

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE**

Tema:

**Reingeniería administrativa financiera y de servicios de la
empresa dedicada al intercambio estudiantil a nivel internacional.**

Autora:

Romero Zambrano Eliana Gabriela

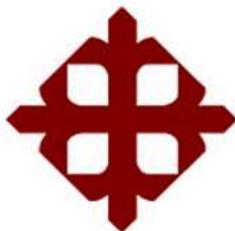
**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**

TUTORA:

Ec. Guim Bustos, Paola, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

2020



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Romero Zambrano Eliana Gabriela** como requerimiento para la obtención del título de Ingeniera en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe

TUTORA:

Ec. Guim Bustos, Paola, Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana, Phd.

A los 4 días del mes de marzo del año 2020



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Romero Zambrano Eliana Gabriela**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Reingeniería administrativa financiera y de servicios de la empresa dedicada al intercambio estudiantil a nivel internacional.**

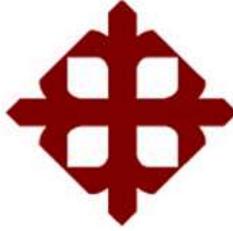
Previo a la obtención del título de Ingeniera en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 4 días del mes de marzo del año 2020

LA AUTORA

Romero Zambrano Eliana Gabriela



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE**

AUTORIZACIÓN

Yo, Romero Zambrano Eliana Gabriela

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Reingeniería administrativa financiera y de servicios de la empresa dedicada al intercambio estudiantil a nivel internacional**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 4 días del mes de marzo del año 2020

LA AUTORA:

Romero Zambrano Eliana Gabriela



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE**

CERTIFICACIÓN DE ANTIPLAGIO

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado **Reingeniería administrativa financiera y de servicios de la empresa dedicada al intercambio estudiantil a nivel internacional**, presentado por la estudiantes **Romero Zambrano Eliana Gabriela**, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al (2%), por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

TUTOR

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme fortaleza en todas las actividades que emprendo.

A mi familia, incentivo y motivación en toda la vida a ellos mi amor eterno.

A la academia, universidad católica Santiago de Guayaquil, por permitirme forjar conocimientos y emprendimiento.

Agradecimiento a todos los docentes de la universidad por la hegemonía del conocimiento brindado, en especial a mi tutora que ha sido de gran apoyo para la excelencia del siguiente trabajo.

Eliana Gabriela Romero Zambrano

DEDICATORIA

A Dios, principal eje de mi experiencia y desarrollo.

A Fabián Romero Camino, ejemplo de un profesional y su constante respaldo.

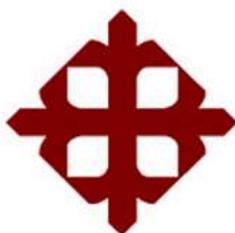
A mi tía Paxsi Zambrano que ha sido de gran apoyo a lo largo de mi vida.

A mis familiares en general por todo su apoyo.

A mis futuros hijos.

A Forever Experience, por ser parte de mi vida, de mi experiencia y mi desarrollo como profesional.

Eliana Gabriela Romero Zambrano



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Ec. Guim Bustos, Paola, Mgs.

TUTORA

Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana, Phd.
DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

Ing. Echeverría Bucheli, Mónica Patricia, Mgs.
COORDINADORA DEL ÁREA

Ing. Ana del Rosario Ulloa Armijos, MAE
OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE**

CALIFICACIÓN

| APELLIDOS Y NOMBRES | NOTA FINAL DEL TUTOR |
|--|-----------------------------|
| Romero Zambrano Eliana Gabriela | |

Ec. Guim Bustos, Paola, Mgs.

TUTORA

Índice General

| | |
|---|-------|
| CERTIFICACIÓN | II |
| DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD | III |
| AUTORIZACIÓN | IV |
| CERTIFICACIÓN DE ANTIPLAGIO | V |
| AGRADECIMIENTO | VI |
| DEDICATORIA | VII |
| TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN | VIII |
| CALIFICACIÓN | IX |
| Índice General..... | X |
| Índice de Tablas | XIII |
| Índice de Figuras..... | XV |
| Indice de Apéndices..... | XVII |
| Resumen | XVIII |
| Abstract..... | XIX |
| Introducción..... | 2 |
| Capítulo I: Generalidades de la Investigación | 4 |
| Antecedentes | 4 |
| Planteamiento del problema..... | 4 |
| Formulación del Problema de Investigación | 6 |
| Justificación | 6 |
| Objetivo General | 8 |
| Objetivos Específicos | 8 |
| Preguntas de la investigación..... | 8 |
| Delimitación..... | 9 |

| | |
|---|----|
| Limitaciones de la investigación..... | 9 |
| Capítulo II: Fundamentación Teórica..... | 10 |
| Marco Teórico..... | 10 |
| Teoría de la reingeniería de procesos | 10 |
| Principios de la Reingeniería..... | 12 |
| Teoría del Proceso Administrativo..... | 13 |
| Teoría del Cambio Organizacional | 15 |
| Teoría de la Innovación..... | 16 |
| Teoría del Emprendimiento..... | 16 |
| Teoría del Intraemprendimiento..... | 17 |
| Marco Conceptual..... | 17 |
| Reingeniería | 17 |
| Flujo de procesos..... | 18 |
| Proceso Administrativo | 18 |
| Planeación | 18 |
| Organización | 19 |
| Organigrama de la empresa..... | 19 |
| Intercambio Estudiantil | 20 |
| Marco Legal | 21 |
| Capítulo III: Marco Metodológico | 24 |
| Métodos de Investigación | 24 |
| Método exploratorio..... | 24 |
| Método no experimental..... | 25 |
| Método descriptivo..... | 25 |
| Recopilación de información | 25 |
| Enfoque de la Investigación..... | 26 |
| Alcance de la Investigación | 27 |
| Diseño de la Investigación..... | 27 |
| Población y muestra..... | 29 |
| Recolección de Datos..... | 30 |

| | |
|---|----|
| Encuesta a participante..... | 30 |
| Análisis de la encuesta realizada y el grupo focal | 51 |
| La empresa actual | 53 |
| Imagen corporativa Forever Experience S.A..... | 54 |
| Ubicación de la empresa | 56 |
| Áreas de trabajo | 57 |
| Cartera de servicios..... | 57 |
| Competidores | 60 |
| Diagnóstico general de la empresa: | 62 |
| Diagnóstico Forever Experience S.A. | 63 |
| Matriz FODA | 64 |
| Capítulo V: Propuesta de reingeniería..... | 69 |
| Antecedentes | 69 |
| Objetivos de la propuesta..... | 69 |
| Descripción de la propuesta | 70 |
| Reingeniería en la comunicación de la empresa Forever Experience..... | 71 |
| Reingeniería en la inducción y capacitación a los colaboradores..... | 72 |
| Reingeniería en la negociación y postventa..... | 73 |
| Reingeniería los procesos tecnológicos | 74 |
| Aspecto financiero de la reingeniería | 74 |
| Conclusiones..... | 78 |
| Recomendaciones | 79 |
| BIBLIOGRAFÍA | 80 |

Índice de Tablas

| | |
|---|----|
| Tabla 1 <i>Formula de la población Finita</i> | 30 |
| Tabla 2 <i>Género de los Participantes</i> | 30 |
| Tabla 3 <i>Edad de los Participantes</i> | 31 |
| Tabla 4 <i>Instrucción educativa de los Participantes</i> | 32 |
| Tabla 5 <i>Programa en que participo</i> | 33 |
| Tabla 6 <i>Manejo adecuado del área administrativa de la empresa Forever Experience S.A.</i> | 34 |
| Tabla 7 <i>Valores que aplica la empresa Forever Experience S.A.</i> | 35 |
| Tabla 8 <i>Manejo adecuado de los procesos y controles en Forever Experience S.A.</i> | 36 |
| Tabla 9 <i>Adecuado manejo de servicio telefónico y redes sociales en Forever Experience S.A.</i> | 37 |
| Tabla 10 <i>Existió un servicio de calidad por parte de la empresa Forever Experience S.A</i> | 38 |
| Tabla 11 <i>Mantuvo inconvenientes con empresa Forever Experience S.A.</i> | 39 |
| Tabla 12 <i>Satisfacción por el servicio recibido de la empresa Forever Experience S.A.</i> | 40 |
| Tabla 13 <i>Desearía acceder a que forma de pago</i> | 41 |
| Tabla 14 <i>Precio acorde a pagar mensual por educación internacional</i> | 42 |
| Tabla 15 <i>El crédito ofrecido por empresa Forever Experience S.A. es adecuado</i> | 43 |
| Tabla 16 <i>Considera que hay rentabilidad en la empresa Forever Experience S.A.</i> | 44 |
| Tabla 17 <i>En que área están los inconvenientes en la empresa Forever Experience S.A.</i> ... | 45 |
| Tabla 18 <i>Formaría un grupo eficiente dentro de la empresa Forever Experience S.A.</i> | 46 |
| Tabla 19 <i>Participaría en los nuevo proyectos de la empresa Forever Experience S.A.</i> | 47 |
| Tabla 20 <i>Innovación de la empresa Forever Experience S.A. ampliaría a los servicios</i> | 48 |
| Tabla 21 <i>Control del área financiera en la empresa Forever Experience S.A.</i> | 49 |
| Tabla 22 <i>Se da un buen servicio a los participantes en la actualidad</i> | 50 |
| Tabla 23 <i>Plan de acciones de FOREVER EXPERIENCE S.A.</i> | 53 |
| Tabla 24 <i>Descripción de las principales fallas dentro de la organización.</i> | 62 |
| Tabla 25 <i>Macroeconómico de la empresa</i> | 63 |
| Tabla 26 <i>En términos más relevantes del sector Microeconómico de la empresa</i> | 63 |
| Tabla 27 <i>Fortaleza de Forever Experience</i> | 64 |
| Tabla 28 <i>Oportunidades de Forever Experience</i> | 65 |
| Tabla 29 <i>Debilidades de Forever Experience</i> | 66 |

| | |
|---|----|
| Tabla 30 <i>Amenazas de Forever Experience</i> | 67 |
| Tabla 31 <i>Inversión en procesos de Reingeniería</i> | 75 |
| Tabla 32 <i>Gastos administrativos incurridos en procesos de Reingeniería</i> | 75 |
| Tabla 33 <i>Proceso de ventas con Reingeniería</i> | 76 |
| Tabla 34 <i>Calculo de la TIR y VAN en el proceso de Reingeniería</i> | 76 |

Índice de Figuras

| | | |
|-----------|--|----|
| Figura 1 | Formula de la Población..... | 29 |
| Figura 2 | Género de los Participantes de Forever Experience S.A. en diciembre 2019 ... | 31 |
| Figura 3 | Edad de los participantes encuestados de Forever Experience S.A. | 32 |
| Figura 4 | Instrucción educativa que posee cada participante de Forever Experience S.A. | 33 |
| Figura 5 | Programa en el que participaron clientes de Forever Experience S.A. | 34 |
| Figura 6 | Manejo adecuado del área administrativa por parte de los participantes de Forever Experience S.A..... | 35 |
| Figura 7 | Valores que aplica la empresa Forever Experience según sus participantes..... | 36 |
| Figura 8 | Manejo adecuado de los procesos y controles en Forever Experience S.A. | 37 |
| Figura 9 | Adecuado manejo de la cartera a cliente según los participantes de Forever Experience S.A. | 38 |
| Figura 10 | Existe un servicio de calidad por parte de quienes participaron en Forever Experience S.A. | 39 |
| Figura 11 | Mantuvo inconvenientes como participantes de Forever Experience S.A. | 40 |
| Figura 12 | Existe satisfacción en el servicio recibido en Forever Experience S.A. | 41 |
| Figura 13 | Desearía acceder como participantes de Forever Experience S.A. | 42 |
| Figura 14 | Precio acorde a pagar mensual por educación internacional a los Participantes de Forever Experience S.A. | 43 |
| Figura 15 | El crédito ofrecido a los estudiantes de los Empleados en Forever Experience S.A. | 44 |
| Figura 16 | Considera que hay rentabilidad en la empresa según los Empleados en Forever Experience S.A. | 45 |
| Figura 17 | En que área están los inconvenientes según los Empleados en Forever Experience S.A. | 46 |
| Figura 18 | Formaría un grupo eficiente dentro de la empresa para fortalecerla según los Empleados en Forever Experience S.A. | 47 |
| Figura 19 | Participaría en los nuevos proyectos de reestructuración como empleados de Forever Experience S.A..... | 48 |
| Figura 20 | Innovación de la empresa Forever Experience S.A. ampliaría a los servicios. | 49 |

| | |
|---|----|
| <i>Figura 21</i> Control del área financiera y contable por parte de los empleados en Forever Experience S.A. | 50 |
| <i>Figura 22</i> Se da un buen servicio a los participantes en la actualidad. Por los empleados en Forever Experience S.A. | 51 |
| <i>Figura 23</i> Imagen corporativa de los esquemas de la imagen corporativa de Forever Experience S.A. | 54 |
| <i>Figura 24</i> Tipografía e Isotipo en los esquemas de la imagen corporativa de Forever Experience S.A. | 55 |
| <i>Figura 25</i> Ubicación de Forever Experience S.A. en el centro empresarial Colón | 56 |
| <i>Figura 26</i> Áreas de trabajo de la empresa Forever Experience S.A. | 57 |
| <i>Figura 27</i> Área de Recepción de Forever Experience S.A. | 60 |
| <i>Figura 28</i> Organigrama actual de la empresa y los parámetros observados en Forever Experience S.A. | 61 |
| <i>Figura 29</i> Estructura Organizacional según los parámetros observados en Forever Experience S.A. | 70 |
| <i>Figura 30</i> Comunicación de la empresa según los parámetros observados en Forever Experience S.A. | 71 |
| <i>Figura 31</i> Inducción y capacitación a los colaboradores de los parámetros observados en Forever Experience S.A. | 72 |
| <i>Figura 32</i> Reingeniería a negocios, ventas y postventas según los parámetros observados en Forever Experience S.A. | 73 |
| <i>Figura 33</i> Reingeniería los procesos tecnológicos considerando los parámetros observados en Forever Experience S.A. | 74 |
| <i>Figura 34</i> Procesos administrativos en la Forever Experience S.A. | 87 |

Índice de Apéndices

| | |
|--|----|
| Apéndice 1 Encuestas a participantes y empleados | 83 |
| Apéndice 2 Cuestionario dirigido Empleados y jefes de la empresa Forever Experience S.A. (Focus Group)..... | 85 |
| Apéndice 3 Análisis situacional de los procesos de Administración finanzas y servicios. | 87 |
| Apéndice 4 Contrato Work and travel..... | 88 |



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE**

Resumen

El tema referente a un proceso de reingeniería administrativa, financiera y de servicio en la empresa Forever Experience S.A. se lo realiza por el hecho de que existen serios inconvenientes en la estructura operativa, que trae consigo inconveniente en el ámbito de servicios al cliente e incluso en los procesos de logística administrativa y financiera, el objetivo de la presente investigación es proponer mejoras a los procesos, analizando los factores macro y micro que afectarían a la organización con un plan estratégico operativo que tendría como resultado el aumento de la rentabilidad. La metodología aplicada es de carácter exploratorio, no experimental y descriptivo con un enfoque cualitativo y cuantitativo, donde se utilizarán herramientas tales como la entrevista, encuesta y un grupo focal. Los resultados alcanzados repercute de manera directa a los procesos de cambio y reestructuración, tomando en consideración la planificación operativa estratégica aplicada dentro de las áreas en mención. En conclusión, se establece una reingeniería parcial en áreas en mención, donde a través de un balance score Card, se establece un programa operativo que vierta los procesos realizadas, además de una planificación estratégica que vincule resultados favorables en la rentabilidad.

Palabras claves

Reingeniería, Intercambios, Intraemprendimiento, Innovación, Organización, Procesos



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE**

Abstract

The topic related to a process of administrative, financial and service reengineering in Forever Experience S.A. This is done due to the fact that there are serious inconveniences in the operational structure, which entails inconvenience in the field of customer services and even in the administrative and financial logistics process, the objective of this research is to propose improvements to the processes, analyzing the macro and micro factors that would affect the organization with a strategic operational plan that would result in increased profitability. The methodology applied is exploratory, non-experimental and descriptive, with a qualitative and quantitative approach, where tools such as the interview, survey and a focus group will be used. The results achieved directly affect the process of change and restructuring, taking into account the strategic operational planning applied within the areas mentioned. In conclusion, a partial reengineering is established in areas in question, where through a Balance Score Card, an operational program is established to pour the processes carried out, in addition to a strategic planning that links favorable results in profitability.

Keywords

Reengineering, Exchanges, Intrapreneurship, Innovation, Organization, Processes

Introducción

El intercambio estudiantil, se lo puede definir como la acción, entre dos personas naturales o jurídicas, organismos o países inclusive, de cambiar algo, pero de manera recíproca. Así, intercambio estudiantil sería el traslado de estudiantes entre sus países de origen, por un lapso de tiempo que generalmente comprende de tres a doce meses. El intercambio a nivel internacional conlleva el alojamiento de estudiantes en un país diferente al que reside habitualmente y así conocer culturas y costumbres del país anfitrión.

El intercambio estudiantil es en sí mismo, un cúmulo de nuevas vivencias e implica un intercambio dual: estudiantil y cultural. El hecho de vivir y compartir temporalmente en otro país enriquece al estudiante universitario, lo involucra con una cultura nueva, la experiencia se inscribe dentro de un aprendizaje que va más allá de lo académico, que se relaciona con costumbres y la vida cotidiana de un país, en algunos casos, casi totalmente desconocido. Pero el intercambio estudiantil también ayuda a verificar cómo se aborda la propia profesión en otros lugares del mundo. En una sociedad globalizada, tener esta clase de experiencias es de gran utilidad para el futuro Ingeniero o Licenciado en Comercio Exterior.

Dentro de la empresa Forever Experience se manejan proveedores nacionales e internacionales, y existe serio inconveniente con mucha frecuencia en el proveedor, por motivos diversos se cambia, creando inestabilidad en los servicios que se ofrece a los participantes de un plan internacional, por lo tanto, se requiere que exista una reestructuración, proveedores responsables y reconocidos en el área. También existe inconveniente en lo que se refiere al conocimiento que posee cada uno los proveedores en el país destino, la mayor parte de los asesores no tienen información detallada del trabajo o estudio internacional a desarrollar. La reestructuración abarca a un cambio completo en el servicio ofrecido, donde el colaborador tiene la obligación de capacitar y de esa manera procederá a mejorar las actividades e incluso, esto motiva a ganar un sueldo y comisiones alentadoras, siempre y cuando se haga seguimiento a los aspirantes y participantes.

