Washington : s.n., 1996.

**HAMILTON Wilson, Martín y PEZO Paredes, Alfredo(coautor). 2005.** *Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados.* [ed.] Serie Gestores Tecnológicos. Colombia : Convenio Andrés Bello, 2005. ISBN: 9586981746..

Harris, M., & Gibson, S. (2006). Determining the Common Problems of Early Growth of Small Businesses in Eastern North Carolina. *SAM Advanced Management Journal*, 71(2), 39-45.

**HORIVITZ, Jacques. 2000.** *Los siete secretos del servicio al Cliente.* España : Pearson Educación S.A, 2000. 2000. 84-205-3019-0..

*Incubación empresarial en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.*

**GUTIERREZ HUBY, Ana María. 2012.** 37, Lima : QUIPUKAMAYOC, Agosto de 2012, Revista de la Facultad de Ciencias Contables, Vol. 20, pág. 144. ISSN: 1609-8196.

**INFANTE, Mario. 1998.** *Esquema para elaborar el perfil de proyecto de desarrollo regional.* Buenos aires : IICA, 1998.

**Instituto para la Calidad Empresarial. 2009.** Servicios de desarrollo empresarial. [En línea] Facultad de ciencias administrativas y recursos humanos, 2009. [Citado el: 19 de 09 de 2016.] <http://www.administracion.usmp.edu.pe/ice/>.

**Instituto Universidad Empresa y Sociedad IES. 2015.** Servicio empresariales. [En línea] USAT, 2015. [Citado el: 19 de 09 de 2016.] <http://www.usat.edu.pe/ies/index.php>.

**JOSEPH, Jaime, PEREYRA, Omar y MARÍN, Luis. 2009.** *Haciendo ciudades y ciudadanía desde espacios locales : experiencias desde San Martín de Porres, Lima y José Leonardo Ortiz, Chiclayo.* [ed.] Consejo Latinoamericano de Ciencias. Buenos Aires : CLACSO, 2009. pág. 272. ISBN 978-987-1543-22-9. *Las Innovaciones Tecnológicas en las Pymes.*

**ESPINOZA Herrera, Nemesio. 2014.** 7, Lima : UNMSM, 6 de 11 de 2014, Gestión en el Tercer Milenio, Vol. 4, págs. 24-33. Disponible en <<http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/view/9985/9218>>. ISSN 1728-2969.

**Ley Nº28015. 2003.** LEY DE PROMOCIÓN Y FORMALIZACIÓN DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA. MINTRA. [En línea] 03 de 07 de 2003. [Citado el: 25 de 06 de 2016.] [http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY\\_28015.pdf](http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY_28015.pdf). 28015.

**LUJÁN Garcia, Darkys y MACHADO Noa, Noyla. 2008.** *Procedimiento general para el diseño , folletos gerenciales*. s.l. : Folletos gerenciales, 2008. ISSN: 1726-5851.

**MARTÍNEZ de Carrasquero, Cynthia, y otros. 2008.** *La responsabilidad social universitaria como estrategia de vinculación con su entorno social*. Maracaibo : FRONESIS, 2008. págs. 2-23. ISSN 1315-6268.

**MARTINIC, Sergio. 1996.** *Evaluación de Proyectos. Conceptos y herramientas para el aprendizaje*. 1996.

**Ministerio de la Producción. 2011.** CRECEMYPE. [En línea] Junio de 2011. [Citado el: 24 de Junio de 2016.] [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con2\\_uibd.nsf/CAA5C9EF8AA58819052577C200758BF2/\\$FILE/Ley\\_N%C2%B0\\_29271.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con2_uibd.nsf/CAA5C9EF8AA58819052577C200758BF2/$FILE/Ley_N%C2%B0_29271.pdf)..

**MONEVA, José Mariano y MARTÍN, Emilio. 2011.** *UNIVERSIDAD Y DESARROLLO SOSTENIBLE: ANÁLISIS DE LA RENDICIÓN DE CUENTAS DE LAS UNIVERSIDADES DEL G9 DESDE UN ENFOQUE DE RESPONSABILIDAD SOCIAL*. Zaragoza : Universidad de Zaragoza, 2011. ISSN 2171-6668.