Una las principales áreas de toma de decisión de una organización, cuando no existe avance tecnológico, simplemente no hay objetivos claros, la incorporación de nueva tecnología permite a una empresa como Forever Experience, mantener el registro de cada uno de los participantes, velar por su buena participación internacional, ayudar a cubrir nuevas opciones

de viajes para familiares. El momento que no existe almacenamiento en una base de datos tecnificada, no hay el adecuado manejo de las redes sociales, y la previsión para gestionar una página web de manera continua, en ese momento se trata con una empresa ambigua. La reingeniería tecnológica es fundamental en todos los procesos de gestión administrativa, su no presencia causará retraso y a la vez un alto costo en el manejo de los recursos.

Una de las principales estrategia que toda organización debe de aplicar en el momento de evaluar una actividad, es a través de cuantificar los resultado obtenido y comparar con lo que aconteció en días anteriores, mejorar las acciones o hacer innovaciones que permitan hacer participativo dentro de la toma decisiones en el área administrativa, financiera y de servicio. Una los principales problema es que no se cuenta con los proveedores calificados en el ámbito internacional, esto acapara demora para los programas internacionalizados, porque el participante quiere y requiere pronta atención.

En el capítulo uno se describe el planteamiento del problema y la formulación, se propone la reingeniería administrativa, financiera y de servicio. Es importante responder durante la presente investigación la interrogante de mayor interés, su delimitación y limitación.

En el capítulo dos se realiza la fundamentación teórica, del proceso de reingeniería, cambio organizacional, teoría del emprendimiento, entre otros, se establece también un marco conceptual ilegal que permitan el adecuado manejo de las actividades operativas dentro la organización.

En el capítulo tres se establece un marco metodológico, donde se conoce el tipo de investigación, los métodos principales utilizados en la recopilación de información y su enfoque. Se establece una población promedio de todo los aspirantes conocidos donde se realiza la encuesta respectiva, un grupo focal al personal con el fin de recabar información necesaria que permita el diagnóstico de la organización.

En el capítulo cuarto se realiza un análisis situacional que permite describir la planificación estratégica de la organización, se establece la obligación y las áreas de trabajo, además de la cartera de servicio ofrecida.

El capítulo quinto está definido por la propuesta de reingeniería que se va aplicar, donde se plantean las funciones más idónea para el adecuado funcionamiento de las actividades en la institución donde se establecen procesos adecuados en la administración, finanzas y servicios al cliente.

Capítulo I: Generalidades de la Investigación

Antecedentes

La empresa Forever Experience S.A. lleva en el mercado tres años dedicada al intercambio estudiantil internacional y se ha posicionado en un sitio expectante. Se debe reconocer que ha habido un crecimiento en su estructura de personal, en sus clientes y consecuentemente en su posicionamiento de mercado, no obstante, se podría llegar aún más lejos si se organizará de mejor manera. En la actualidad se dan varias falencias administrativas y de procesos que se deben mejorar en algunos casos, reestructurar o re-innovar en otros. Es decir, el presente trabajo propone una reingeniería en áreas que generen valor agregado a la empresa.

Se puede citar ejemplos que se han dado en los últimos años respecto a procesos de reingeniería implementados con éxito en empresas de la región, así se tiene a Alpina Productos Alimenticios S.A., que es una empresa multinacional de origen colombiana que también tiene operaciones en Ecuador; Lograr volúmenes de venta significativos son algunos de los objetivos empresariales, pero si esas altas cifras en ventas no traen consigo niveles rentables significativos, la empresa a mediano plazo se verá en problemas. Esa fue la situación que tenía Alpina en el 2013. Sus ventas consolidadas fueron \$1.6 billones y su utilidad \$36.097 millones, pero su margen de rentabilidad sobre el patrimonio apenas de 0.08% (Fajardo, 2015).

Luego de estudiar la situación minuciosamente, sus directivos decidieron e impulsaron una reingeniería en áreas de logística, servicio al cliente, producción, complementado con políticas de ajuste en ciertos gastos. Las cifras resultantes de la implementación de los nuevos procesos fueron fabulosas, sus utilidades antes de impuestos aumentaron 65% generando un margen neto de 6.2%. Es decir, año y medio después de las reestructuraciones Alpina alcanzaba cifras como nunca antes las había obtenido (Moreno, 2015).

Planteamiento del problema

Aunque los procesos ideales de captación de clientes, así como los de seguimiento a su permanencia en el extranjero se tratarán en capítulos posteriores, es necesario indicar que precisamente se considera que éste es uno de sus problemas administrativos.

Desorganización con documentación de los clientes (participantes): Dado el crecimiento en número de clientes y que por cada uno de ellos se requiere cierta documentación personal y

legal. El manejo de dichos documentos se ha constituido en un serio problema ocasionando retraso en algunos de los procesos subsecuentes, Así lo confirma Nacho Sáez en su artículo para la revista virtual Byte donde indica que son muchas las empresas (tanto recién creadas como las más experimentadas) que operan bajo una mala gestión documental, sin ser conscientes del pésimo bagaje en cuanto a productividad que se desencadena a causa de una mala gestión de los documentos (Sáez, 2016).

El autor afirma que los colaboradores en las empresas dedican hasta el 50% de su tiempo de trabajo buscando documentos. La mala gestión documental genera ciertos problemas administrativos, por ejemplo:

Documentos duplicados. El caos organizativo conlleva a archivar información duplicada, lo que provoca una saturación de documentos que hace que la búsqueda futura de los mismos se retrase notablemente. Una mala organización resulta de forma directa clave en la atención al cliente, que verá aletargado su proceso por la falta de criterio y estructuración a la hora de colocar los documentos y hacerlos accesibles.

Desorganización con los proveedores (Sponsor): Los proveedores o sponsors manejan ciertas tasas y demás rubros que los debe cancelar el cliente. Sin embargo, la descoordinación interna en el manejo de dichos rubros ha hecho que la empresa asuma esos costos, ocasionando una merma considerable en los márgenes de rentabilidad.

Fallas en los controles operativos: Existen varios controles en la empresa que no se están llevando minuciosamente tales como: Descuentos, facturación, conciliaciones bancarias, ciertos registros contables que inclusive ameritan un mejor control.

Registro y Sistema de Archivo inadecuado: Datos en ciertos formularios y documentos eran escritos inclusive manualmente, lo que ocasionaba posteriormente que cierta información se torne inentendible. Así mismo, ciertas carpetas se archivaban de una manera, algunas de otra forma, generando en consecuencia tardanza en la atención a clientes internos y externos.

Estructura Organizacional. La estructura era exageradamente plana, lo que podría ser beneficioso en ciertos modelos de negocios, en la empresa sí se requiere que haya supervisores o coordinadores grupales, puesto que resulta casi imposible la supervisión operativa a todo el personal encargado de atender a clientes y demás áreas de la empresa.

Formulación del Problema de Investigación

Con los problemas expuestos en párrafos anteriores, se plantea como pregunta de investigación:

¿Qué efecto tendría proponer una Reingeniería Administrativa y financiera para mejorar los procesos de la empresa Forever Experience?

Justificación

Como señala Luis Miguel Manene (2011), luego de haber investigado y analizado el enfoque y conceptos varios sobre la temática: Reingeniería es el cambio en continuidad de una organización con el objetivo de mejorar su competitividad y rentabilidad, actualizando los sistemas culturales, estratégicos y estructurales, rediseñando sus procesos clave, de manera que sirvan para lograr la satisfacción de las necesidades de sus clientes, proveedores y entorno.

En un artículo de un Congreso de Administración de Empresas en México D.F., realizado por Rojas (2014) señala que “dentro de las organizaciones emergen ideas, alternativas y actividades que son propuestas por individuos intraemprededor es, actores visibles que participan en el desempeño y crecimiento de una empresa” (p.38). También señala que el concepto de intraemprededor debe ser considerado esencialmente con base en actividades que funcionan dentro de los límites de una empresa y su participación abarca productos, servicios, tecnologías, normatividad, orientaciones, estructura y operaciones proyectándolos en nuevas direcciones. Dentro de la misma propuesta, el intraemprededor debe ser comprendido como un concepto multidimensional de actividades que se definen de las siguientes formas:

1. Primera dimensión, son los nuevos proyectos, enfatizando la creación de entidades nuevas y autónomas como unidades de negocio.
2. La segunda dimensión de nuevos negocios, que identifica y participa en nuevos proyectos que están relacionados con los productos y mercados actuales de la organización.
3. La tercera dimensión de innovación en productos y servicios, la cual busca la evolución y desarrollo de los mismos.
4. La cuarta dimensión está relacionada con la innovación en los procesos, se refiere a la mejora en procesos de producción y técnicas.

5. La quinta dimensión de actualización se refiere a la reformulación de la estrategia, la reorganización y el cambio organizacional.
6. La sexta dimensión se trata de asumir riesgos, radica en la posibilidad de pérdidas mediante decisiones que comprometen los recursos al buscar nuevas oportunidades.
7. La séptima dimensión es de proactividad, que refleja la orientación pionera e iniciativa de la alta administración.
8. La octava dimensión de competitividad, es distinguir y afirmar su postura frente a los competidores.

En consecuencia, se analiza y se fomenta estas dimensiones intraempresariales, la alta dirección, donde podrá realizar mejoras significativas en el desempeño de sus empresas. Con lo expresado se puede fundamentar que el presente proyecto se enmarca perfectamente en las líneas de investigación de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil CSG, esto es, Crecimiento y Desarrollo económico. Así también, se alinea al punto tres de las líneas de investigación de la Facultad de Especialidades Empresariales, esto es, Modelos empresariales y redes de intercambio, así como con la sub línea cuatro de investigación de la Carrera, esto es, Análisis del macro entorno y micro entorno socioeconómico y legal que rodea al empresario en el Ecuador. El análisis que se realizará en este Trabajo de Titulación permitirá conocer los diversos factores del macro y micro entorno que inciden en la puesta en marcha de la reingeniería de la empresa con las características de la mencionada y así constará en uno de los objetivos específicos de la investigación.

Se analiza desde el punto de vista del Plan Nacional del Buen Vivir, el proyecto encaja perfectamente en el Objetivo nueve, esto es, Garantizar el trabajo estable, justo y digno en su diversidad de formas. Al reestructurar el organigrama de la empresa y contratar personal para ciertos niveles jerárquicos como producto de la creación de nuevas áreas y procesos en la empresa, si bien es cierto que no solucionará el problema de desempleo del Ecuador, pero sí contribuirá a que varias familias ecuatorianas también generen ingresos mediante nuevas plazas laborales estables. La presente investigación también es pertinente ya que es congruente con los fines del Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones Art. 4 donde, entre otros señala los siguientes:

- a. Transformar la Matriz Productiva, para que esta sea de mayor valor agregado, potenciadora de servicios, basada en el conocimiento y la innovación; así como ambientalmente sostenible y ecoeficiente.

- b. Fomentar la producción nacional, comercio y consumo sustentable de bienes y servicios, con responsabilidad social y ambiental, así como su comercialización y uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas;
- c. Generar trabajo y empleo de calidad y dignos, que contribuyan a valorar todas las formas de trabajo y cumplan con los derechos laborales;
- d. Generar un sistema integral para la innovación y el emprendimiento, para que la ciencia y tecnología potencien el cambio de la matriz productiva; y para contribuir a la construcción de una sociedad de propietarios, productores y emprendedores;

Objetivo General

Proponer una reingeniería administrativa, financiera y de servicios para mejorar los procesos de la empresa Forever Experience S.A. en la ciudad de Guayaquil.

Objetivos Específicos

- Determinar las diferentes teorías que fundamentan la presente investigación.
- Analizar los factores que afectan de manera macro y micro en la empresa Forever Experience S.A.
- Identificar las principales ventajas y desventajas de los convenios que infieren en la internacionalización.
- Diseñar la propuesta de la implementación de una reingeniería administrativa, financiera y de servicios en la empresa Forever Experience S.A. para obtener un aumento en la rentabilidad.

Preguntas de la investigación

¿Cuáles son los factores teóricos y técnicos que afectan de manera macro y micro en la empresa Forever Experience S.A. en lo que a internacionalización de estudiante se refiere?

¿Cómo se establece los convenios legales con proveedores para la internacionalización de los participantes considerando las ventajas y desventajas?

¿Cuál es la propuesta de implementar una reingeniería en la empresa Forever Experience S.A para obtener un aumento en la rentabilidad?

Delimitación

El proyecto de implementación de la reingeniería administrativa financiera y de servicios será analizado específicamente en la empresa Forever Experience cuya oficina está ubicada en la ciudad de Guayaquil.

Tema: Reingeniería administrativa, financiera y de servicios de la empresa dedicada al intercambio estudiantil a nivel internacional.

Área: Gestión Internacional

Sector: Educación y Laboral

Alcance: Microempresarios y Pymes

Delimitación espacial: Guayaquil

Delimitación temporal: 2020

Delimitación Universo: Población económicamente activa

Delimitación contenido: Cultura internacional

Limitaciones de la investigación

Se detalla todos los componentes básicos para la internacionalización cultural. Existen diversas entidades dedicadas a la gestión de optimizar el nivel educativo y lo laboral en otros países a los ciudadanos; considerando que un producto sujeto a la libre competencia, es decir tanto para el participante, al igual que fijar una meta destino para con quienes contribuyen al desarrollo sustancial del aplicante.

Capítulo II: Fundamentación Teórica

Marco Teórico

La realización de este trabajo permitirá analizar cada uno de los parámetros de los aspectos teóricos, referenciales, conceptuales y legales que permitirían la Reingeniería administrativa, financiera y de servicios de la empresa Forever Experience S.A. dedicada al intercambio estudiantil a nivel internacional.

Teoría de la reingeniería de procesos

A Michael Hammer en 1993 se le atribuye la creación del término reingeniería, también denominada Reingeniería de procesos o BPR (Business Process Reengineering) y la define como el cambio fundamental para llegar a la base de los problemas de la organización; un cambio radical que debe ocurrir para poder obtener los resultados espectaculares que la reingeniería promueve por medio del estudio de los nuevos procesos que harán de la organización más productiva (Hernández C. , 2013, p.59).

Así mismo, señala el autor en mención que, si se investiga en la historia de la Administración, la reingeniería no es tan relativamente nueva, sino que tiene sus inicios en los mismos principios de la Administración, debido a que Frederick Taylor señaló en 1880 que los Administradores utilicen las técnicas a su disposición para alcanzar la máxima productividad, entendiendo con ello que se refería a lo que hoy se conoce como reingeniería de procesos. En el mismo artículo se menciona que la reingeniería de procesos fue presentada al mundo académico por Hammer y Champy en el año 1993. Ambos autores presentaron sus conocimientos acumulados a lo largo de sus carreras profesionales, generando una revolución entre los administradores de las empresas por aplicar sus métodos y generar resultados efectivos.

Concuerda, Pérez (2017) p.36, al señalar que “La reingeniería de procesos es una herramienta administrativa la cual consiste en estudiar los procesos productivos de empresas de cualquier sector” (p. 48). A través del cual se pueden rediseñar los mismos realizando modificaciones en dichos procesos, los cuales van a repercutir en el rendimiento medio de costos, tiempo de ciclo, calidad del producto y del servicio.

Señala Díaz (2016) p.67, que Henri Fayol también contribuyó al origen del concepto de reingeniería, mediante la especialización permitió aumentar la eficiencia y condujo el inicio de los objetivos de la reingeniería que es el aprovechamiento óptimo de todas las fuentes de recursos posibles de la empresa. Aunque los recursos tecnológicos de la era actual han cambiado, el concepto todavía se mantiene. Se debe aclarar que Fayol no acuñó el término de reingeniería, pero se le menciona como uno de los precursores.

La reingeniería para Brandon y Morris (2018) p.21, es el replanteamiento fundamental y el rediseño de los procesos en las empresas para lograr mejoras sustanciales en medidas de rendimiento como lo son costos, calidad, servicios y rapidez, optimizar los flujos de trabajo y la productividad de una organización. Se trata de un enfoque para planear y controlar el cambio.

Relación guarda las definiciones con Pérez et al. (2017), en lo propuesto, que es un proceso total de readecuación de las organizaciones en las nuevas y exigentes condiciones en un entorno cada vez más difícil de controlar y de competencia despiadada, en donde al menor error, una compañía puede perder su presencia en el medio. Por lo tanto, si se ha determinado con anticipación el reposicionamiento de la empresa, es decir la dirección y rumbo que se desea ocupar, la reingeniería tendrá preparado el conjunto de sus metas, de lo contrario solo traería una simulación, ocasionando pérdidas y malestar. Estas mejoras no siempre se pueden llevar a cabo, aunque la empresa haga cambios drásticos. Es sumamente importante que el personal con que se cuente esté enteramente a la disposición de llevar esa nueva estructura de trabajo.

Para Rafoso & Artiles (2011) referente al talento humano indica:

El talento humano es la clave del éxito, y sin eso pueden estar diseñados nuevos procesos y disposiciones afines a la organización; sin embargo, no dará el resultado que se espera. No obstante, un cambio radical a veces es necesario. Hay organizaciones que cuentan con una base débil en cuanto a entradas y salidas de un proceso a otro, y los problemas de cada uno afectan a otro, ocasionando interrupciones productivas que derivan en pérdidas sustanciales; por eso si se va a tener en cuenta la reingeniería como una solución, es recomendable que sea aplicada a cada proceso que forma parte de la organización. (p.58)

Todos coinciden con la teoría desarrollada por Hammer (2015), misma que afirma que la Reingeniería es la revisión fundamental y rediseño radical de procesos para alcanzar mejoras espectaculares en medidas críticas de rendimiento. Para entender a cabalidad la teoría

mencionada es menester conceptualizar cuatro palabras Claves que se encuentran en la misma, como son:

1. Fundamental: la reingeniería determina primero qué debe hacer cómo debe hacer. Se olvida por completo de lo que es y se concentra en lo que debe ser.

2. Radical: la base de esta palabra viene del latín radix que significa raíz, rediseñar radicalmente significa llegar hasta la raíz de las cosas; no efectuar cambios superficiales sino abandonar lo viejo; descartar todas las estructuras existentes y crear nuevas formas de realizar el trabajo.

3. Proceso: es un conjunto de actividades que reciben uno o más insumos y crea un producto de valor para el cliente. Esta es un concepto difícil de comprender por los gerentes corporativos. Las tareas individuales son importantes en un proceso, pero no tienen ninguna de ellas importancia por el cliente si el proceso global no funciona.

4. Espectacular: la reingeniería no es cuestión de hacer mejoras marginales, sino de dar saltos gigantescos en rendimiento de toda la organización.

Principios de la Reingeniería

Según refiere Sáez-Vacas (2014) referente a The Boston Consulting Group [B.C.G.], es una empresa norteamericana dedicada a la asesoría y reingenierías de muchas empresas permitiéndole acumular información y experiencias en muchos casos, por lo tanto ha sistematizado toda esta información sustentando las siguientes claves esenciales que sostienen un programa de reingeniería para cualquier empresa:

Primera clave: Se necesita el apoyo de la gerencia de primer nivel o nivel estratégico, que debe liderar el programa.

Segunda clave: La estrategia empresarial debe guiar y conducir los programas de la BPR.

Tercera clave: El objetivo último es crear valor para el cliente.

Cuarta clave: Hay que concentrar los procesos, no en las funciones, identificando aquellos que necesitan cambios.

Quinta clave: Son necesarios equipos de trabajo, responsables y capacitados, a los que hay que incentivar y recompensar con puestos de responsabilidad en la nueva organización que se obtendrá tras el proceso de Reingeniería.

Sexta clave: La observación de las necesidades de los clientes y su nivel de satisfacción son un sistema básico de retroalimentación que permite identificar hasta qué punto se están cumpliendo los objetivos.

Séptima clave: Es necesaria la flexibilidad a la hora de llevar a cabo el plan. Si bien son necesarios planes de actuación, los mismos no deben ser rígidos, sino que deben ser flexibles a medida que se desarrolla el programa de BPR y se obtienen las primeras evaluaciones de los resultados obtenidos.

Octava clave: Cada programa de Reingeniería debe adaptar la situación de cada empresa, de forma que no se puede desarrollar el mismo programa para distintas empresas.

Novena clave: Se requiere el establecimiento de correctos sistemas de medición del grado de cumplimiento de los objetivos. En muchos casos, el tiempo es un buen indicador. Sin embargo, no es el único posible y en determinadas ocasiones no es el más adecuado.

Decima clave: Se debe tener en cuenta el factor humano a la hora de evitar o reducir la resistencia al cambio, lo cual puede provocar un fracaso, o al menos retrasos en el programa.

Onceava clave: La BPR no debe ser visto como un proceso único, que se deba realizar una única vez dentro de la organización, sino que se debe contemplar como un proceso continuo, en el que se plantean nuevos retos.

Doceava clave: La comunicación se constituye como un aspecto esencial, no sólo a todos los niveles de la organización, sino traspasando sus fronteras (prensa, comunidad, sistema político, etc.).

Teoría del Proceso Administrativo

Se refiere a todos los momentos de gestión de la Administración; orientados a garantizar el cumplimiento de la misión y el logro de los objetivos propuestos, a través del uso adecuado de los recursos.

En su libro Administración y el proceso administrativo, Cano (2017) señala que:

Una organización como ente social implica una estructura que debe armonizar sus elementos fundamentales: las personas, las tareas y la administración. Por consiguiente, el proceso administrativo busca armonizar estos elementos; planeando acciones, organizando las cosas, integrando recursos, ejecutando tareas, ordenando y controlando resultados, procesos y fundamentalmente generando mecanismos de comunicación para dar a conocer sus ideas. Las organizaciones deben preparar la adaptación rápida y eficiente a los avances tecnológicos, preferencias del cliente, exigencias del mercado,

la competencia, las variaciones macro y microeconómicas. Esto implica disposición al cambio.

Intereses de todo tipo pueden favorecer o no a los propósitos de cambio organizacional. En consecuencia, es necesario considerar las organizaciones como un sistema abierto, como un conjunto de subsistemas interdependientes, como un modelo organizacional ágil y consistente que garantice procesos dirigidos hacia el cambio y el mejoramiento en aspectos como la productividad de bienes y prestación de servicios.

En cierta forma, corrobora Munch (2014) en su libro referente a la Administración señala que:

Es el conjunto de pasos o etapas necesarias para llevar a cabo una actividad, pero para definir el proceso administrativo se cuenta con lo siguiente “es el conjunto de fases o etapas sucesivas a través de las cuales se efectúa la administración, mismas que se interrelacionan y efectúan un proceso integral”. Cuando se administra cualquier empresa, se observa que existen dos fases: una estructural, en la que a partir de uno o más fines se determina la mejor forma de obtenerlos, y otra operativa en la que se ejecutan todas las actividades necesarias para lograr lo establecido durante el periodo de estructuración. A estas dos fases, Lyndall F. Urwick les llama: mecánica y dinámica. La mecánica administrativa es la parte teórica de la administración en la que se establece lo que debe hacerse, es decir, dirigida hacia el futuro. La dinámica se refiere a cómo manejar de hecho el organismo social (p.51).

Como proceso hacia el cambio, la administración induce al cambio planeado que se intenta de manera consciente, para la obtención de un propósito establecido. Como resultado, los diferentes momentos del proceso administrativo deben ser dependientes, armónicos, coherentes, equilibrados y complementarios entre sí, que garanticen logros, mejoramientos, cambios y desarrollo. Por eso se llaman etapas, pero secuenciales, para que no se corra el riesgo de desarticularlas.

Según Stoner (2016) desde finales del siglo XIX se acostumbra definir la administración en términos de un proceso con cuatro funciones específicas: la planificación, la organización, la dirección y el control. Aunque este marco ha sido sujeto a varias interpretaciones, en términos globales sigue siendo el más aceptado. Por lo tanto, la administración es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de los miembros de la organización y

el empleo de todos los "demás recursos organizacionales, con el propósito de alcanzar las metas establecidas para la organización.

Teoría del Cambio Organizacional

En la revista Espacios, en el artículo “El cambio organizacional y su gestión estratégica” de Acosta (2018) afirman que:

En la actualidad los cambios se producen con mayor rapidez, lo cual ocasiona que aumente la incertidumbre de las organizaciones con respecto a su mercado y entorno, exige nuevas posturas. Los ambientes y condiciones que años atrás se mantenían estables ahora evolucionan originando cambios que se reflejan en nuevas formas para administrar los procesos, las funciones, los recursos, las estructuras e incluso los requerimientos de los clientes. Es importante que las organizaciones identifiquen las capacidades que deben adquirir para cambiar sus estructuras, procesos y valores; además de entender la contribución principal de las personas en la gestión del cambio (p.42).

Los autores en dicho artículo señalan que el cambio organizacional abarca desde un pequeño cambio en la tecnología, hasta cambios radicales en la cultura de las organizaciones, por lo que la forma de cambiar es un tema que preocupa en la actualidad a todas las organizaciones, sin importar su tamaño o sector en el que se desenvuelvan. Por tal razón, se requieren formas y métodos creativos para enfrentar los procesos de cambio y así satisfacer las necesidades crecientes de los clientes externos e internos. Las organizaciones con los mismos recursos y estructuras pueden diferir en la eficacia con la que se aplica el cambio en función de cómo se utilizan y combinan sus recursos.

Según Snell (2009) cada gerente debe tener las habilidades para administrar el cambio positivamente. Para tal objetivo es necesario que:

1. Se transforme a la empresa actual a una situación futura planeada.
2. Que los objetivos trazados se cumplan con la implementación del cambio planeado.
3. El cambio debe darse sin alto costo para la empresa. (p.31).

Teoría de la Innovación

En el Manual de Oslo OCDE (2018) se define la innovación como la introducción de un producto (bien o servicio) nuevo o mejorado significativamente, de un proceso, de un nuevo método de comercialización, o de un nuevo método organizativo en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o de las relaciones exteriores.

Vale señalar que el Manual de Oslo es un documento referente que define o conceptualiza preponderantemente lo que es la innovación y temas relacionados a la misma. Hubo una primera edición en 1992, posteriormente en 1997, luego en 2005 y su cuarta que data de 2018. Los conceptos de innovación han ido evolucionando acorde a los tiempos, así por ejemplo se define a la innovación de proceso en la empresa como un nuevo o mejorado proceso de una o más funciones de la empresa que difieren significativamente de procesos previos de la empresa y que se encuentran vigentes (OCDE, 2018 p. 62).

Teoría del Emprendimiento

Desde sus inicios en el siglo XVIII, la ciencia económica ha considerado en sus formulaciones teóricas la figura del empresario y del emprendedor, así como el concepto de emprendimiento. Así resume Velásquez (2013) en su libro “El emprendimiento en la teoría económica” los aportes que han realizado varios economistas al tema del emprendimiento, en el transcurso del tiempo. A continuación, algunos de ellos: Richard Cantillón, economista irlandés-francés escribió el libro “Essay upon the Nature of Commerce in General” (1775) e introdujo por primera vez, en la literatura económica del siglo XVIII, el término “entrepreneur”, quien define al emprendedor como el “agente que compra los medios de producción a ciertos precios y los combina en forma ordenada para obtener de allí un nuevo producto”. Distingue que el emprendedor, a diferencia de otros agentes, no posee una rentabilidad segura. Y afirma que es él, quien asume y soporta los riesgos que dominan el comportamiento del mercado.

Otro aportante a los conceptos fue Juan Bautista Say (1767-1832) fundador de la escuela clásica francesa y el más eminente de los discípulos franceses de Adam Smith. Publicó en 1803 su obra “Tratado de Economía Política”. Influido por su experiencia en los negocios, utilizó en su libro el término “entrepreneur”, distinguiendo entre el prestamista de fondos (capitalista) y quien combina la tierra, la mano de obra y el capital en empresas de negocios. Say afirmó que el emprendedor es un individuo líder, previsor, tomador de riesgos y

evaluador de proyectos, y que moviliza recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad.

Joseph Alois Schumpeter (1883-1950), austriaco, estudió en la Universidad de Viena. Fue el primer economista importante que retomó el concepto de emprendimiento de Cantillón y Say, en su libro “La Teoría de la Dinámica Económica”. Se destacó por sus investigaciones sobre el ciclo económico y por sus teorías sobre la importancia vital del emprendedor en los negocios. El principal aporte de Schumpeter fue la concepción cíclica e irregular del crecimiento económico, desarrollada en 1911 en su obra 'Teoría del crecimiento económico'. Allí recoge su teoría del “espíritu emprendedor” (entrepreneurship), derivada de los empresarios, que crean innovaciones técnicas y financieras en un medio competitivo en el que deben asumir continuos riesgos y beneficios que no siempre se mantienen. Pero son siempre pioneros en la introducción de nuevos productos, nuevos procesos y nuevas formas de organización o en introducirse en nuevos mercados. Son hombres con facultades excepcionales que aprovechan oportunidades que otros no perciben o que crean oportunidades gracias a su propio arrojo e imaginación (Montoya, 2014, p.58).

Teoría del Intraemprendimiento

En el libro de Fundamentos del Emprendimiento realizado por Cantos (2018) p.34, menciona que los intraemprendedores tienen el potencial de encontrar nuevas combinaciones de recursos que generan ventaja competitiva. Así mismo indica que las organizaciones que rompen paradigmas cultivan e invierten en el Intraemprendimiento, a partir de este, son capaces de ejecutar innovación efectiva de los procesos que deriva en innovación de productos, servicios, y superiores resultados de negocios. Los beneficios sustanciales son observables en términos de una mayor rentabilidad, liderazgo en innovación, renovación estratégica, desempeño e incluso éxito internacional. Esta es la razón por la que los negocios hoy en día adoptan iniciativas intraemprendedoras.

Marco Conceptual

Reingeniería

Según Díez de Castro (2011) señala que “es la reconsideración fundamental y el rediseño radical de procesos para alcanzar mejoras sustanciales en medidas críticas y contemporáneas de rendimiento, tales como costos, calidad, servicio y rapidez” (p. 61).

Flujo de procesos

Representación gráfica de la sucesión en que se realizan las operaciones de un procedimiento o el recorrido de formas o materiales, en donde se muestran las unidades administrativas (procedimiento general), o los puestos que intervienen (procedimiento detallado), en cada operación descrita. Además, suelen hacer mención del equipo o recursos utilizados en cada caso. Los diagramas realizados en forma sencilla y accesible, brindan una descripción clara de las operaciones, lo que facilita su comprensión. Para este efecto, es aconsejable el empleo de símbolos y gráficos simplificados (Franklin, 2002).

Proceso Administrativo

Proceso administrativo es el conjunto de fases o etapas sucesivas a través de las cuales se efectúa la administración, mismas que se interrelacionan y forman un proceso integral. Está compuesto por la fase mecánica y la dinámica en donde:

Mecánica, comprende a la planeación (trata más o menos de que cosas se van a realizar en la empresa, se realizan planes, programas, presupuestos, etc.) y la organización (de cómo se va a realizar y se cuenta con los organigramas, recursos, funciones, etc.).

Dinámica, aquí está la dirección que se encarga de ver que se realicen las tareas y para ello cuenta con la supervisión, liderazgo, comunicación, motivación y por último, se encuentra el control que es el encargado de decir cómo se ha realizado, que se hizo, como se hizo, y compara los estudios.

Planeación

La planeación con Sáez-Vacas (2014) consiste en “fijar el curso concreto de acción que se ha de seguir estableciendo los principios que habrán de orientarlo, la secuencia de operaciones para relazarlo y las determinaciones tiempo y de números necesarios para su realización”.

Se puede concebir la planeación como un gran proyecto, que entiende el empleo adecuado y racional de los recursos disponibles para poner a disposición de operaciones que buscan el desarrollo organizacional (cumplimiento de la misión, propósito, objetivos y metas) dado a través de la identificación de fortalezas y debilidades organizacionales y oportunidades y amenazas del entorno.

Señala Render (2014) p.12, que “es un proceso a través del cual la organización define o redefine sus cursos de acción hacia un futuro, que le permite ordenar sus objetivos y los medios de acción para alcanzar y concretar. Estos cursos de acción que se definen son el producto del análisis amplio de las condiciones internas, así como del entorno”.

Para Marco y Loguzzo (2016) señala que “La función de planeamiento es, entonces, responsable de la definición de la misión y visión, de los objetivos y metas, de delinear las estrategias y tácticas para el logro de los precedentes, y de la definición de los estándares de eficacia y eficiencia requeridos para el logro del fin organizacional”. (p.49)

Organización

Señala Cano (2017) en su libro Administración y el Proceso Administrativo, retoma para la construcción de una definición, el concepto de algunos pensadores de la Administración indica que “es la estructuración de las relaciones que deben existir entre funciones, niveles y actividades que los elementos materiales y humanos de una organización con el fin máximo de eficiencia dentro de los planes y objetivos señalados” (p. 28).

Es por ello que los autores Koontz, Weihrich y Cannice (2012) detallan lo siguiente:

Organizar es agrupar las actividades necesarias para alcanzar ciertos objetivos, asignar a cada grupo un administrador con la autoridad para superarlo y coordinar tanto en sentido horizontal como vertical toda la estructura de la empresa.

La organización, como momento del proceso administrativo, no es un fin, sino un medio para lograr que los objetivos se cumplan.

Organigrama de la empresa

Para los autores Carrera, Martínez y Pérez (2013) en donde expresa que la organización formal es una estructura funcional en una empresa legalmente constituida, en donde el desempeño individual contribuye con las metas de la organización entera; además, se considera que este tipo de organización debe ser flexible y permisiva con el criterio de sus miembros como razonamiento, creatividad, capacidades, etc.

La importancia del organigrama es invaluable como medio de expresión de ideas, de divulgación y como herramienta de análisis en el estudio de organización y métodos. También

porque de la estrategia empresarial se deriva la estructura organizacional, esto como complemento al primer momento del proceso administrativo. El organigrama constituye el reflejo de la expresión de la responsabilidad y las relaciones entre quienes integran la Organización. Estas relaciones pueden ser jerárquicas, funcionales y de coordinación. De las diferentes combinaciones de estas relaciones dependen los tipos de estructura.

La dirección para Munch (2014) indica que “La Dirección es la ejecución de los planes de acuerdo con la estructura organizacional, mediante la guía de los esfuerzos del personal a través de la motivación, la toma de decisiones, la comunicación y el ejercicio del liderazgo” (p.46). La marcha de toda organización comienza con el hecho de plantear y organizar, pero una pieza complementaria del engranaje para su operatividad la conforma la orientación directiva o dirección, también retoma ciertos conceptos de expertos de la Administración, como son los siguientes:

- La jefatura es el don de inducir a otros a que se esfuercen con agrado para lograr un objetivo común-
- La dirección es el aspecto interpersonal de la administración por medio del cual los subordinados pueden comprender y contribuir con efectividad y eficiencia al logro de los objetivos de la empresa (Koontz, Weihrich, & Cannice, 2012).
- Se denomina Dirección es llevar todos los planes a la práctica por parte de las decisiones que toman los gerentes dentro de las organizaciones (Stoner, 2016).

Intercambio Estudiantil

Cuando se trata de intercambios académicos, la información científica que se encuentra es limitada, pues esta generalmente hace parte de experiencias personales, que muy difícilmente son documentadas, sin embargo, al hacer una revisión minuciosa de lo que significa el intercambio académico se ha encontrado que refiere el intercambio desde el concepto de movilidad como: “oportunidad única para los participantes universitarios, donde pueden contrastar opiniones con participantes de distintas razas y culturas, además de poner en práctica determinado grado de teoría a través de trabajos de campo y otras técnicas” (Marín, 2016).

Marco Legal

Forever Experience S.A. fue creada en 2016 en la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas, y como tal está regida por los artículos 143 al 300 de la Ley de Compañías. Su ente de Control es la Superintendencia de Compañías según los artículos 430, 431 y 432.

“Art. 430.- La Superintendencia de Compañías es el organismo técnico y con autonomía administrativa, económica y financiera, que vigila y controla la organización, actividades, funcionamiento, disolución y liquidación de las compañías y otras entidades en las circunstancias y condiciones establecidas por la ley.”

“Art. 431.- La Superintendencia de Compañías tiene personalidad jurídica y su primera autoridad y representante legal es el Superintendente de Compañías.” (Congreso Nacional, Ley de Compañías, 1999).

Es una Sociedad Anónima o Compañía Anónima y funciona como lo determina la Ley de Compañías en el artículo 1 de dicha norma jurídica: “Contrato de compañía es aquel por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias para emprender en operaciones mercantiles y participar en sus utilidades”.

“Por lo tanto, se rige por las disposiciones de la Ley de Compañías, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil” (Congreso Nacional, Ley de Compañías, 1999).