**MORALES da Costa, Oscar Abraham. 2006.** *Estudio de pre-factibilidad para la instalación de una incubadora de negocios agroindustriales en la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM*. Lima : Programa Cybertesis PERÚ, 2006.

**Normas legales. 2014.** Nueva Ley Universitaria N°30220 . [En línea] 09 de Junio de 2014. [Citado el: 07 de Junio de 2016.] <http://www.sunedu.gob.pe/nueva-ley-universitaria-30220-2014/>.. 1108082-1.

**Nueva Ley Universitaria 30220. 2014.** Legislación SUNEDU. *sunedu.gob.pe*. [En línea] SUNEDU, 09 de Julio de 2014. [Citado el: 2016 de Mayo de 15.] <http://www.sunedu.gob.pe/nueva-ley-universitaria-30220-2014/>.

**OBS Business School. 2015.** Elementos para determinar la viabilidad de un proyecto social. Project Management. [En línea] 02 de Noviembre de 2015. [Citado el: 08 de Junio de 2016.] <http://www.obs-edu.com/blog-project-management/proyectos-sociales/elementos>.

**Oficina General de Planeamiento y Presupuesto del Ministerio de la Producción. 2012.** Ministerio de la Producción. *Produce*. [En línea] 2012. [Citado el: 20 de Noviembre de 2016.] [http://www2.produce.gob.pe/dispositivos/publicaciones/2012/agosto/manual\\_clasificacion\\_cargos.pdf](http://www2.produce.gob.pe/dispositivos/publicaciones/2012/agosto/manual_clasificacion_cargos.pdf).

**Okpara, J. & Wynn, P. (2007).** *SAM Advanced Management Journal*, 72(2), 24–34. Recuperado el 15 de mayo de 2009.

**ORJUELA Córdova, Soledad y SANDOVAL medina, Paulina. 2002.** *Guía del estudio de mercado para la evaluación de proyectos*. Chile : Universidad de Chile, 2002.

**PABLO Perez, Juan y PABLO Trujillo, Juan. 2012.** *Creación de una empresa de consultoría integral para las MYPE ubicadas en la Ciudad de Bogotá*. Bogotá : Universidad EAN, 2012.

**PABON, Ricardo. 2013.** Preparación y evaluación de proyectos. *Viabilidad organizacional, legal y social*. [En línea] 06 de Noviembre de 2013. [Citado el: 22 de Agosto de 2016.] <http://aulapreparacionyevaluaciondeproyectos.blogspot.pe/2013/11/viabilidad-organizacional-legal-y-social.html>.

**PEDRAZA Rendón, Óscar Hugo. 2014.** *Modelo del plan de negocios para la micro y pequeña empresa*. MEXICO : GRUPO EDITORIAL PATRIA, 2014. 978-607-438-850-3.

**PEÑALOSA Castro, Eduardo, y otros. 2013.** *Modelo de responsabilidad social Universitaria*. México : Casa abierta el tiempo, 2013. CUA-95-13.

**Richard, LOPEZ Coz. 2012.** Incubadora Empresarial. [En línea] 19 de 04 de 2012. [Citado el: 19 de 09 de 2016.]

[http://www.cacvirtual.upla.edu.pe/distancia/as\\_cf.php/01/Taller%201-%20%20Incubadora%20Empresarial.pdf](http://www.cacvirtual.upla.edu.pe/distancia/as_cf.php/01/Taller%201-%20%20Incubadora%20Empresarial.pdf).

**RODRIGUEZ Reyes, Juan Luis. 2012.** *Propuesta de un modelo de responsabilidad social Universitaria en la Universidad Politécnica de Valencia.* Valencia : Facultad de administración y dirección de empresas, 2012.

**RUIZ Olabuénaga, José Ignacio. 2012.** *Metodología de la investigación cualitativa.* 5ta. Bilbao : Universidad de Deusto, 2012. Vol. 15. ISBN: 978-84-9830-673-6.

**SAAVEDRA, Manuel. 2001.** *Elaboración de tesis profesionales.* México D.F : Páx México Carlos Césarman S.A, 2001. ISBN 968-860-586-0.