Aspecto laboral

Forever Experience S.A como todas las empresas del Ecuador estará regida por las leyes ecuatorianas que establece el código del trabajo, el cual controlará y dirigirá las relaciones entre empleador y colaboradores para que el clima laboral sea transparente y ceñido a la ley.

El Art. 8 del Código de Trabajo define al contrato individual de trabajo como el convenio en virtud del cual una persona se compromete para con otra y otras a prestar sus servicios lícitos y personales, bajo su dependencia, por una remuneración fijada por el convenio, la ley, el contrato colectivo o la costumbre.

Los contratos individuales de trabajo se deben celebrar por escrito e inscribirse ante la autoridad competente, tal como lo establecen los artículos 19 y 20 del Código de Trabajo, sin

que este signifique el desconocimiento de contrato expreso verbal contemplado en el literal “a” del Art. 11 del mismo cuerpo legal.

La importancia de celebrar los contratos por escrito radica en el hecho de que estos van a servir de prueba para que las partes hagan valer sus derechos, en el evento de un conflicto laboral. Al respecto, cabe anotar que el contenido del Art. 40 del Código de Trabajo que dice: “El empleador no podrá hacer efectivas las obligaciones contraídas por el trabajador en los contratos que, debiendo haber sido celebrados por escrito, no hubieran sido; pero el trabajador sí podrá hacer valer sus derechos emanadas de tales contratos.

En general, todo motivo de nulidad que afecte a un contrato sólo podrá ser alegado por el trabajador” (Congreso Nacional, 2005).

Décimo Tercera y Décimo Cuarta Remuneración.

Los empleados deben de recibir la décima tercera y décima cuarta remuneración tal y cual lo estipulan los siguientes artículos:

Décima Tercera remuneración: La décima tercera remuneración es el beneficio que recibe todo trabajador en relación de dependencia, correspondiente a la doceava parte de las remuneraciones que hubiere percibido entre el 1 de diciembre y el 30 de noviembre del siguiente año.

“Art. 111.- Derecho a la décima tercera remuneración o bono navideño.- Los trabajadores tienen derecho a que sus empleadores les paguen, hasta el veinticuatro de diciembre de cada año, una remuneración equivalente a la doceava parte de las remuneraciones que hubieren percibido durante el año calendario.

La remuneración a que se refiere el inciso anterior se calculará de acuerdo a lo dispuesto en el artículo 95 de este Código”.

Art. 95.- Sueldo o salario y retribución accesorio.- Para el pago de indemnizaciones a que tiene derecho el trabajador, se entiende como remuneración todo lo que el trabajador reciba en dinero, en servicios o en especies, inclusive lo que percibiére por trabajos extraordinarios y suplementarios, a destajo, comisiones, participación en beneficios, el aporte individual al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social cuando lo asume el empleador, o cualquier otra retribución que tenga carácter normal en la industria o servicio.

Decima Cuarta Remuneración: La décimo cuarta remuneración o bono escolar es una bonificación adicional anual equivalente a una remuneración básica mínima unificada para los trabajadores en general y una remuneración básica mínima unificada de los trabajadores del servicio doméstico respectivamente, vigentes a la fecha de pago y lo deben percibir todos los trabajadores bajo relación de dependencia, indistintamente de su cargo o remuneración.

El décimo cuarto sueldo no debe considerarse para efecto del cálculo de las aportaciones al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social [IESS] así como tampoco se lo considera como ingreso gravado del trabajador para el cálculo de retenciones en la fuente del impuesto a la renta de los trabajadores bajo relación de dependencia. La décimo cuarta remuneración debe ser pagada hasta el 15 de marzo en las regiones de la Costa y hasta el 15 de agosto en las regiones de Sierra y oriente, en observancia al régimen escolar adoptado en cada una de las circunscripciones territoriales (Congreso Nacional, Código del Trabajo, 2005).

Capítulo III: Marco Metodológico

Dentro del capítulo metodológico, se establece el tipo de investigación que se va utilizar en lo que se refiere a la reingeniería en los procesos de servicio y área financiera en la empresa Forever Experience S.A. que se dedica continuamente al intercambio estudiantil y laboral. Se establece un modelo exploratorio, con tendencia no experimental y a la vez el uso del método descriptivo para la recopilación información, donde los instrumentos utilizado en la encuesta y un grupo focal.

Métodos de Investigación

Se establece el enfoque cualitativo y cuantitativo en el tema de Reingeniería administrativa, financiera y de servicios de la empresa Forever Experience S.A. dedicada al intercambio estudiantil a nivel internacional, donde los método de mayor aplicación es el exploratorio, explicativo y descriptivo, con instrumentos basados en el análisis situacional de la organización, encuestas, y un focus group.

La encuesta fue realizada a todos aquellos que en algún momentos fueron servidos por la organización y son parte de los clientes, y por ultimo un focus Group a todos los miembros que en forma la directiva y son parte de la organización que son los que conocen las falencias existentes.

Método exploratorio

El método exploratorio es aquel que se realiza múltiples actividades de recopilación de información, donde se utilizan Así mismo Hernández Sampieri indica que los estudios exploratorios sirven para preparar el terreno y por lo general anteceden a investigaciones con alcances descriptivos, correlacionales o explicativos. Los estudios descriptivos, por lo general, son la base de las investigaciones, las cuales a su vez proporcionan información para llevar a cabo estudios explicativos que generan un sentido de entendimiento y son altamente estructurados. Las investigaciones que se realizan en un campo de conocimiento específico pueden incluir diferentes alcances en las distintas etapas de su desarrollo. Es posible que una investigación se inicie como exploratoria, después puede ser descriptiva y correlacional, y terminar como explicativa (Sampieri, 2016, p.12).

Método no experimental

La investigación no experimental se puede definir como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios donde no se hace variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Lo que se realiza en la investigación no experimental es observar los hechos tal como se dan en su contexto natural, para posteriormente analizarlos.

En cambio, en un estudio no experimental no se genera ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente en la investigación por quien la realiza. En la investigación no experimental las variables independientes ocurren y no es posible manipularlas, no se tiene control directo sobre dichas variables ni se puede influir sobre ellas, porque ya sucedieron, al igual que sus efectos. Desde este punto de vista, en la presente investigación se aplicará un diseño no experimental.

Método descriptivo

El método descriptivo según el autor Barnet-López (2017) p.15, manifiesta que las acciones de recopilación de información, se da en el mismo lugar de los hechos donde a través de los instrumento de recolección de información como la entrevistas, la observación y la revisión de documentos son las principales técnicas de su ejecución. Regularmente se efectúan varias modalidades de acciones participativas, siendo este un requisito ineludible. Una vez que los datos se han analizado, se elabora el reporte con el diagnóstico del problema, el cual se presenta a los participantes para agregar datos, validar información y confirmar hallazgos (categorías, temas e hipótesis). Finalmente, se plantea el problema de investigación y se transita al segundo ciclo: la elaboración del plan para implementar soluciones o introducir el cambio o la innovación.

Recopilación de información

La investigación tiene como fuentes primarias, un focus group a los empleados, personal de mandos medios y la gerencia general, se aplica también una encuesta a los participantes, se observan los procesos acontecidos, información que aportan al diagnóstico real de la empresa como: procesos operativos, proceso de venta, procesos de servicio al cliente, procesos financieros que componen la empresa unidad de estudio. Como fuente secundaria se utilizó el análisis bibliográfico para la fundamentación teórica de la investigación, análisis de

documentos para caracterizar la estructura administrativa de la empresa. Se realizará la investigación en tres fases o períodos:

Período 1.- Diagnóstico de las variables o factores que inciden en las falencias percibidas como: la desorganización con documentación de los clientes, problemas con los proveedores (Sponsor), fallas en los controles operativos, sistema de archivo inadecuado y, su estructura organizacional. Tareas: Con un diseño de Investigación – acción – participación se determinarán las causas (humanas, procedimentales, tiempos, etc.) que generan las fallas en los procesos de la empresa. Así mismo, con instrumentos como la entrevista semi estructurada a la Gerencia General y a los tres supervisores de área, se conocerá el criterio de los mismos respecto a los problemas que se detecten.

Período 2.- Rediseño de los procedimientos y procesos, mediante técnicas propias de la reingeniería a fin de que los mismos generen el valor agregado deseado. Tareas: Repensar, reestructurar, reinventar los formularios, flujos, métodos, organigramas para optimizar en sumo grado los resultados operativos y financieros de la empresa.

Período 3.- Proponer la implementación efectiva de los nuevos diseños de procesos. Tareas: Debe realizar un plan estratégico para la puesta en marcha de la propuesta, indicando el personal que se requiera, el mobiliario, su nueva estructura física y organizacional, capacitación de ser el caso y el presupuesto que se necesite.

Enfoque de la Investigación

Esta investigación se la realizará bajo el enfoque cualitativo, como explica Hernández Sampieri en su obra Metodología de la Investigación, a lo largo de la historia de la Ciencia han surgido diversas corrientes de pensamiento, no obstante, y debido a las diferentes premisas que las fundamentan, desde el siglo pasado tales corrientes se han “polarizado” en dos aproximaciones principales para indagar: el enfoque cuantitativo y el enfoque cualitativo de la investigación (Hernández & Fernández, 2010).

Afirma también que ambos enfoques emplean procesos cuidadosos, metódicos y empíricos en su esfuerzo para generar conocimiento. Los dos utilizan, en términos generales, fases similares y relacionadas entre sí:

- Llevan a cabo la observación y evaluación de fenómenos.
- Establecen suposiciones o ideas como consecuencia de la observación y evaluación realizadas.

- Demuestran el grado en que las suposiciones o ideas tienen fundamento.
- Revisan tales suposiciones o ideas sobre la base de las pruebas o del análisis.
- Proponen nuevas observaciones y evaluaciones para esclarecer, modificar y fundamentar las suposiciones e ideas; o incluso para generar otras.

Alcance de la Investigación

La teoría académica según Hernández (2010) indica que una investigación con enfoque cuantitativo podría tener cuatro tipos de alcance: exploratorio, descriptivo, correlacional o explicativo. El alcance, en lugar de ser considerado un “tipo” de investigación, debe entenderse como un análisis de “causalidad” que puede tener un estudio. Esta reflexión es importante, pues del alcance del estudio, depende la estrategia de investigación. Así, el diseño, los procedimientos y otros componentes del proceso serán de diferente alcance.

Diseño de la Investigación

Siguiendo la teoría de Hernández Sampieri (2010), una vez que se ha definido el o los enfoques, su alcance, toca ahora seleccionar o desarrollar el diseño de la investigación y aplicarlos al contexto particular del estudio. El término diseño se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea. En los conceptos sobre la investigación cuantitativa es posible encontrar diferentes clasificaciones de los diseños: Investigación experimental e investigación no experimental.

Al inicio del presente capítulo se indicó que la investigación contenía los dos enfoques. Para sustentar aún más aquello se debe recordar también lo aseverado al respecto por (Niño, 2011), la investigación cuantitativa se ocupa de la recolección y análisis de información por medios numéricos mediante la medición, por su parte, la investigación cualitativa toma como misión “recolectar y analizar la información en todas las formas posibles, exceptuando la numérica. Tiende a centrar en la exploración de un limitado pero detallado número de casos o ejemplos que se consideran interesantes o esclarecedores, y su meta es lograr profundizar.

También indica que de las características propias de este enfoque se pueden destacar las siguientes:

- Propende por la comprensión integral de los fenómenos.

- Busca interpretar la experiencia del modo más parecido posible a como la sienten o la viven los participantes.
- A veces usa la estadística, como las frecuencias, las categorizaciones, etc.
- El investigador es clave, y suele estar inmerso en la población estudiada.
- La reflexión es permanente. Y el mismo análisis va desde el comienzo hasta el final.
- Implica un proceso interactivo entre investigador y sujetos investigados.
- Los tipos de investigación en los que es aplicable suelen ser la etnográfica, la investigación acción, el estudio de caso, pero no exclusivamente.
- Sus técnicas preferidas son la observación, la entrevista, los diarios, los relatos biográficos y en muchos casos la encuesta.
- Sus instrumentos de frecuente uso son preguntas, test, imágenes, textos, fotografías, talleres, socio gramas, reuniones, videos, grabaciones, documentos, etc.

El término diseño adquiere otro significado distinto al que posee dentro del enfoque cuantitativo, particularmente porque las investigaciones cualitativas no se planean con detalle y están sujetas a las circunstancias de cada ambiente o escenario en particular. En el enfoque cualitativo, el diseño se refiere a la forma de obtener la información que se utilizará en el proceso de investigación.

El tipo cualitativo, se caracteriza por los siguientes aspectos:

- La interpretación que se da a las cosas y fenómenos no pueden ser captados o expresados plenamente por la estadística o las matemáticas.
- Utiliza los criterios de credibilidad, transferibilidad y confiabilidad como formas de hacer creíbles y confiables los resultados de un estudio.
- Utiliza preferentemente la observación y la entrevista abierta y no estandarizada como técnicas en la recolección de datos.
- Centra el análisis en la descripción de los fenómenos y cosas observadas.

Según Bernal (2010), en su obra Metodología de la Investigación para Administración, Economía y Ciencias Sociales, en la IAP [Investigación – Acción – Participación] se considera al sujeto de la investigación con capacidad de acción y poder transformador. Este enfoque se plantea como un modo de investigar con la comunidad (grupo o colectivo) y para la comunidad

(grupo o colectivo), en función de la generación de procesos para la transformación de la realidad de esa comunidad (grupo o colectivo). Por tanto, para la IAP la acción se entiende no como un simple actuar, sino como una acción resultado de una reflexión e investigación continua sobre la realidad; pero no sólo para conocer, sino para transformar.

Población y muestra

Considerando la información vertida por Herrera (2018), para calcular la muestra de Participantes que estuvieron inmersos en un procesos de internacionalización se establece un universo es finito, donde "N" es el número total de Participantes que recibieron los servicios de la organización en años anteriores y que están relacionados aun con la entidad, donde a través del correo se les invita a volver, llevando los datos de la encuesta para que el servicio sea de excelencia y calidad sostenida.

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Figura 1 Formula de la Población
Adaptado al cálculo de la muestra

Debido a que el principal objetivo es realizar una Reingeniería de procesos a fin de mejorar las actividades y gestiones realizadas por la empresa Forever Experience S.A., la población a investigar serán todos los colaboradores de la Organización que son dieciocho personas que constituyen la Nómina de la empresa, puesto que todos son protagonistas o ejecutores en mayor o menor grado de la misión y visión institucional.

La población es finita, el valor de N representa según la organización un promedio de 3500 Participantes que están o estuvieron inmerso a un proceso de internacionalización con un rango de edad mayor de 18 años, el indicador de confianza al 90% es de 1.65 al cuadrado, el valor proporcional al éxito o fracaso de la información obtenida es del 50% y el margen de error utilizado es del 10%, obteniendo una muestra de 67 personas a encuestar.

Tabla 1

Fórmula de la población Finita

| INGRESO DE PARAMETROS | | | |
|------------------------------|-------|-------------------|----|
| Tamaño de la Población (N): | 3.500 | Tamaño de Muestra | |
| Error Muestral (E): | 0,10 | Fórmula | 67 |
| Proporción de Éxito (P): | 0,5 | | |
| Proporción de Fracaso (Q): | 0,5 | | |
| Valor para Confianza (Z): | 1,65 | | |

Nota: Muestra tomada de la población finita

Se utiliza un margen de error del 10%, por lo que los encuestados conocen a la organización, son parte del servicio que se ofrece y que pueden directamente definir un aspecto de falencia o necesidad del servicio ofrecido de forma directa, motivo por los encuestados son 67 personas y ellos representa a todos los clientes.

Recolección de Datos

La información se la recoge por vía encuesta a todos quienes se acercan a las instalaciones en un total de 67 personas, que son aspirantes o fueron para del servicio ofrecido.

Encuesta a participante.

Son 67 personas que visitan por un servicio de internacionalización y que tiene como objetivo la realización de una reingeniería en los procesos administrativos, financieros y de servicio.

Género de los participantes

Tabla 2

Género de los participantes

| Detalle | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------|-------------------|-------------------|
| Masculino | 42 | 63% |
| Femenino | 25 | 37% |
| Total | 67 | 100% |

Nota: Adaptado a los participantes de Forever Experience S.A. en diciembre 2019.

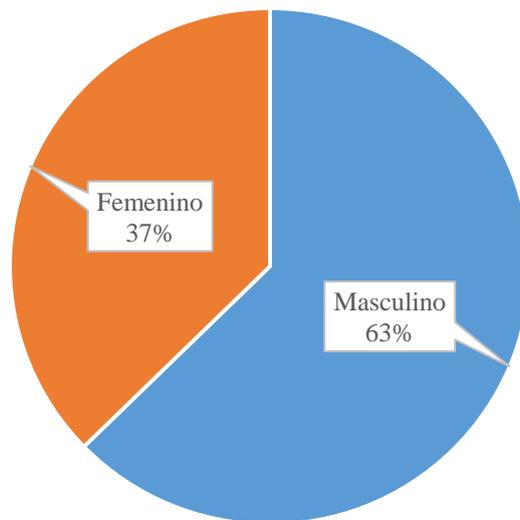


Figura 2 Género de los Participantes de Forever Experience S.A. en diciembre 2019

De los encuestados se divide por el género de cada uno, en donde el 63% pertenece a Participantes internacionalizados masculinos y el 37% para participantes internacionalizados de género femenino.

El análisis que se obtiene es que normalmente son los participantes de género masculinos los que más aplican estos procesos de internacionalización en sus estudios.

Edad de los participantes

Tabla 3

Edad de los participantes

| Detalle | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------|-------------------|-------------------|
| De 18 a 30 años | 44 | 66% |
| De 31 a 45 años | 22 | 33% |
| De 46 a 65 años | 1 | 1% |
| Total | 67 | 100% |

Nota: Detalle de edades de los participantes de Forever Experience S.A. en diciembre 2019.

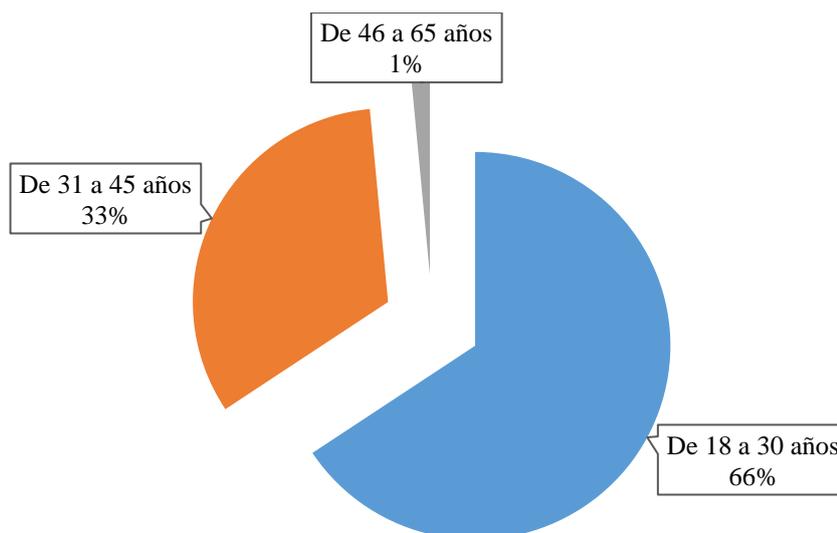


Figura 3 Edad de los participantes encuestados de Forever Experience S.A.

De los participantes que en algún momento recibieron la internacionalización en su estudio en la actualidad el 66% tiene una edad entre 18 a 30 años, un 33% fluctúan entre 31 a 45 años, y apenas un 1% son mayores a 46 años.

Esto quiere decir que existe un porcentaje de clientes que fueron parte del crecimiento de la institución y que mantienen conocimiento de las actividades que se realizan.

Instrucción educativa

Tabla 4

Instrucción educativa de los participantes

| Detalle | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------|-------------------|-------------------|
| Secundaria | 18 | 27% |
| Superior | 24 | 37% |
| Maestrías | 15 | 22% |
| Doctorados | 10 | 15% |
| Total | 67 | 100% |

Nota: Adaptado por la instrucción que tiene cada participante de Forever Experience S.A.

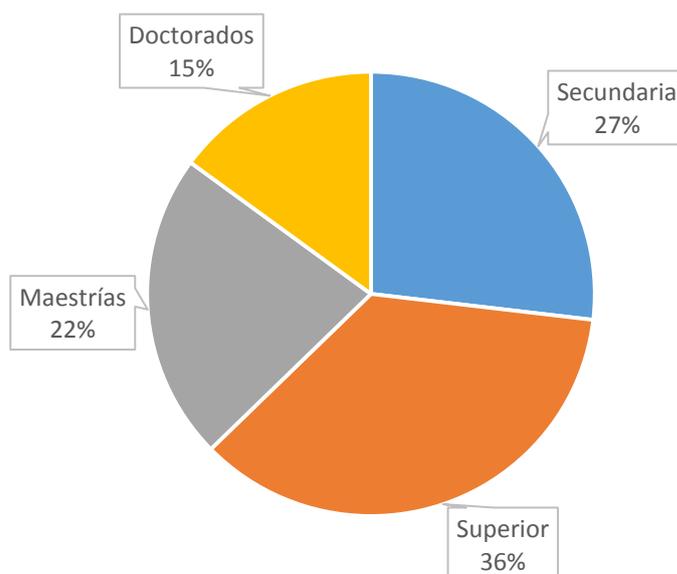


Figura 4 Instrucción educativa que posee cada participante de Forever Experience S.A.

Se determinó la instrucción educativa de los que fueron internacionalizados en su momento actualmente el 36% han realizados estudios superiores, el 27% solo han culminado su instrucción secundaria internacional, el 22% están en estudios de maestrías y apenas un 15% siguen doctorados. Existe la aceptación de la preparación en los participantes que se dedican a seguir estudiando para alcanzar nuevos objetivos profesionales y educativos.

1. ¿Cuál ha sido el programa de intercambio cultural en el que Usted ha participado?

Tabla 5

Programa en que participo

| Detalle | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------|------------|------------|
| Work Travel | 29 | 43% |
| Diplomados | 13 | 19% |
| Idiomas | 18 | 27% |
| Internship | 7 | 11% |
| Total | 67 | 100% |

Nota: Adaptado a los participantes de Forever Experience S.A. en diciembre 2019.

Se tiene una presencia acertada en el producto de mayor interés que es el Work Travel con un 43%, lo que hace que las estrategias de reingeniería aplicada recaigan sobre este proceso para maximizar aún más la tendencia del servicio, para luego vincular idiomas y diplomados.

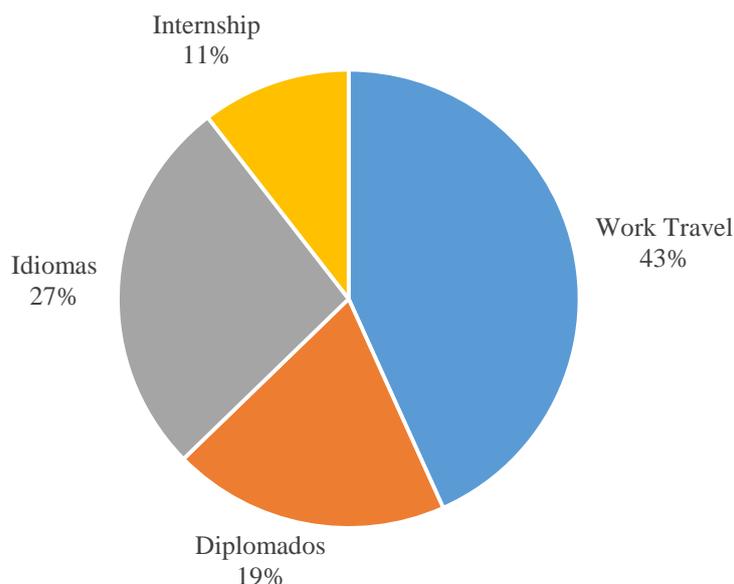


Figura 5 Programa en el que participaron clientes de Forever Experience S.A.

La proporción existente entre los diversos productos que posee la empresa Forever Experience, donde el 43% abarca los temas relacionados a Work Travel, el 27% se refiere a Idiomas, un 19% a diplomados, el análisis realizado para el presente esquema de tabulación es que hay que continuar en el orden de productos que son prioridad para los participantes.

2. ¿Dentro del área administrativa Ud. considera que la empresa Forever Experience S.A. no manejo adecuadamente los procesos?

Tabla 6
Manejo adecuado del área administrativa de la empresa Forever Experience S.A.

| Detalle | Frecuencia | Porcentaje |
|---------|------------|------------|
| Si | 35 | 52% |
| No | 26 | 39% |
| Tal vez | 6 | 9% |
| Total | 67 | 100% |

Nota: Adaptado a los participantes de Forever Experience S.A. en diciembre 2019.

Los procesos en el área administrativa, tienden a ir mejorando continuamente, en la tabla se observa una respuesta no muy atractiva por parte de los participantes, por lo tanto se requiere de una reingeniería en el área, con el fin de mejorar los indicadores presentado en la tabla.

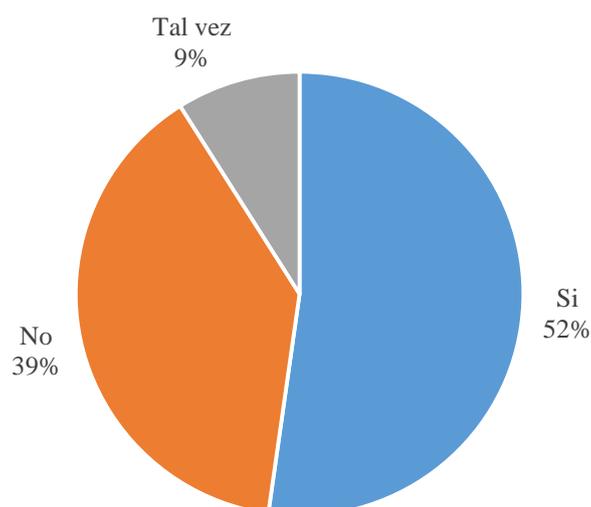


Figura 6 Manejo adecuado del área administrativa por parte de los participantes de Forever Experience S.A.

Se observa que el 52% de los participantes manifestaron que sí existe un manejo adecuado de la organización, sin embargo, un 39% señalan que no hay una gestión administrativa dentro de la empresa Forever Experience S.A., también algunos manifiestan que existe una gestión regular en el manejo adecuado de los recursos.

3. ¿Cuáles son los principales valores que Usted considera que aplica la empresa Forever Experience S.A.?

Tabla 7
Valores que aplica la empresa Forever Experience S.A.

| Detalle | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------|------------|-------------|
| Ética | 6 | 9% |
| Responsabilidad | 14 | 21% |
| Respeto | 9 | 13% |
| Puntualidad | 2 | 3% |
| Confianza | 6 | 9% |
| Dinamismo | 7 | 10% |
| Conocimiento | 13 | 19% |
| Lealtad | 2 | 3% |
| Otros | 8 | 12% |
| Total | 67 | 100% |

Nota: Adaptado por los valores corporativos que posee Forever Experience S.A.

Se vislumbra todos los principales valores necesario que una empresa como Forever Experience S.A. requiere, donde se considera la responsabilidad, y el conocimiento como las

principales fortalezas que posee la organización, tomando en consideración todo lo demás valores para ir incrementando una adecuada gestión administrativa.

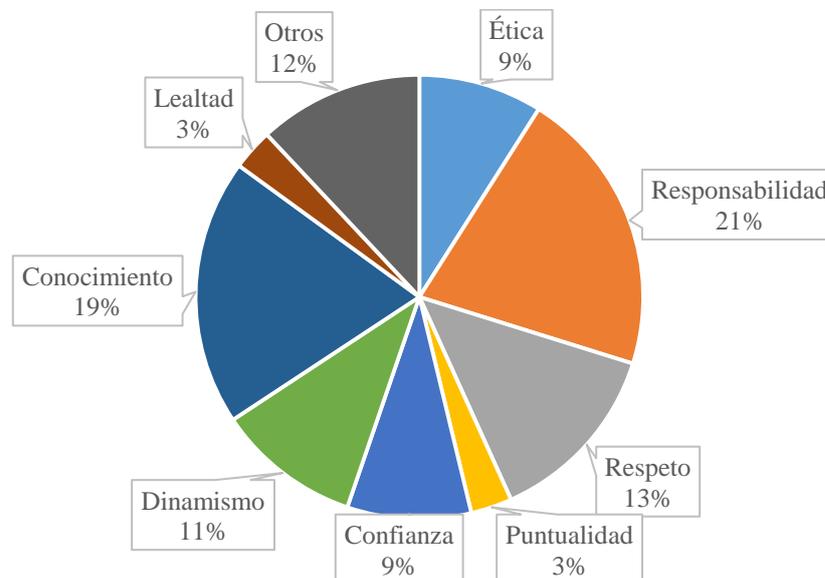


Figura 7 Valores que aplica la empresa Forever Experience según sus participantes

Se visualiza que existe un adecuado pronunciamiento por el valor de responsabilidad, esto crea un imagen aceptable en la empresa Forever Experience S.A., además de sumar a ello el conocimiento que brindan a todo los participantes, sin embargo existe muy poco pronunciamiento en lo que se refiere a lealtad y puntualidad, que son valores corporativos indispensable para el desarrollo de cualquier actividad económica dentro de un mercado competitivo.

4. ¿Dentro del área contable considera Ud. que la empresa Forever Experience S.A. no maneja adecuadamente los procesos y controles?

Tabla 8
Manejo adecuado de los procesos y controles en la empresa Forever Experience S.A.

| Detalle | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Si | 34 | 51% |
| No | 26 | 38% |
| Tal vez | 7 | 9% |
| Total | 67 | 100% |

Nota: Adaptado a los participantes del área contable de Forever Experience S.A. en diciembre 2019.

Se señala claramente que la organización si maneja adecuadamente los procesos y controles de cada uno los participantes, sin embargo es necesario vincular un mejor trabajo estratégico,

para que las acciones relacionada con cada uno de los servicios ofrecidos por la empresa Forever Experience S.A., este acorde a la calidad.

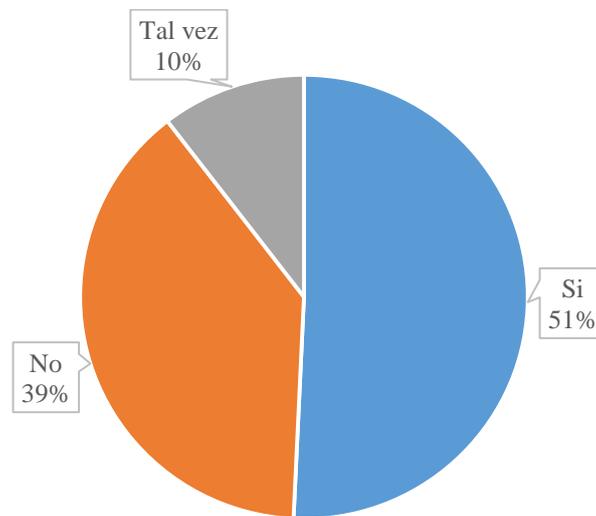


Figura 8 Manejo adecuado de los procesos y controles en Forever Experience S.A.

Se interrogó a los participantes, donde señalan que la parte financiera es limitada y existe inconvenientes, un 50% señala que si hay un manejo óptimo de las finanzas, porque durante su internacionalización no tuvieron problemas financieros, un 40% que no hay un manejo adecuado de las finanzas, y el 10% tal vez creyeron que pudo haber inconveniente en el aspecto financiero. La situación del área financiera denota el interés de cómo se realizan las estrategias y se lo cuantifica considerando la liquidez, solvencia y rentabilidad que en aun posee la Forever Experience S.A.

5. ¿Cree usted que existe un adecuado manejo del servicio de información por teléfono y redes sociales en la empresa Forever Experience S.A.? (refiriéndose a respuesta inmediata).

Tabla 9
Adecuado manejo de servicio telefónico y redes sociales en Forever Experience S.A.

| Detalle | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------|-------------------|-------------------|
| Si | 18 | 27% |
| No | 46 | 68% |
| Tal vez | 3 | 5% |
| Total | 67 | 100% |

Nota: Adaptado por el servicio recibido de los participantes de Forever Experience S.A.

Referente al uso del teléfono convencional o móvil, adicionalmente la gestión en redes sociales por parte de la empresa Forever Experience S.A., tiene muchas limitantes, por lo tanto los participantes suelen crear conflicto por la falta de comunicación, creándose inconvenientes al que realizada alguna actividad, pago o reclamo.

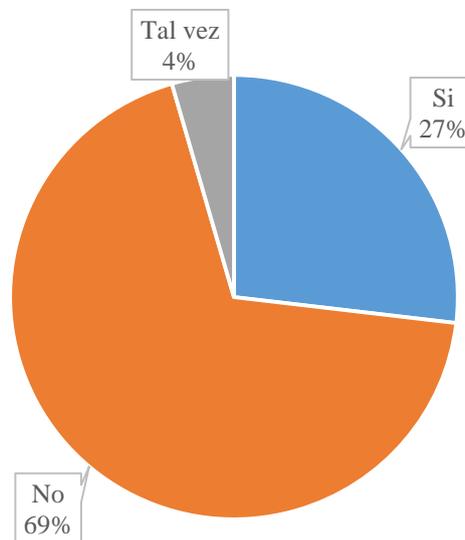


Figura 9 Adecuado manejo de la cartera a cliente según los participantes de Forever Experience S.A.

Se observa que el 27% de los participantes consideran que si existe un manejo adecuado de los medio de comunicación por parte de la empresa Forever Experience S.A., sin embargo, existe un 68% de los participantes son claro en señalar de que no hay una adecuada gestión de comunicación dentro de la organización, por lo que muchas veces es una lo motivó para prescindir de los servicios ofrecidos.

6. ¿En la actualidad, el personal de la empresa Forever Experience S.A. le ha brindado un servicio postventa?

Tabla 10
Existió un servicio de calidad por parte de la empresa Forever Experience S.A.

| Detalle | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Si | 19 | 29% |
| No | 48 | 71% |
| Total | 67 | 100% |

Nota: Adaptado a los participantes de Forever Experience S.A. en diciembre 2019.

Referente a la calidad, es uno de los principales términos, utilizado dentro de la organizaciones para mantener satisfecho el cliente, sin embargo, esta acción pasa desapercibida por parte de los ejecutivos, dejando a los clientes a su libre albedrío, la empresa Forever Experience S.A., busca a través de la reingeniería un pronunciamiento eficaz por parte de los ejecutivos para brindar calidad en todo momento.

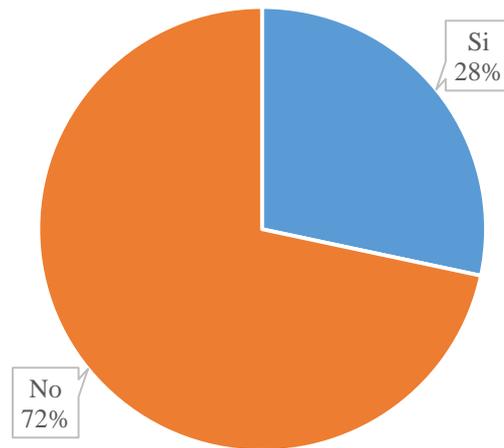


Figura 10 Existe un servicio de calidad por parte de quienes participaron en Forever Experience S.A.

Los participantes manifestaron en un 71% que no existe un servicio de calidad adecuado dentro de la empresa Forever Experience S.A., por lo tanto es necesario acudir a cambio en la estructura de servicio de atención al cliente, el 29% señala que si existe un servicio de calidad, este indicador es demasiado bajo, por lo tanto va a ser necesario que se aplique capacitación para solventar el conocimiento estratégicos a cada uno de los ejecutivos.

7. ¿Usted mantuvo inconveniente por el servicio ofrecido por la empresa Forever Experience S.A.?

Tabla 11
Mantuvo inconvenientes con empresa Forever Experience S.A.

| Detalle | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Si | 40 | 60% |
| No | 27 | 40% |
| Total | 67 | 100% |

Nota: Adaptado a los participantes de Forever Experience S.A. en diciembre 2019.

Hacer un análisis de cómo fue la participación de los ejecutivos con cada uno de los clientes, es un trabajo cotidiano y necesario, porque de esa manera se atribuye un concepto claro a la eficiencia del trabajo y la efectividad, esto implica que se debe de optar por ampliar un plan de capacitación para la acción de servicio dentro de Forever Experience S.A.