**SALAZAR Chávez, Lily Doris y BRAVO Balderón, Percy Ruben. 2014.** *Currículo de Ingeniería Empresarial.* Chiclayo : Universidad César Vallejo, 2014.

**SANTIAGO Sobrero, Francisco. 2009.** *Análisis de Viabilidad: La cenicienta en los Proyectos de Inversión.* [En línea] 2009. [Citado el: 14 de 05 de 2016.] <http://www.asociacionag.org.ar/pdfcap/5/Sobrero,%20Francisco%20-%20ESTUDIOS%20DE%20VIABILIDAD%20LA%20CENICIENTA%20DE%20LOS%20PROYECTOS%20DE%20INVERSION.pdf>.

**SAPAG Chain, Nassir. 2011.** *Evaluación de proyectos de inversión en la empresa.* [ed.] Inés Fernández Maluf. Segunda. Santiago de Chile : Pearson Educación, 2011. pág. 544. ISBN:978-956-343-107-0.

**SAPAG Chaín, Nassir. 2007.** *Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación.* [ed.] María Fernanda Castillo. Primera. México : Pearson Educación de México S.A. de C.V, 2007.

**SARMIENTO S., Julio A. 2001.** *Evaluación de proyectos.* [En línea] 07 de Marzo de 2001. [Citado el: 25 de Setiembre de 2016.] <http://www.javeriana.edu.co/decisiones/Julio/EvalProy.PDF>.

**SUBSECRETARÍA GENERAL DE GOBIERNO. 2012.** [www.gobiernoabierto.gob.](http://www.gobiernoabierto.gob.cl) [www.gobiernoabierto.gob.](http://www.gobiernoabierto.gob.cl) [En línea] 26 de Setiembre de 2012. [Citado el: 30 de Junio de 2016.] [http://www.gobiernoabierto.gob.cl/sites/default/files/biblioteca/Serie\\_6.pdf](http://www.gobiernoabierto.gob.cl/sites/default/files/biblioteca/Serie_6.pdf).  
Serie\_6.

*Una aproximación a la responsabilidad social en la formación del trabajador social desde los estudios de ciencia, tecnología y sociedad.*

**ARANA Ercilla, Martha, y otros. 2007.** [ed.] Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. 8:211-234, Bogotá : Tabula Rasa, 28 de Abril de 2007, pág. 219. ISSN 1794-2489.

**UNESCO. 1998.** *Declaración Mundial sobre Educación Superior en el siglo.* París : Unesco, 1998.

**Universidad Señor de Sipán. 2016.** *Modelo de gestión de Responsabilidad Social Universitaria.* Pimentel : s.n., 2016.

**VALLAEYS, Francois. 2006.** BREVE MARCO TEORICO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA. [En línea] 2006. [Citado el: 16 de 05 de 2016.] <http://rsuniversitaria.org/web/images/stories/BreveMarcoTeodelaResponsabilidadSocialUniv.pdf>.

**VEGA Torres, José I. 2011.** *LOS ESTUDIOS DE VIABILIDAD PARA NEGOCIOS.* Mayaguez : Centro de Desarrollo Económico del Recinto Universitario de Mayagüez, 2011.

**VELA Velásquez, Julio César. 2011.** *Modelo para la Creación de Incubadoras de Empresas e la Realidad Peruana.* Lima : Pontificia Universidad Católica del Perú, 2011.

**Vicerrectorado académico. 2014.** *Modelo de Responsabilidad Social.* Lima : Consejo de Gestión de Responsabilidad Social Universitaria, 2014.

## b. ANEXOS

### Instrumentos

#### ENCUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA OFICINA QUE BRINDA SERVICIOS DE DESARROLLO EMPRESARIAL

#### Encuesta dirigida a las MYPE de la Ciudad de Chiclayo 2016

#### Objetivo :

El objetivo principal de la encuesta es recabar información acerca de las necesidades y prioridades de las MYPE para su desarrollo.

|  |  |
|--|--|
| <b>Actividad económica principal de la empresa</b> |  |
|--|--|

#### Instrucciones: Marque con una X la respuesta que considere pertinente.

- ¿Qué tiempo tiene su Mype?  
a) 0-1año                      b)2-3años    c) 4-5años    d)6 a más.
- ¿Cuánto tiempo paso para que se formalice?  
a) 0-1año                      b) 2-3años    c) 4-5años    d)6 a más.
- ¿Tiene licencia?  
a) Municipal    b) Sectorial                      c)Otras \_\_\_\_\_
- Organización de la empresa  
a) Persona Natural    b) E.I.R.L    c) Sociedad anónima cerrada  
d) Sociedad comercial de responsabilidad limitada                      e) Otra
- ¿Ha tenido algún problema durante el tiempo en el mercado?  
a) Aspectos legales    b) políticas de gestión    c) capacitación del personal  
d) Sistema de control.
- ¿Resolvió su problema?  
a) Sí                      b) No
- Durante el año 2015 ¿Asistió algún evento de capacitación relacionado con Gestión Empresarial?  
a) Sí                      b) No
- ¿Cuál es la razón que le impide asistir a capacitaciones?  
a) Falta de recursos    b) No lo creía necesario    c) Falta de tiempo  
d) Falta e información                      e) Otros



9. ¿Cuenta con algún tipo de tecnología de la información y comunicación?
- a) página web b) páginas en redes sociales c) portal en línea  
d) página web para móviles e) Otros
10. ¿Cuenta algún plan de marketing?
- b) Sí b) No
11. ¿Ha recibido Servicios de asesoría por parte de alguna Universidad?
- a) San Martin b) César Vallejo c) Señor de Sipán  
d) Universidad de Chiclayo e) No recibí
12. ¿Cuenta con algún tipo de asesoría externa?
- a) Sí b) No
13. ¿Estaría dispuesto a recibir algún tipo de Servicio por parte de la Universidad César Vallejo?
- a) Asesoría b) Capacitación c) Innovación y tecnología d) No desea
14. ¿Qué área de su empresa, cree usted que necesita fortalecer?
- a) Departamento de finanzas  
b) Departamento de marketing  
c) Departamento de producción  
d) Departamento de ventas  
e) Ninguna
15. ¿En dónde le gustaría recibir el asesoramiento?
- a) En su propia empresa b) En una Oficina c) Otros \_\_\_\_\_

## ENCUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA OFICINA QUE BRINDA SERVICIOS DE DESARROLLO EMPRESARIAL

Encuesta dirigida a los Estudiantes de la Universidad César Vallejo

**Objetivo** : El objetivo principal de la encuesta es recabar información acerca los posibles negocios a emprender de los estudiantes.


|                     |  |
|---------------------|--|
| FACULTAD            |  |
| ESCUELA PROFESIONAL |  |
| CICLO               |  |

1. ¿Ha tenido alguna idea de negocio?
  - a. Sí
  - b. No
2. ¿Ha estructurado un Plan de negocio?
  - a. Sí
  - b. No
3. ¿Ha llevado a cabo un negocio propio?
  - a. Sí
  - b. No
4. ¿Desea establecer un negocio?
  - a. Sí
  - b. No
5. ¿Cuenta con recursos para establecer un negocio?
  - a. Sí
  - b. No
6. ¿Con respecto a la posibilidad de emprender, ¿cuáles crees que son los aspectos más interesantes de conocer? Señala los tres de mayor interés para ti
  - a. Financiamiento
  - b. Programas y redes de apoyo
  - c. Experiencia de docentes emprendedores
  - d. Cómo empezar a armar un negocio
  - e. Soporte de la Universidad
  - f. Conocer casos de éxito
7. ¿Para un alumno emprendedor, ¿cuáles crees que son los aspectos más interesantes de conocer? Señala los tres de mayor interés para ti
  - a) Oportunidades en la empresa
  - b. Oportunidades en el extranjero
  - c. Cómo vincular la investigación y el emprendimiento
  - d. Interdisciplinar
  - e. Emprendimiento social