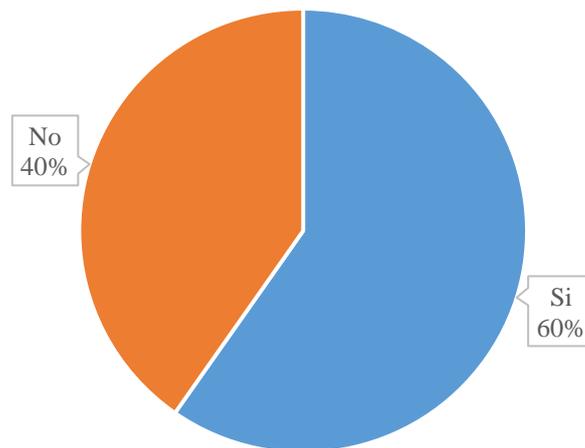


Figura 11 Mantuvo inconvenientes como participantes de Forever Experience S.A.

Se vislumbra que los participantes tuvieron serios inconvenientes con la empresa en un promedio de 60%, mientras que un 40% indica que no tuvieron mayor inconveniente, las cifras de las encuestas realizadas no generan una situación de agrado por parte de las autoridades de Forever Experience S.A., siendo necesario establecer una reingeniería en cada una de las estructuras manifestadas.

8. ¿Se siente satisfecho por el servicio recibido en su momento por la empresa Forever Experience S.A.?

Tabla 12
Satisfacción por el servicio recibido de la empresa Forever Experience S.A.

| Detalle | Frecuencia | Porcentaje |
|---------|------------|------------|
| Si | 21 | 31% |
| No | 38 | 57% |
| Tal vez | 8 | 12% |
| Total | 67 | 100% |

Nota: Adaptado a los participantes por el servicio recibido en Forever Experience S.A.

Referente la satisfacción por el servicio recibido por parte de la empresa Forever Experience S.A., los participantes indican que existe muy poco interés de ayudar y de servir a quienes busca una cultura internacional, siendo importante que exista un trabajo de ayuda y asesoría real por parte de quienes la integran.

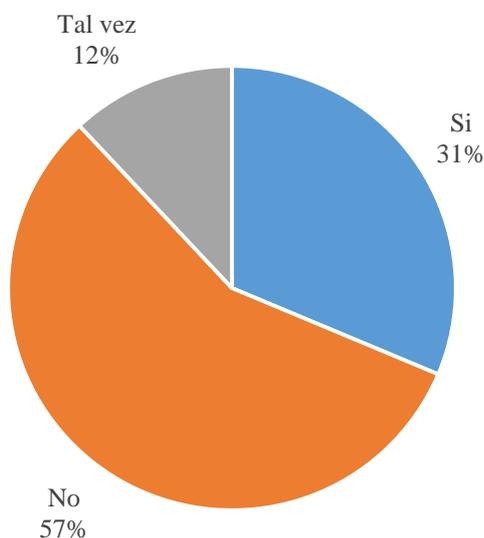


Figura 12 Existe satisfacción en el servicio recibido en Forever Experience S.A.

En esta interrogante referente a que si existe satisfacción por el servicio recibido de la empresa Forever Experience S.A., el 57% si está satisfecho, el 31% no considera que existe satisfacción en el trabajo realizado por los empleados de la organización y tan solo un 12% señala que tal vez no hay el servicio adecuado en las áreas administrativas y financiera en la organización.

9. ¿En el momento de acceder a un cupo de intercambio cultural, lo pagaría a crédito o al contado?

Tabla 13
Desearía acceder a que forma de pago

| Detalle | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------|------------|------------|
| Pago al contado | 38 | 57% |
| Pago a crédito | 29 | 43% |
| Total | 67 | 100% |

Nota: Adaptado a los participantes de Forever Experience S.A. en diciembre 2019.

Los participantes al momento de optar por un cupo intercambio cultural, optan por llegar un acuerdo económico con la empresa Forever Experience S.A., esto implica el pago de contado

o a crédito, en ambos caso se procede a la realización de la negociación y se establece en la política a seguir al momento de trabajar o estudiar en el exterior.

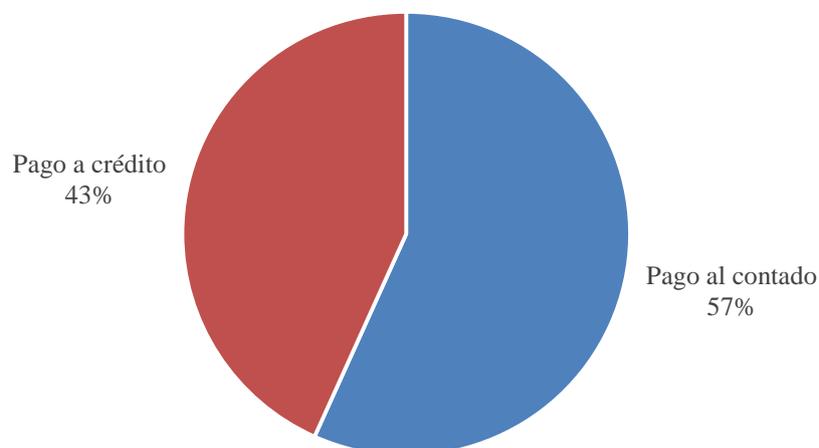


Figura 13 *Desearía acceder* como participantes de Forever Experience S.A.

Se visualiza que la mayor parte de los participantes al momento de recibir un cupo intercambio cultural el 57% realiza el pago de contado, un 43% lo realiza a través de tarjeta de crédito o de crédito directo por parte de la organización. El esquema de interrogante que se deben de ampliar la cobertura de los servicios de pago a cada uno los postulantes.

10. ¿Considera adecuado el servicio prestado por la escuela o sponsor de su elección dentro del plan de cultura internacional?

Tabla 14

Precio acorde a pagar mensual por educación internacional

| Detalle | Frecuencia | Porcentaje |
|---------|------------|------------|
| Si | 45 | 67% |
| No | 23 | 35% |
| Total | 67 | 100% |

Nota: Adaptado a los participantes acorde al valor a pagar a Forever Experience S.A.

Cuando tratamos de un servicio prestado por la escuela o sponsor de su elección dentro del plan cultural internacional, se entiende que es la calidad de servicio lo que permite realizar una negociación directa con el participante, caso contrario simplemente se presta un servicio de información y no existe un cierre adecuado de la gestión de venta.

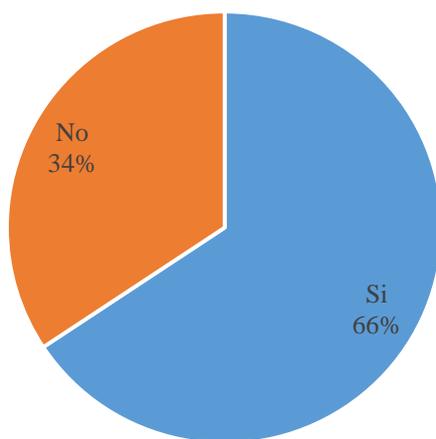


Figura 14 Precio acorde a pagar mensual por educación internacional a los Participantes de Forever Experience S.A.

Se observa que los participantes consideran adecuado el servicio prestado por la escuela o sponsor dentro del plan de cultura internacional, pero existe otro grupo de participantes que no considera que se está ofreciendo un servicio adecuado, por lo tanto, la mayor parte de ellos prefieren dirimir de las acciones realizadas.

Focus Group a empleados de la empresa Forever Experience S. A. , donde el 40% son hombres de 20 a 29 años de edad y el 60% son mujeres de 19 a 27 años.

- ¿Considera que el crédito ofrecido a los estudiantes para los programas en el exterior brindan la oportunidad de nuevos proyectos de venta para la empresa Forever Experience S.A. la ciudad de Guayaquil?**

Tabla 15

El crédito ofrecido por empresa Forever Experience S.A hacia los participantes es adecuado

| Descripción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------------|-------------------|-------------------|
| Totalmente de Acuerdo | 3 | 17% |
| De acuerdo | 8 | 44% |
| En desacuerdo | 4 | 22% |
| Totalmente en Desacuerdo | 3 | 17% |
| Total | 18 | 100% |

Nota: Adaptado a los Empleados en Forever Experience S.A. realizado en Enero 2020

La mayor parte de los participantes de la organización Forever Experience S.A., se vean beneficiados por el crédito ofrecido, por lo tanto quienes forman parte del talento humano señala que están de acuerdo con el proceso.

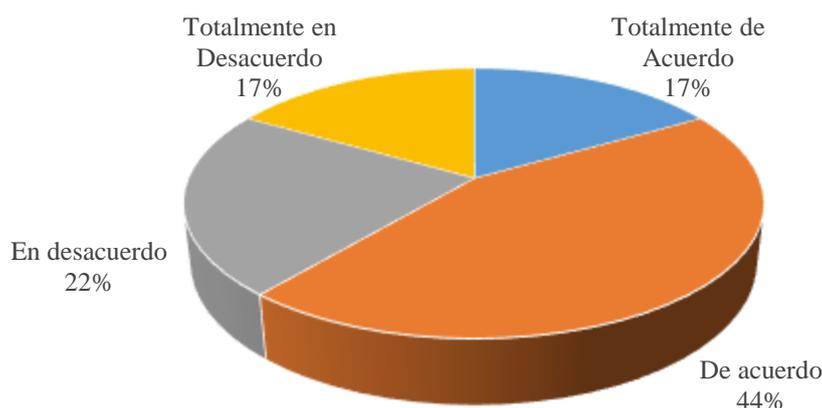


Figura 15 El crédito ofrecido a los estudiantes de los Empleados en Forever Experience S.A.

Se determinó en esta interrogante, si el crédito ofrecido para los programas en el exterior ofrece la oportunidad para nuevos proyectos de venta en la empresa Forever Experience S.A., para lo cual del 100% de encuestados, el 44% está de acuerdo con dicho crédito, el 22% está en desacuerdo y el 17% está totalmente de acuerdo y en desacuerdo respectivamente, por lo que se interpreta que es viable este tipo de créditos.

2. ¿Considera que el trabajo realizado dentro de la empresa Forever Experience S.A. permite generar una rentabilidad aceptable?

Tabla 16

Considera que hay rentabilidad en la empresa Forever Experience S.A.

| Descripción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------------|------------|------------|
| Totalmente de Acuerdo | 5 | 28% |
| De acuerdo | 10 | 56% |
| En desacuerdo | 2 | 11% |
| Totalmente en Desacuerdo | 1 | 6% |
| Total | 18 | 100% |

Nota: Adaptado a los Empleados en Forever Experience S.A. realizado en Enero 2020

Los empleados son claros en manifestar que existe una rentabilidad adecuada en los procesos de internacionalización con los aspirantes, esto debido a que hay gran cantidad de ciudadanos que buscan un cambio en las actividades cotidianas de estudio o trabajo que realizan.

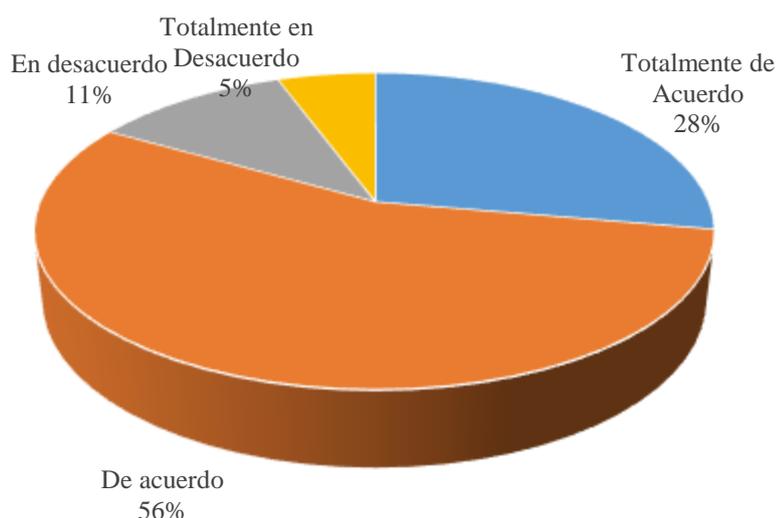


Figura 16 Considera que hay rentabilidad en la empresa según los Empleados en Forever Experience S.A.

A los encuestados se les interrogó si el trabajo realizado dentro de la empresa Forever Experience S.A. permite que se genere una rentabilidad aceptable, dando los resultados de la encuesta que el 56% está de acuerdo con la existencia de rentabilidad de la empresa, el 28% está totalmente de acuerdo, el 11% se encuentra en desacuerdo y el 5% totalmente en desacuerdo.

3. ¿De listado siguiente en que área considera que la empresa tiene serios inconvenientes?? (puede elegir hasta 2 opciones)

Tabla 17

En qué área están los inconvenientes en la empresa Forever Experience S.A.

| Descripción | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------------------|------------|------------|
| Recurso Humano | 7 | 20% |
| Proveedores -sponsor | 3 | 9% |
| Clientes-participantes | 4 | 12% |
| Comunicación entre el equipo | 6 | 18% |
| Administración general | 9 | 26% |
| Otros | 5 | 15% |
| Total | 34 | 100% |

Nota: Adaptado a los Empleados en Forever Experience S.A. realizado en Enero 2020

Una adecuada dirección, permite planes estratégicos, controlados y supervisados, que fortalezcan cada una las acciones que se realizan con el cliente, motivo por lo que el personal es el que conoce los inconvenientes, y también sabe cómo solucionarlo.

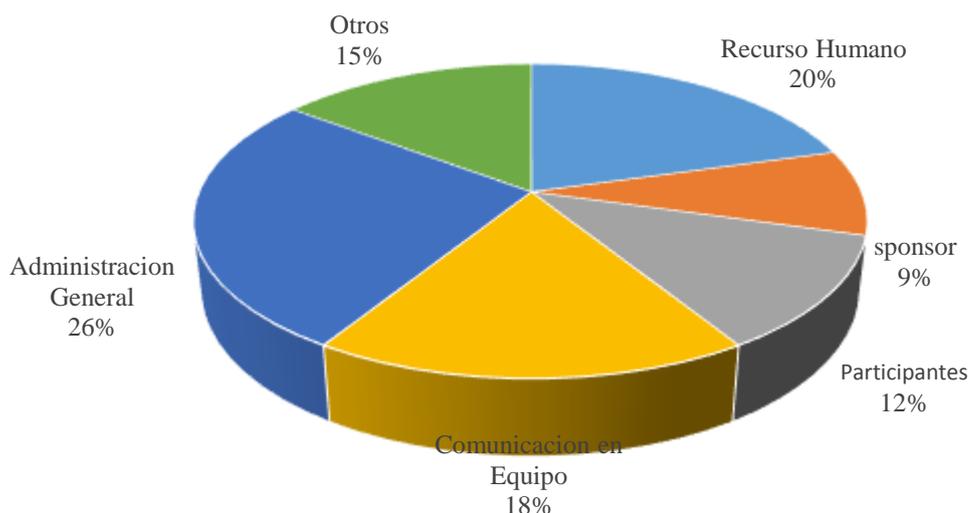


Figura 17 En que área están los inconvenientes según los Empleados en Forever Experience S.A.

Se determinó que en el área, considera tiene serio inconveniente dentro de la empresa Forever Experience S.A., en donde el 26% representa la Administración general, el 20% Recurso Humano, el 18% los comunicación entre el equipo, el 15% otras áreas tales como calidad, el 12% los clientes -participantes y por último los proveedores – sponsor con el 9%.

4. ¿Le gustaría formar parte de un grupo de eficientes profesionales que laboran dentro del éxito de la empresa Forever Experience S.A.?

Tabla 18

Formaría un grupo eficiente dentro de la empresa Forever Experience S.A.

| Descripción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------------|------------|------------|
| Totalmente de Acuerdo | 9 | 50% |
| De acuerdo | 8 | 44% |
| En desacuerdo | 1 | 6% |
| Totalmente en Desacuerdo | 0 | 0% |
| Total | 18 | 100% |

Nota: Adaptado a los Empleados en Forever Experience S.A. realizado en Enero 2020

La mayor parte de los colaboradores de la empresa Forever Experience S.A. quiere ser parte del desarrollo de la misma, por lo tanto están de acuerdo en participar en cualquier tipo de proyecto que se asigne, con el fin de que exista una imagen más acertada para con el participante.

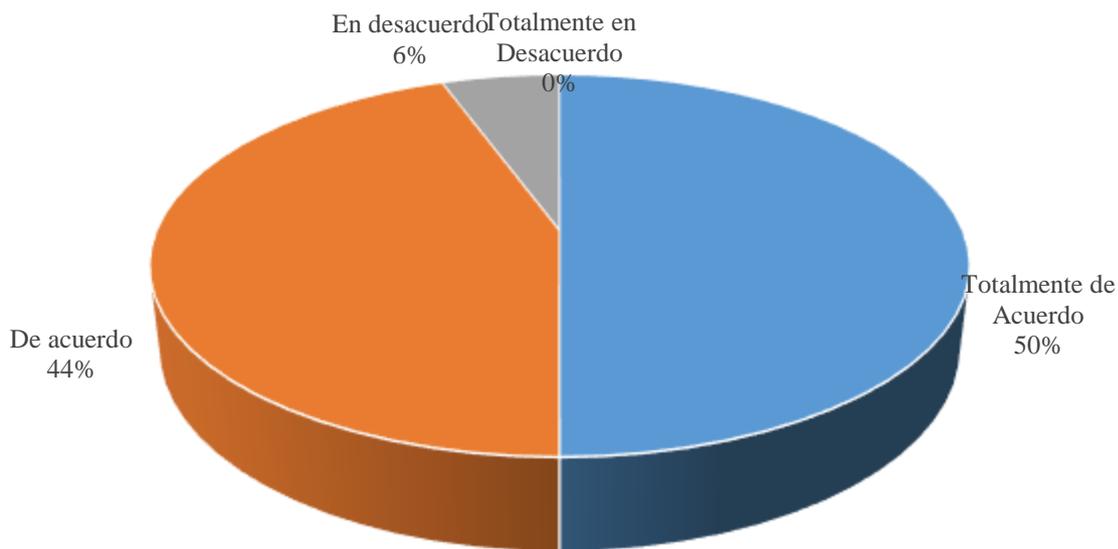


Figura 18 Formaría un grupo eficiente dentro de la empresa para fortalecerla según los Empleados en Forever Experience S.A.

A los encuestados se les interrogó si estuviesen gustosos de formar parte de un grupo de eficientes profesionales que laboran dentro del éxito de la empresa Forever Experience S.A., para lo cual el 50% estaba totalmente de acuerdo con la idea, el 44% de acuerdo y el 6% restante en desacuerdo.

5. ¿Es importante para la empresa Forever Experience S.A. genere nuevos proyectos para el desarrollo y crecimiento de la organización?