## ENTREVISTA

1. Entrevistado :
2. Cargo :
3. Fecha y hora :
4. Tiempo de duración:
5. Preguntas :
  1. ¿Qué tipo de proyectos de Responsabilidad Social tienen?
  2. ¿Cuánto gastan en Responsabilidad Social Universitaria?
  3. ¿Cuáles son los indicadores de éxito de los proyectos sociales actuales?
  4. ¿Cuáles son los principales inconvenientes que tienen que superar los actuales proyectos de Responsabilidad Social?
  5. ¿Cuáles son las asesorías que solicitan las MYPE?
  6. ¿Cuáles son las carreras profesionales que tienen relación con la temática Empresarial en la Universidad?
  7. ¿Considera Ud., que existe un Mercado Potencial para aperturar un centro de asesoría empresarial en concordancia con el eje de emprendedurismo y la RSU?
  8. ¿Cuál es el impacto que se espera en un proyecto de RSU para promocionar el emprendedurismo y la asesoría empresarial?
  9. ¿Cuáles son sus apreciaciones frente al capítulo 13 de la NLU, que exige a las universidades contar con una incubadora de negocios?
  10. ¿Considera Ud. que podría formar parte de la formación profesional de la Escuela de Ingeniería Empresarial y la Facultad de Ciencias Empresariales brindando asesoría empresarial a MYPE?
  11. ¿Cuáles son los órganos funcionales que gestionan la RSU en la UCV y cuáles son sus funciones?

## Validación de los instrumentos

|   |   |
|---|---|
|  | FACULTAD DE INGENIERÍAS<br>ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE INGENIERÍA EMPRESARIAL<br>PROYECTO DE TESIS<br>VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS |
|---|---|

### FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS MODALIDAD: JUICIO DE EXPERTOS

#### I. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN :

Análisis de viabilidad de un proyecto de servicios empresariales en la Universidad César Vallejo, Chiclayo 2016

#### II. DATOS DEL EXPERTO

1. APELLIDO Y NOMBRE : Quinteros Gonzales Hermes  
 2. GRADO ACADÉMICO : Magister en Adm. negocios  
 3. INSTITUCIÓN DE LABORES : Gobierno Regional Lamb.  
 4. EMAIL PARA REFERENCIAS : hquinterosgonzales@gmail.com

#### III. EVALUACIÓN

| N°    | INDICADORES  | Deficiente | Bajo | Regular | Bueno | Muy bueno |
|-------|--|------------|------|---------|-------|-----------|
|       |  | 1          | 2    | 3       | 4     | 5         |
| 1     | Las preguntas o ítems están redactadas claramente.                   |            |      |         | X     |           |
| 2     | Las preguntas reflejan claramente el objetivo general detallado.     |            |      |         | X     |           |
| 3     | Las preguntas siguen un orden lógico.                                |            |      | X       |       |           |
| 4     | Está expresado en conductas observables objetivas.                   |            |      |         | X     |           |
| 5     | Las preguntas o ítems miden a cada variable.                         |            |      |         | X     |           |
| 6     | Las preguntas o ítems cubren cada indicador.                         |            |      |         | X     |           |
| 7     | En general está basada en aspectos teóricos científicos.             |            |      |         | X     |           |
| 8     | Las escalas planteadas en cada ítem o pregunta denotan conocimiento. |            |      |         | X     |           |
| 9     | Es completamente adecuado para valorar todos los aspectos del tema.  |            |      |         | X     |           |
| 10    | En general considera que es útil y adecuada para la investigación    |            |      | 3       | 32    | X         |
| TOTAL |  |            |      | 3       | 32    | 5         |

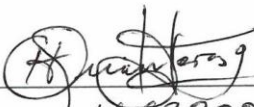
#### Observaciones o comentarios:

Creo que la primera pregunta debe ser la N° 2 y después la N° 1.

#### IV. DATOS DEL RESPONSABLE DE LA CONSULTA DEL EXPERTO

1. APELLIDO Y NOMBRE : .....

2. LUGAR Y FECHA : ....., 22.06.2016

Firma:   
 DNI: 16693000



FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS  
MODALIDAD: JUICIO DE EXPERTOS

I. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN :

Análisis de viabilidad de un proyecto de servicios empresariales en la Universidad César Vallejo, Chiclayo 2016

II. DATOS DEL EXPERTO

1. APELLIDO Y NOMBRE : DÍAZ ALVARADO ESTUARDO  
2. GRADO ACADÉMICO : MAGISTER  
3. INSTITUCIÓN DE LABORES : GOBIERNO REGIONAL LAMBAYEQUE  
4. EMAIL PARA REFERENCIAS : ediazalvarado@gmail.com

III. EVALUACIÓN

| N°    | INDICADORES  | Deficiente | Bajo | Regular | Bueno | Muy bueno |
|-------|--|------------|------|---------|-------|-----------|
|       |  | 1          | 2    | 3       | 4     | 5         |
| 1     | Las preguntas o ítems están redactadas claramente.                   |            |      |         |       | X         |
| 2     | Las preguntas reflejan claramente el objetivo general detallado.     |            |      |         | X     |           |
| 3     | Las preguntas siguen un orden lógico.                                |            |      |         | X     |           |
| 4     | Está expresado en conductas observables objetivas.                   |            |      |         | X     |           |
| 5     | Las preguntas o ítems miden a cada variable.                         |            |      |         | X     |           |
| 6     | Las preguntas o ítems cubren cada indicador.                         |            |      |         | X     |           |
| 7     | En general está basada en aspectos teóricos científicos.             |            |      |         | X     |           |
| 8     | Las escalas planteadas en cada ítem o pregunta denotan conocimiento. |            |      |         | X     |           |
| 9     | Es completamente adecuado para valorar todos los aspectos del tema.  |            |      |         | X     |           |
| 10    | En general considera que es útil y adecuada para la investigación    |            |      |         |       | X         |
| TOTAL |  |            |      |         |       |           |

Observaciones o comentarios:

SE SUGIERE INCREMENTAR UNA PREGUNTA GENERAL Y UNA PREGUNTA ESPECIFICA

IV. DATOS DEL RESPONSABLE DE LA CONSULTA DEL EXPERTO

1. APELLIDO Y NOMBRE : \_\_\_\_\_  
2. LUGAR Y FECHA : \_\_\_\_\_ 22.06.2016

  
GOBIERNO REGIONAL LAMBAYEQUE  
OFICINA REGIONAL DE SUPERVISIÓN  
DE INVERSIONES  
Mg. Ing. Estuardo Díaz Alvarado  
EVALUADOR DE INVERSIONES  
CIP 23513  
Firma: \_\_\_\_\_  
DNI: 16562992



FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS  
MODALIDAD: JUICIO DE EXPERTOS

I. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN :

Análisis de viabilidad de un proyecto de servicios empresariales en la Universidad César Vallejo, Chiclayo 2016

II. DATOS DEL EXPERTO

1. APELLIDO Y NOMBRE : CRUZATEGUI GUADAMOS, JORGE  
2. GRADO ACADÉMICO : MAGISTER  
3. INSTITUCIÓN DE LABORES : GOBIERNO REGIONAL LAMBAYEQUE  
4. EMAIL PARA REFERENCIAS : jicg78@hotmail.com

III. EVALUACIÓN


| N°    | INDICADORES  | Deficiente | Bajo | Regular | Bueno | Muy bueno |
|-------|--|------------|------|---------|-------|-----------|
|       |  | 1          | 2    | 3       | 4     | 5         |
| 1     | Las preguntas o ítems están redactadas claramente.                   |            |      |         | x     |           |
| 2     | Las preguntas reflejan claramente el objetivo general detallado.     |            |      |         | x     |           |
| 3     | Las preguntas siguen un orden lógico.                                |            |      |         | x     |           |
| 4     | Está expresado en conductas observables objetivas.                   |            |      |         | x     |           |
| 5     | Las preguntas o ítems miden a cada variable.                         |            |      |         | x     |           |
| 6     | Las preguntas o ítems cubren cada indicador.                         |            |      |         | x     |           |
| 7     | En general está basada en aspectos teóricos científicos.             |            |      |         | x     |           |
| 8     | Las escalas planteadas en cada ítem o pregunta denotan conocimiento. |            |      |         | x     |           |
| 9     | Es completamente adecuado para valorar todos los aspectos del tema.  |            |      |         | x     |           |
| 10    | En general considera que es útil y adecuada para la investigación    |            |      |         | x     |           |
| TOTAL |  |            |      |         | 4     |           |

Observaciones o comentarios:

MODIFICAR EL TÍTULO, y ORDENAR LA PREGUNTA 2 EN 1.