Tabla 19

Participaría en los nuevos proyectos de reestructuración de la empresa Forever Experience S.A.

| Descripción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------------|------------|------------|
| Totalmente de Acuerdo | 4 | 22% |
| De acuerdo | 11 | 61% |
| En desacuerdo | 2 | 11% |
| Totalmente en Desacuerdo | 1 | 6% |
| Total | 18 | 100% |

Nota: Adaptado a los Empleados en Forever Experience S.A.

Es importante rescatar las acciones de los empleados, debido a ello están de acuerdo en participar en cualquier tipo de reestructuración que organice la empresa Forever Experience

S.A. en beneficio de todos los participantes. Cada uno de los colaboradores con firmeza manifestó el éxito del nuevo proyecto y su apego al mismo.

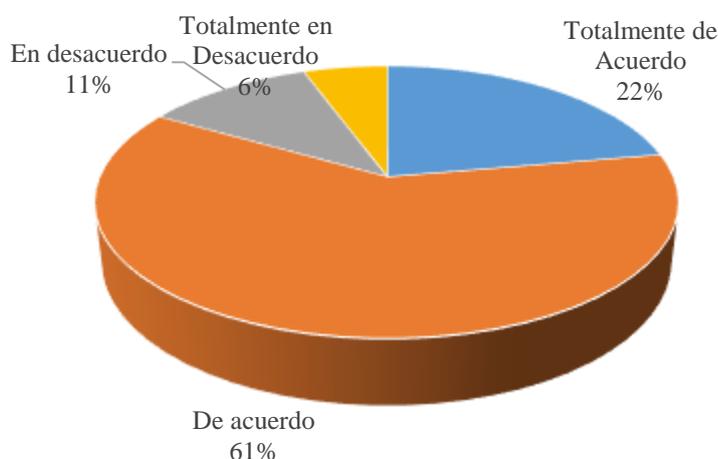


Figura 19 Participaría en los nuevos proyectos de reestructuración como empleados de Forever Experience S.A.

A los encuestados se les interrogó si consideraba importante que la empresa Forever Experience S.A. participe nuevos proyectos dentro de la empresa, para la mejora de la misma, en donde los resultados fueron que del 100%, el 61% está de acuerdo con esto, el 22% totalmente de acuerdo, el 11% en desacuerdo y finalmente el 6% totalmente en desacuerdo.

6. ¿Considera que la innovación dentro de la empresa Forever Experience S.A. permitiría ampliar los servicios a los participantes?

Tabla 20

Innovación de la empresa Forever Experience S.A. ampliaría a los servicios

| Descripción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------------|------------|------------|
| Totalmente de Acuerdo | 3 | 17% |
| De acuerdo | 14 | 78% |
| En desacuerdo | 1 | 6% |
| Totalmente en Desacuerdo | 0 | 0% |
| Total | 18 | 100% |

Nota: Adaptado a los Empleados en Forever Experience S.A. realizado en Enero 2020

Los empleados señalan que la innovación y la tecnología, tiene que ser la principal herramienta de acción de la empresa Forever Experience S.A., debido a que una vez aplicando

la reestructuración del área tecnológica, permitiría una mayor comunicación con los aspirantes a la cultura de internacionalización.

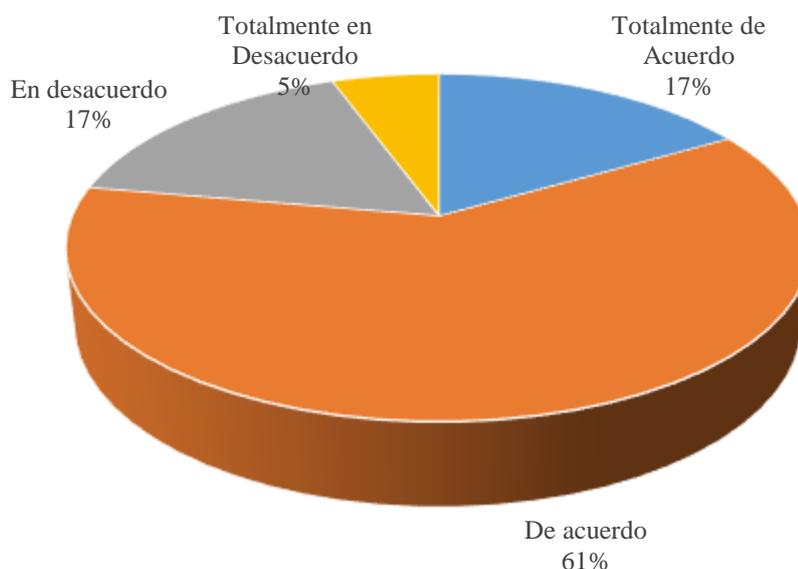


Figura 20 Innovación de la empresa Forever Experience S.A. ampliaría a los servicios.

A los encuestados se les interrogó si consideraban que se proponga servicios innovadores para los participantes, en donde el análisis estadístico, detalló que el 78% estaba de acuerdo con este proceso, el 17% totalmente de acuerdo y finalmente el 5% en desacuerdo.

7. ¿Considera importante que se lleve un control sostenido en el registro contable y financiero dentro de la empresa Forever Experience S.A.?

Tabla 21

Control del área financiera en la empresa Forever Experience S.A.

| Descripción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------------|------------|------------|
| Totalmente de Acuerdo | 3 | 17% |
| De acuerdo | 14 | 78% |
| En desacuerdo | 1 | 5% |
| Totalmente en Desacuerdo | 0 | 0% |
| Total | 18 | 100% |

Nota: Adaptado a los Empleados en Forever Experience S.A. realizado en Enero 2020

El personal que colabora con la empresa Forever Experience S.A., señala que pueden haber mejoras en el área financiera, que los principios de contabilidad pueden ser más certeros y las

proyecciones más efectivas, siendo necesario la incorporación de un plan de capacitación en el área, además de las herramientas tecnológicas visibles dentro de la reestructuración.

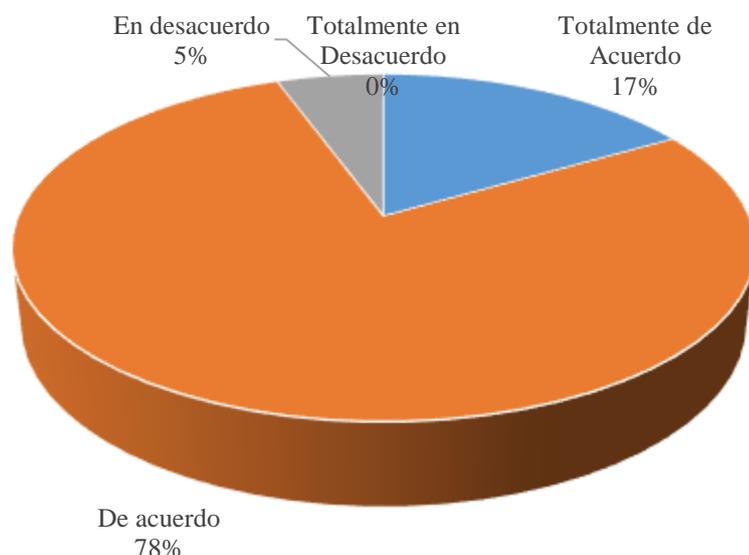


Figura 21 Control del área financiera y contable por parte de los empleados en Forever Experience S.A.

Se interrogó a los encuestados si es importante que se lleve un control sostenido en el registro contable y financiero dentro de la empresa Forever Experience S.A., para lo cual el 78% está de acuerdo, el 17% se encuentra totalmente de acuerdo y el 5% restante en desacuerdo.

8. ¿Cree usted que se da un buen servicio a los participantes en la actualidad dentro de la empresa Forever Experience S.A.? Perspectiva estudiante.

Tabla 22

Se da un buen servicio a los participantes en la actualidad

| Descripción | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------------|------------|------------|
| Si | 3 | 17% |
| No | 12 | 67% |
| tal vez | 2 | 11% |
| Depende de la situación. | 1 | 6% |
| Total | 18 | 100% |

Nota: Adaptado a los Empleados en Forever Experience S.A. realizado en Enero 2020

A esta interrogante, la mayor parte de los colaboradores manifestaron su gran mayoría no será un gran servicio a los participantes, ello que son parte del desarrollo de la empresa Forever

Experience S.A., considera que deben de mejorar y a la vez impulsar nuevos esquemas estratégicos para llamar la atención a aquellos clientes potenciales.

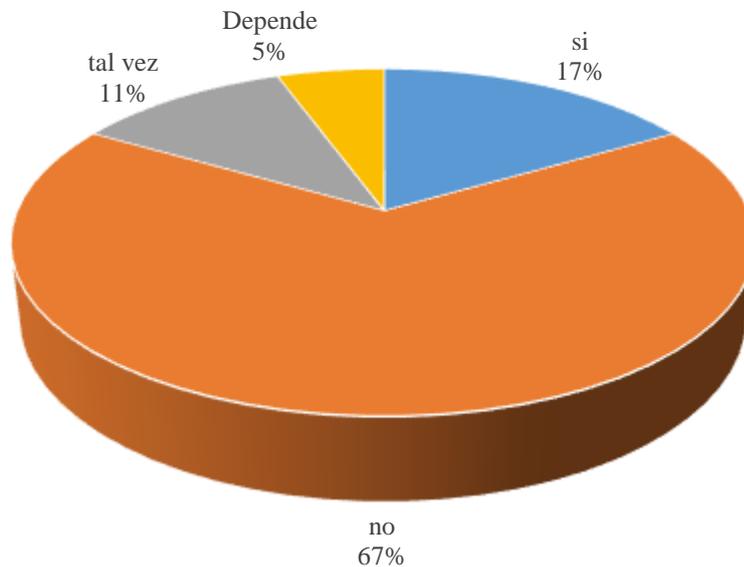


Figura 22 Se da un buen servicio a los participantes en la actualidad. Por los empleados en Forever Experience S.A.

Se investigó, si se da un buen servicio a los participantes en la actualidad dentro de la empresa Forever Experience S.A., en donde el 67% no lo considera un buen servicio, el 17% si considera un excelente servicio, el 11% tal vez lo vean factible y por último el 5% restante dice que depende de la situación de cada participante.

Análisis de la encuesta realizada y el grupo focal

La encuesta realizada a cada uno de los participantes a los programas de internacionalización muestra resultados muy poco agradable a una percepción administrativa eficiente. De la población total de participantes, se tomó una muestra de 67 personas a un margen de error del 10%, donde la mayor parte pertenece a los programas work and travel, siendo el punto fuerte de la organización, sin embargo, existe alrededor del 40% de todos los participantes, que señalan que no existió un adecuado manejo de la gestión administrativa en términos de servicios, existiendo serios inconvenientes en lo que a responsabilidad se refiere.

También se señala que existe inconveniente en llevar la contabilidad, debido a la falta de equipos tecnológicos y el profesionalismo en manejar los recursos financieros, el problema no es el flujo de efectivo, más bien es la falta de respaldo para activar nuevos proyectos o negociaciones. Muchos señalan que la comunicación es el principal problema de orden que

tiene la empresa, no existe un manejo adecuado de la información, y de los medios de comunicación como teléfonos, redes sociales, entre otros, dejando a un lado la satisfacción al cliente.

Dentro del grupo focal, que es un test, preparado para quienes forman parte de la organización donde se detallan acción administrativa de éxito o con falencia, entre las cuales se puede denotar la situación acontecida por los créditos, donde los colaboradores señalan que es lento el accionar del área, también es importante resaltar que a pesar de haber una buena rentabilidad, no se cumple a cabalidad todo servicio ofrecido por el ejecutivo de cuenta. La mayor parte inconvenientes que se suscitan dentro de la organización se encuentra en el área de la administración general, es decir el talento humano no actúa en forma rígida considerando los lineamientos existente en la empresa, otro inconveniente en el área de comunicación es que se cuenta con diferentes equipos en la organización, además, no existe la interacción entre ejecutivo y cliente.

La mayor parte de los encuestados que forman parte de la organización y que fueron participantes de la misma, considera que va ser necesario enfocar mejoras con base a una reestructuración o reingeniería en cada una de las área descrita, esto se procede a través de un estudio sistemático utilizando un balance score Card, herramienta que permitiría reconocer cada uno de los procesos que requieren cambios, para establecer mejoras dentro de Forever Experience.

Capítulo IV: Análisis de la Situación actual

En este capítulo se describe el diagnóstico de la situación actual de la empresa Forever Experience S.A., cuya información fue obtenida a través de la aplicación de las técnicas metodológicas, encuestas y grupo focal, a continuación se comienza explicar la empresa y su estructura.

La empresa actual

| | |
|-------------------------------|--|
| Razón Social: | FOREVER EXPERIENCE S.A. |
| Nombre comercial: | Forever Experience |
| RUC: | 0993012076001 |
| Representante Legal: | Eliana Gabriela Romero Zambrano |
| Presidente: | Eliana Gabriela Romero Zambrano |
| Gerente General: | Carlos Alberto Olivares Cumbe |
| Actividad económica: | Intercambios culturales y Educativos. |
| Dirección: | Parque Empresarial Colon Empresarial quinto piso Mezzanine Oficina 09 |
| Dirección electrónica: | info@foreverexperience.org |
| Página web: | www.foreverexperience.org |
| Redes sociales: | Forever_Intercambios |

Tabla 23

Plan de acciones de FOREVER EXPERIENCE S.A.

| Accionista | Porcentaje | Cantidad |
|------------------------|-------------------|-----------------|
| Eliana Romero Zambrano | 45% | 450 acciones |
| Carlos Olivares | 45% | 450 acciones |
| Paxsi Zambrano | 10% | 100 acciones |

Nota. Datos de la participación de socios de Forever Experience S.A.

La empresa Forever Experience fue creada en el 2017 por dos jóvenes emprendedores, con poca experiencia laboral en el mundo de los intercambios, pero una amplia experiencia

personal en los mismo, el capital de inversión salió de un préstamo de consumo de uno de los accionista, poco tiempo después con la apertura de una oficina y una campaña de marketing se necesitó más inversión y es por eso que se hizo la búsqueda de un socio más que pudiera inyectar un poco más de capital al proyecto.

Giro del negocio: Forever Experience es una empresa dedicada a programas de intercambio cultural y educativo con el único fin de contribuir al desarrollo profesional de cada participante.

Imagen corporativa Forever Experience S.A.



Figura 23 Imagen corporativa de los esquemas de la imagen corporativa de Forever Experience S.A.



Figura 24 Tipografía e Isotipo en los esquemas de la imagen corporativa de Forever Experience S.A.

Misión

Ser una empresa de intercambio cultural comprometida con el desarrollo integral de estudiantes y profesionales, siendo innovadores y creando expectativas en un mundo de experiencias sin límite, alcanzando sueños y oportunidades a través de cada uno los programas internacionales exclusivos, viviendo una experiencia inolvidable en el exterior.

Visión

Para el año 2025 ser la principal empresa proveedora de intercambio cultural confiable, estable y líder en el mundo, siendo pionera en estándares internacionales e innovadores en estrategias para cambios culturales del talento humano.

Valor corporativo

Responsabilidad, la veracidad de las acciones realizadas permite una adecuada organización y a la vez la aplicación de programas a jóvenes universitarios para que puedan extender su aprendizaje en otro país, dando prioridad a su educación y esfuerzo.

Confianza, construir un mundo mejor, a través de estudiantes universitarios y profesionales que pueda desenvolverse en diferentes sitios en el mundo, insertando una cultura progresista y de cambio continuo.

Áreas de trabajo



Figura 26 Áreas de trabajo de la empresa Forever Experience S.A.

Cartera de servicios

Programas de work and travel: Es un programa dirigido a jóvenes universitarios de 18 a 28 años de edad, que desean tener una experiencia cultural y laboral, trabajando en diferentes lugares como parques acuáticos, parques mecánicos, Cadena de restaurantes, hoteles, entre otros trabajos de hospitalidad y turismo.

Los aplicantes del programa work and travel viajan a través de una visa de tipo J1 que es respaldada con un documento llamado “DS 2019 certificaty of eligibity for exchange visitor J1 status” que significa certificado de elegibilidad para visitantes de intercambios cultural con estatus J1 , el cual es emitido por el Departamento de estado de los Estados Unidos y a su vez le permite obtener una visa tipo J1 que le permite trabajar legalmente en los estados unidos ,

teniendo los mismo derechos que cualquier ciudadano americano durante el tiempo que este especificado en el documento Ds2019.

Diplomados a Canadá, Australia, nueva Zelanda: Es un programa dirigido a jóvenes de 18 a 39 años de edad que desean estudiar una especialidad con pasantías pagadas. Los tipos de especialidad dentro de este programa son: Administración de empresas, negocios internacionales, marketing y ventas, desarrollo de app y traducción. En este programa los participantes viajan con un tipo de Visa F1 (Visa de estudiante), la cual por el número de horas estudiadas le permite conseguir un permiso de trabajo durante y después del diplomado.

Internship: Este programa va dirigido a jóvenes Graduados, egresados de la carrera de Hotelería turismo y gastronomía que deseen hacer pasantías en estados unidos por el tiempo de 6 meses a 2 años, trabajando en áreas relacionadas a su carrera, los participantes de este programa deben ser de 18 a 35 años de edad. En este programa cada participante viaja con un tipo de visa J1 que le permite trabajar hasta 40 horas semanales teniendo los mismos derechos y obligaciones que cualquier ciudadano americano.

Cursos de Idioma en el extranjero:

Este Programa va dirigido a jóvenes de 16 a 45 años que desean aprender un idioma en el extranjero, viviendo la cultura en un país nativo del idioma que ellos quieren aprender, los diferentes cursos pueden ser tomados en: Estados unidos, los países de la unión europea, Oceanía y continente africano. El tipo de visa para el programa idioma es “Visa F1” (Visa de estudiante), en la mayoría de casos no es posible trabajar, sin embargo todo depende del país y el número de semanas que el participante desea estudiar.

Crecimiento del mercado:

En el primer año con la apertura de una oficina y una campaña de marketing se pudo captar más clientes y su vez se aumentaron los ingresos, además los jóvenes universitarios que es nuestro mercado principal supieron más acerca de nuestra empresa. En el segundo año puesto que la empresa contaba con más de capital se abrió una oficina más grande ubicada en un edificio empresarial , además se hizo una estrategias de marketing agresivas lo cual dobló el número de participantes (clientes) , adicional ser realizaron otro tipo de estrategias como: sorteo , becas , descuentos por referidos entre otras cosas, sin embargo se notó que la empresa

podría vender diferentes tipos de programas para así aumentar los ingresos y de esa forma el mercado ha ido creciendo año a año.