IV. DATOS DEL RESPONSABLE DE LA CONSULTA DEL EXPERTO

1. APELLIDO Y NOMBRE : CRU  
2. LUGAR Y FECHA : 23.1.001.2016

Firma:   
DNI: 016802465



FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS  
 MODALIDAD: JUICIO DE EXPERTOS

I. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN :

Análisis de viabilidad de un proyecto de servicios empresariales en la Universidad César Vallejo, Chiclayo 2016

II. DATOS DEL EXPERTO

1. APELLIDO Y NOMBRE : Carchirino Mundaca Carlos Alberto  
 2. GRADO ACADÉMICO : Maestro en Ciencias: Informática y Sist  
 3. INSTITUCIÓN DE LABORES : IC Consulting SAC  
 4. EMAIL PARA REFERENCIAS : Carchirino@consultant.com

III. EVALUACIÓN

| N°    | INDICADORES  | Deficiente | Bajo | Regular | Bueno | Muy bueno |
|-------|--|------------|------|---------|-------|-----------|
|       |  | 1          | 2    | 3       | 4     | 5         |
| 1     | Las preguntas o ítems están redactadas claramente.                   |            |      |         |       | X         |
| 2     | Las preguntas reflejan claramente el objetivo general detallado.     |            |      |         |       | X         |
| 3     | Las preguntas siguen un orden lógico.                                |            |      |         | X     |           |
| 4     | Está expresado en conductas observables objetivas.                   |            |      |         | X     |           |
| 5     | Las preguntas o ítems miden a cada variable.                         |            |      |         | X     |           |
| 6     | Las preguntas o ítems cubren cada indicador.                         |            |      |         |       | X         |
| 7     | En general está basada en aspectos teóricos científicos.             |            |      |         |       | X         |
| 8     | Las escalas planteadas en cada ítem o pregunta denotan conocimiento. |            |      |         |       | X         |
| 9     | Es completamente adecuado para valorar todos los aspectos del tema.  |            |      |         | X     | X         |
| 10    | En general considera que es útil y adecuada para la investigación    |            |      |         | X     | X         |
| TOTAL |  |            |      |         |       | X         |

Observaciones o comentarios:

Validación de Encuesta dirigida a MYPES, haciendo preguntas sobre su estructura

IV. DATOS DEL RESPONSABLE DE LA CONSULTA DEL EXPERTO

1. APELLIDO Y NOMBRE : .....
2. LUGAR Y FECHA : ..... / ..... / .....

Firma: [Firma]  
 DNI: 16721607

## Matriz de consistencia

### MATRIZ DE CONSISTENCIA PARA ELABORACIÓN DE PROYECTO DE TESIS

NOMBRE DEL ESTUDIANTE: Olga Luisa Chaname Mori

FACULTAD/ESCUELA: Ingeniería Empresarial

|                                     |  |
|-------------------------------------|--|
| TÍTULO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN | Análisis de viabilidad de un proyecto de servicios empresariales en la Universidad César Vallejo, Chiclayo 2016  |
| PROBLEMA                            | ¿Cómo se demostrará la viabilidad del Proyecto para brindar servicios empresariales en la Universidad César Vallejo?   |
| HIPÓTESIS                           | La viabilidad del proyecto con un modelo de Responsabilidad Social Universitaria permitirá brindar Servicios Empresariales en la Universidad César Vallejo, Chiclayo.  |
| OBJETIVO GENERAL                    | Determinar la viabilidad del proyecto utilizando el modelo de responsabilidad social universitaria para brindar servicios empresariales en la Universidad César Vallejo.   |
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS               | <ol style="list-style-type: none"><li>Elaborar un estudio de mercado del proyecto.</li><li>Identificar las alternativas técnicas para el servicio empresarial.</li><li>Analizar el aspecto legal y organizacional del proyecto.</li><li>Analizar la viabilidad económica-financiera del proyecto</li></ol> . |
| DISEÑO DEL ESTUDIO                  | No experimental, transversal   |
| POBLACIÓN Y MUESTRA                 | Población: 39236 MYPE formales y 3373 los estudiantes del I al X del 2016 I<br>Muestra: 381 MYPE formales Y 349 los estudiantes del I al X del 2016 I  |
| VARIABLES                           | Variable independiente: Viabilidad del Proyecto<br>Variable dependiente: Servicios Empresariales   |



## Operacionalización de variables

| Variable   | Definición Conceptual  | Definición operacional   | Indicadores      |
|--|--|--|------------------|
| <b>Variable independiente. Viabilidad de un Proyecto</b> | La viabilidad o factibilidad de un proyecto de inversión se determina por la posibilidad de implementarlo. Para que el proyecto sea viable tiene que cumplir satisfactoriamente los requerimientos técnicos, legales, organizacionales, ambientales, financieros y de mercado. (Hamilton y Pezo, 2005) | La viabilidad de un Proyecto se determina a través de los requerimientos técnicos, legales, organizacionales, financieros y de mercado | financieros      |
|  |  |  | Legales          |
|  |  |  | Organizacionales |
|  |  |  | Técnicos         |
|  |  |  | mercado          |

| Variable   | Definición Conceptual  | Definición operacional   | Indicadores                                     | Sub-indicadores           | Fórmula  |
|--|--|--|---|---------------------------|--|
| <b>VARIABLE DEPENDIENTE: SERVICIOS EMPRESARIALES</b> | Por servicios de desarrollo empresarial se refiere a servicios tales como capacitación, transferencia de tecnología, apoyo en mercadeo, asesoramiento empresarial, tutorías e información destinados a ayudar a los pequeños y microempresarios a mejorar el desempeño de sus empresas. Según Goldmark(1996) | Los servicios empresariales se determinan mediante la efectividad y eficiencia | <b>SATISFACCIÓN DE MYPE</b>                     | LEGAL                     | CP=PT-PS CP: Cantidad de problemas actuales ,PT: problemas totales, PS: problemas solucionados                     |
|  |  |  |   | CAPACITACIÓN              | AC=TE-NC AC: Aceptación de capacitación, TE: total empresas , NC: no necesita capacitación                         |
|  |  |  |   | TECNOLOGÍA                | NCT:TM-CT; NCT: no cuentan con tecnología; TM: Total de MYPE; CT: Cuentan con tecnología                           |
|  |  |  |   | MERCADEO                  | NCP:TM-CP; NC: No cuentan con plan de marketing; TM: Total de MYPE; CT: Cuentan con un plan de marketing           |
|  |  |  |   | ASESORAMIENTO EMPRESARIAL | NA:TM-RA NA: No reciben asesoría, TM: Total de MYPE, RA: Reciben asesoramiento                                     |
|  |  |  | Número de nuevas ideas generadas para proyectos | ASESORAMIENTO             | CGSE=IG-PEM<br>CG=Cantidad de proyectos generados sin emprender<br>IG: Ideas generadas<br>PEM: Proyectos en marcha |

Diferenciar del área de Responsabilidad Social Universitaria

### Procesos de un Proyecto.

**a. Formulación del proyecto:** Este proceso cuenta con ocho etapas (SUBSECRETARÍA GENERAL DE GOBIERNO, 2012):

- i. **Identificación del problema**
- ii. **Metas**
- iii. **Objetivos**
- iv. **Población beneficiaria**
- v. **Definición de actividades**
- vi. **Cronograma**
- vii. **Presupuesto**
- viii. **Ficha de presentación del proyecto.**

**b. Ejecución.** Una vez obtenidos todos los recursos necesarios se ejecuta el proyecto, cumpliendo con el cronograma de actividades y garantizando el uso de la totalidad de recursos.

**c. Evaluación.** Se realiza la evaluación al culminar la ejecución del proyecto, planteando lo positivo y negativo de este para posibles proyectos.

**d. Monitoreo.** El monitoreo se realiza conforme este planificado en el cronograma de actividades, en un ente neutral que busque encontrar los beneficios y debilidades del proyecto.

| PROCESOS                              | RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA | ESCUELA DE INGENIERÍA EMPRESARIAL |
|---------------------------------------|--------------------------------------|-----------------------------------|
| Formulación y evaluación del proyecto |                                      | X                                 |
| Ejecución                             |                                      | X                                 |
| Evaluación                            |                                      | X                                 |
| Monitoreo                             | X                                    |                                   |