Mercados Principales:

Colegios Privados de buena categoría.

Universidades del Ecuador

Escuelas de Chef.

Escuelas de Negocios.

Nicho del Mercado: Al tener la empresa cuatro programas estrellas tales como:

Work and travel: Programa dirigido a jóvenes únicamente universitarios de 18 a 28 años de edad y con nivel socioeconómico y nivel de inglés intermedio. La mayoría de clientes o participantes para este programa se centra en las siguientes universidades:

60% Espol.

20% Universidad de Guayaquil.

10 % Universidad Católica.

10% otras.

Diplomados: Programa dirigido a especializaciones en diferentes áreas tales como: marketing, negocios internacionales, traducciones, desarrollo de app, entre otros. Nivel socioeconómico medio alto y nivel de inglés intermedio, los clientes para este mercado se centran en:

10 % colegios.

20% universidades.

10 % Ferias estudiantiles.

60% publicidad pagada a través de redes sociales con segmentación de mercado.

Internship: Programa dirigido a personas especializadas en el área de hotelería turismo y artes culinarios que desean hacer pasantías remuneradas en el extranjero, en este tipo de programa, el mercado se centra en:

35% universidades.

30 % publicidad pagada con segmentación.

35% Escuelas de Chef.

Idiomas: Programa dirigido a personas interesadas en aprender un idioma, el mercado principal se centra en:

45% Colegios.

30 % Ferias Estudiantiles.

20 % Publicidad pagada con segmentación.

5% Referencias.

Competidores

Es difícil definir un competidor directo puesto que la mayoría de empresas que se dedican a un solo tipo de intercambios o máximo a dos, sin embargo se hace mención de los competidores directos y su tipo de intercambio:

Ovlex: competencia directa con el programa work and travel.

Ordex: competencia directa con work and travel y diplomados.

Ef: competencia directa con Cursos de idiomas en el extranjero.



Figura 27 Área de Recepción de Forever Experience S.A.

Estructura Organización Actual

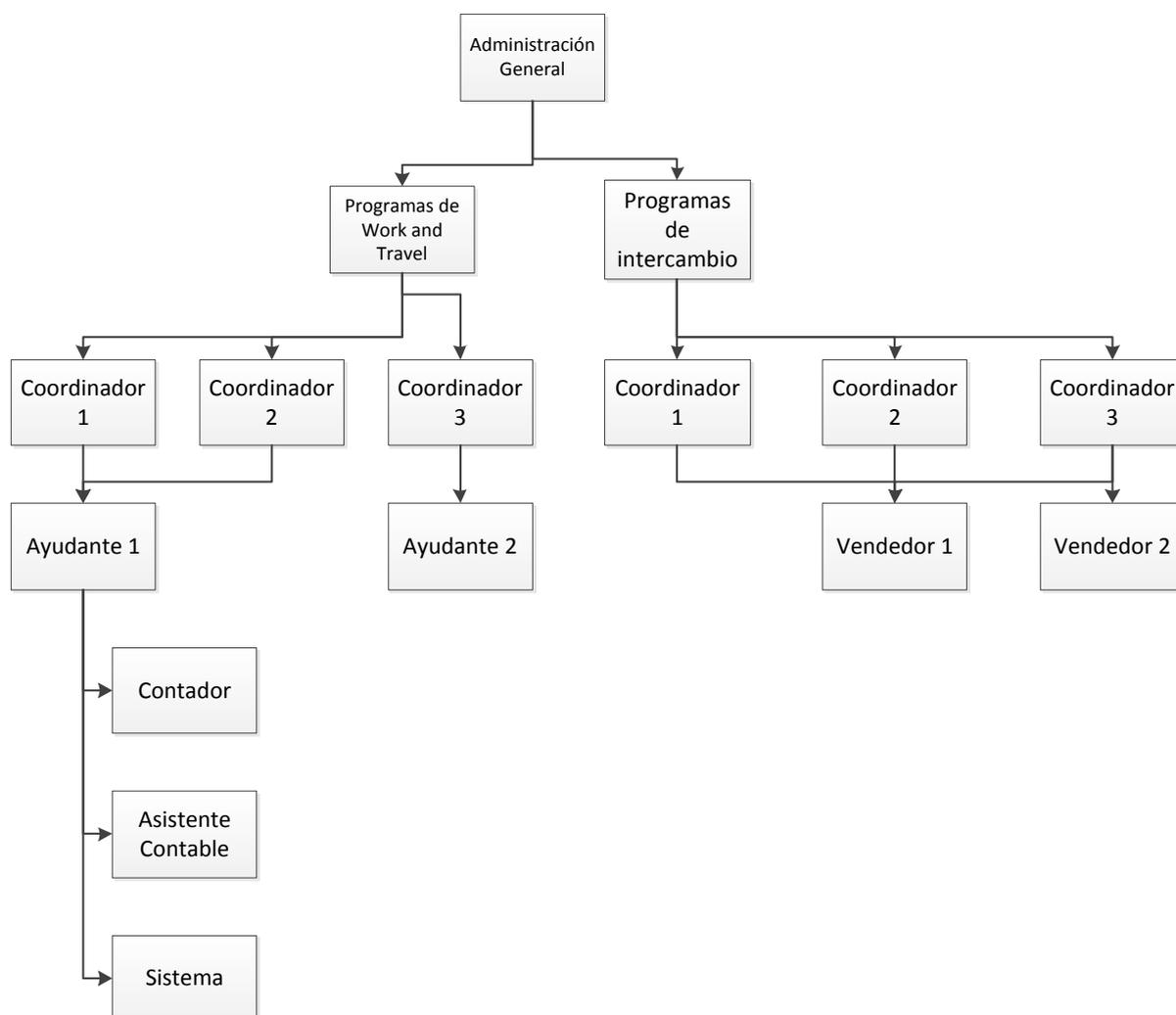


Figura 28 Organigrama actual de la empresa y los parámetros observados en Forever Experience S.A.

El coordinador es la persona que realiza las actividades de negociación con cada aspirante, mantiene la información pertinente y ejecuta todo tipo de asesoría para coordinar un ambiente de trabajo óptimo y a la vez la adecuada comunicación, los ayudantes se enfocan en el manejo operativo de la información, es decir manejan el correo electrónico, revisan las páginas de redes sociales, establecen el nexo directo entre el aplicante y el coordinador, los vendedores son todas aquellas personas que dentro de la organización buscan el ingreso de nuevos postulante, con base a cada uno de los productos reflejados, tiene un ambiente de trabajo agradable y están motivados a través de comisiones e incentivos.

Diagnóstico general de la empresa:

Tabla 24

Descripción de las principales fallas dentro de la organización.

| Fallas | Descripción |
|--|--|
| Procesos y documentos. | Puesto que se maneja un número de participante más grande cada año y no se cuenta con un sistema se pierden documentos y se atrasan los procesos lo cual causaba malestar en los clientes. |
| Sistematización administrativa circular. | Errores a nivel contable y registro de pagos y a su vez esto causa pérdidas financieras a la empresa. Carencia de un sistema de registro a nivel administrativo. |
| Estructura del personal. | Personal sin experiencia, jóvenes pasantes. No existe una estructura organizacional y carencia de personal comprometido con la empresa. |
| Redes sociales. | Falta de interacción, carencia de un community manager, las redes sociales no están 100% activas. |
| Marketing y publicidad. | Carencia de presencia en eventos estudiantiles, falta de Inversión en materiales publicitario. Falencias en la Página web. |
| Ubicación oficina. | Depende del programa, tiene ventajas y desventajas la nueva ubicación. |
| Apoyo de educación continúa. | Falta de capacitación al personal. |
| Incentivos. | Falta de incentivos al personal como parte de premio y recompensa. |
| Tiempo y soluciones | Falta de rapidez |
| Carencia cultural en el personal. | No pueden contar una experiencia que no han vivido. |
| Negociaciones en el extranjero | Variabilidad de los precios en los proveedores. |
| Ineficiente Recurso humano. | Personal con carencia de conocimiento y falta de habilidades. |
| Evaluación de la calidad. | No existe el personal adecuado para que evalué la calidad de servicio prestado y la calidad de los procesos. |

Nota: Realizado por la participación de clientes y colaboradores

Se describe de manera detallada los problemas generales de la empresa.

Diagnóstico Forever Experience S.A.

Tabla 25

Macroeconómico de la empresa

| Forever Experience S.A. | | O | A |
|-----------------------------|---|---|---|
| Ciclos económicos | Estabilidad económica en Forever Experience S.A. | X | |
| Indicadores macroeconómicos | Alto interés de participantes a planes internacionales en Forever Experience S.A. | X | |
| | Financiamiento externo y comisiones aceptables | X | |
| Políticas económicas | Política en el manejo de programas internacionales cambiante en Forever Experience S.A. | | X |
| | Clima laboral aceptable y agradable en Forever Experience S.A. | X | |

Nota: Realizado por descripción de los clientes y colaboradores en enero 2020

Diagnóstico en términos macroeconómico existe un Alto interés de participantes a planes internacionales en Forever Experience S.A, adicional el financiamiento externo con las escuelas y sponsor es una ventaja que hace que exista una alta presencia de demanda y esto hace atractivo la situación económica debida la oportunidad de que se presentan en cada programa internacional.

Tabla 26

En términos más relevantes del sector Microeconómico de la empresa

| Forever Experience S.A. | | O | A |
|-------------------------|---|---|---|
| | adecuada administración y manejo de los recursos | X | |
| Oferta | Procesos verticales comunes dentro de los convenios y programas | | X |
| Demanda | Variación continua de los precios y la calidad en Forever Experience S.A. | | X |

Nota: Realizado por descripción de los clientes y colaboradores en enero 2020

Una amenaza también son los procesos verticales ambiguos que existen dentro de la organización, y esto normalmente se importa de los proveedores internacionales de servicio, situación que amenaza cualquier programa de internacionalización, sin embargo, es importante el manejo adecuado los recursos.

Matriz FODA

Fortaleza de Forever Experience

Se describe un total de 15 fortalezas que posee la empresa Forever Experience, donde cada una de ellas pernoctan interés de los participantes en las preferencias dentro del mercado, se establece plan internacional en efectivo, conocimiento y experiencia, excelencia en la atención y relación con el aspirante. Todo este detalle sirve para sostener cualquier tipo de estrategia que se aplique a futuro para reestructurar la organización.

Tabla 27

Fortaleza de Forever Experience

SISTEMA DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA FOREVER EXPERIENCE S.A.

FORTALEZAS

- 1 *Parte de personal ha realizado una experiencia cultural en el extranjero.*
 - 2 *Se establece una cultura de control contable, comisiones y procedimientos en la estructuras presupuestaria.*
 - 3 *Se establece una adecuada relación con los aplicables a una cultura internacional de estudio y trabajo*
 - 4 *Existe control en las actividades realizadas por el personal hacia los participantes de Forever Experience S.A.*
 - 5 *Existe un grupo de participantes contentos con los servicio ofrecidos por Forever Experience S.A.*
 - 6 *Conocimiento y experiencia en procesos de cultura internacional a aspirantes*
 - 7 *Buena reputación frente al consulado americano.*
 - 8 *Existe liquidez en Forever Experience S.A.*
 - 09 *Existen atención personalizada en Forever Experience S.A.*
 - 10 *Se controla las finanzas y la tributación en Forever Experience S.A.*
-

11 *Hay infraestructura de proveedores serios y calificados en el Ecuador*

12 *El personal de Forever Experience S.A. cuenta con tecnología tales como computadoras , Tablet , etc.*

13 *Programas innovadores en planes internacionales*

14 *Tramites bien realizados por el personal de Forever Experience S.A.*

15 *Precios competitivos y accesibles para los participantes.*

Nota: Realizado por descripción de los clientes y colaboradores en enero 2020

Oportunidades

La situación alcanzar nuevos créditos internacionales, permite solventar nuevos programas de estudio y laborales, con el fin de ampliar la cobertura a los países. La dedicación al programa a nivel mundial, permitiría gestionar un mayor número de participantes. En el momento que existe el compromiso de la organización Forever Experience, el servicio ofrecido será de calidad en todo momento.

Tabla 28

Oportunidades de Forever Experience

SISTEMA DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA FOREVER EXPERIENCE S.A.

OPORTUNIDADES

1 *Estabilidad económica en Forever Experience S.A. Ecuador*

2 *Financiamiento externo y comisiones aceptables*

3 *Clima laboral aceptable y agradable en Forever Experience S.A.*

4 *adecuada administración y manejo de los recursos*

5 *Un mercado abierto a experiencias culturales*

6 *Manejo adecuado de los aspectos de cuidado al medio ambiente*

7 *Formas de pago , plan acumulativo para varios programas*

8 *El equipo de trabajo busca nuevas formas de acceso a negociaciones en Forever Experience S.A.*

Nota: Realizado por descripción de los clientes y colaboradores en enero 2020

Debilidades

Es importante denotar que dentro del empresa Forever Experience, existe un gran número de acciones negativas, que no son adecuadas en una gestión administrativa, financiera o de servicio, entre las principales podemos describir la limitada comunicación existe tanto entre los ejecutivos y los participantes, se suma esto la obra planificación que existe de manera operativa, es decir no hay un adecuado manejo de la logística por falta mucha veces de políticas. La rotación de proveedores internacionales también es un problema serio que acarrea demoras en el servicio ofrecido a los participantes, por lo tanto se requiere la Inducción constante y el compromiso de todo el personal al momento de que existe una actualización de los programas internacionales.

Tabla 29

Debilidades de Forever Experience

SISTEMA DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA FOREVER EXPERIENCE S.A.

DEBILIDADES

- 1 *Limitada comunicación entre el aspirante y el ejecutivo de Forever Experience S.A.*
 - 2 *No existe planes operativos que permitan hacer un seguimiento a las actividades de los aspirante*
 - 3 *Existe un limitado adiestramiento de las condiciones económica del aspirante dentro de la empresa Forever Experience S.A.*
 - 4 *Falta de control sobre la calidad del servicio*
 - 5 *Rotación del personal constante*
 - 6 *Falta de liderazgo entre sus coordinadores*
 - 7 *Conocimientos en el manejo a los participantes en los programas de trabajo o estudio internacional*
 - 8 *Inducción para nuevas formas de accesos para con los participantes a programas internacionales*
 - 9 *Sueldo acorde a capacidad, baja comisión, no hay seguimiento del cliente, y otros temas que desmotivan al personal*
 - 10 *Falta de compromiso y dedicación del personal de Forever Experience S.A.*
-

-
- 11 *Existe actualización de temas internacionales que no aplican los asesores*
- 12 *limitante en el trabajo con participantes a programas internacionales*
- 13 *mercado de proveedores internacionales limitados sobre todo para el programa work and travel*
- 14 *Falta de proveedores internacionales proactivo*
- 15 *Gestión limitada en proveedores de otros países en el manejo de aspirantes a programas internacionales*
- 16 *No hay un procesos óptimos en la asesoría y postventas de los programas internacionales*
-

Nota: Adaptado a Empleados, y Participantes de Forever Experience S.A. en Enero del 2020

Amenazas

El ambiente externo, como el internacional, en el manejo de una cultura internacional, permite una alta presencia del participante, esto involucra nuevos entrantes en el mercado, amenaza que debe ser controlada con el buen servicio que se ofrezca, sin embargo, existen procesos ambiguos, que deterioran la imagen institucional, además, de la carencia de líderes que fortalezcan e incentiven al talento humano, una de las principales causa que se debe desarrollar para involucrar a todo el personal dentro de la organización tanto aspirantes, participante y colaboradores en el manejo adecuado los recursos ambientales.

Tabla 30

Amenazas de Forever Experience

SISTEMA DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA FOREVER EXPERIENCE S.A.

AMENAZAS

- 1 *Cruce de información de la empresa dentro del equipo de trabajo.*
- 2 *Política en el manejo de programas internacionales cambiante en Forever Experience S.A.*
- 3 *Procesos verticales ambiguos dentro de los convenios y programas*
- 4 *Variación continua de los precios y la calidad en Forever Experience S.A.*
-

-
- 5 *Experiencia den nuevos proveedores internacionales*
 - 6 *Nuevas capacitaciones al personal de la competencia de Forever Experience S.A.*
 - 7 *Líderes diferentes dentro de Forever Experience S.A.*
 - 8 *Ahorro de recursos ambientales en Forever Experience S.A.*
 - 9 *Personal desleal.*
 - 10 *Control y cuidado del medio ambiente*
-

Nota: Adaptado a Empleados, y Participantes de Forever Experience S.A.

Capítulo V: Propuesta de reingeniería

La propuesta en el presente trabajo de investigación abarca un estudio sistemático de la empresa Forever Experience, donde se plantean soluciones acorde a una reingeniería en el área administrativa, financiera y de servicio, donde se aplican nuevos procesos que permitan mejoras en la rentabilidad que percibe la organización

Antecedentes

Para la aplicación de una propuesta de reestructuración de la gestión administrativa, financiera y de servicio, es necesario vincular los problemas presentados, a través de un análisis exhaustivo utilizando el balance score Card, herramienta donde se denota un análisis externo e interno de la empresa Forever Experience, se involucra también una matriz Foda que permite reconocer cuáles son las prioridades en las fortalezas y debilidades, además de la situación externa que acontece la organización con un análisis prioritario en las oportunidades y amenazas.

También es importante resaltar que dentro de la reingeniería parcial realizada en el área administrativa, financiera y de servicio, se establece la nueva estrategia que se va aplicar para que la calidad y el conocimiento y la responsabilidad sean parte de lo valor corporativo de la empresa Forever Experience, esto conjugando todo tipo de acciones adversa que podrían contrarrestar el desarrollo de la misma.

Objetivos de la propuesta

Objetivo general

Determinar el adecuado manejo de reingeniería en el área administrativa, financiera y de servicio a través del flujo de procesos establecido para el adecuado funcionamiento de la organización.

Objetivos específicos de la propuesta

Describir una estructura funcional acorde a las correctas actividades realizadas en el área administrativa, financiera y la atención al cliente con el fin de que los procesos sean más eficientes.

Diseñar el adecuado manejo de los procesos en el área administrativa financiera y la atención al cliente a través de flujos interactivos que coordine en el cronograma de acciones a realizar dentro del área administrativa, financiera y atención al cliente en empresa Forever Experience S.A.

Descripción de la propuesta

Organigrama real y actualizado

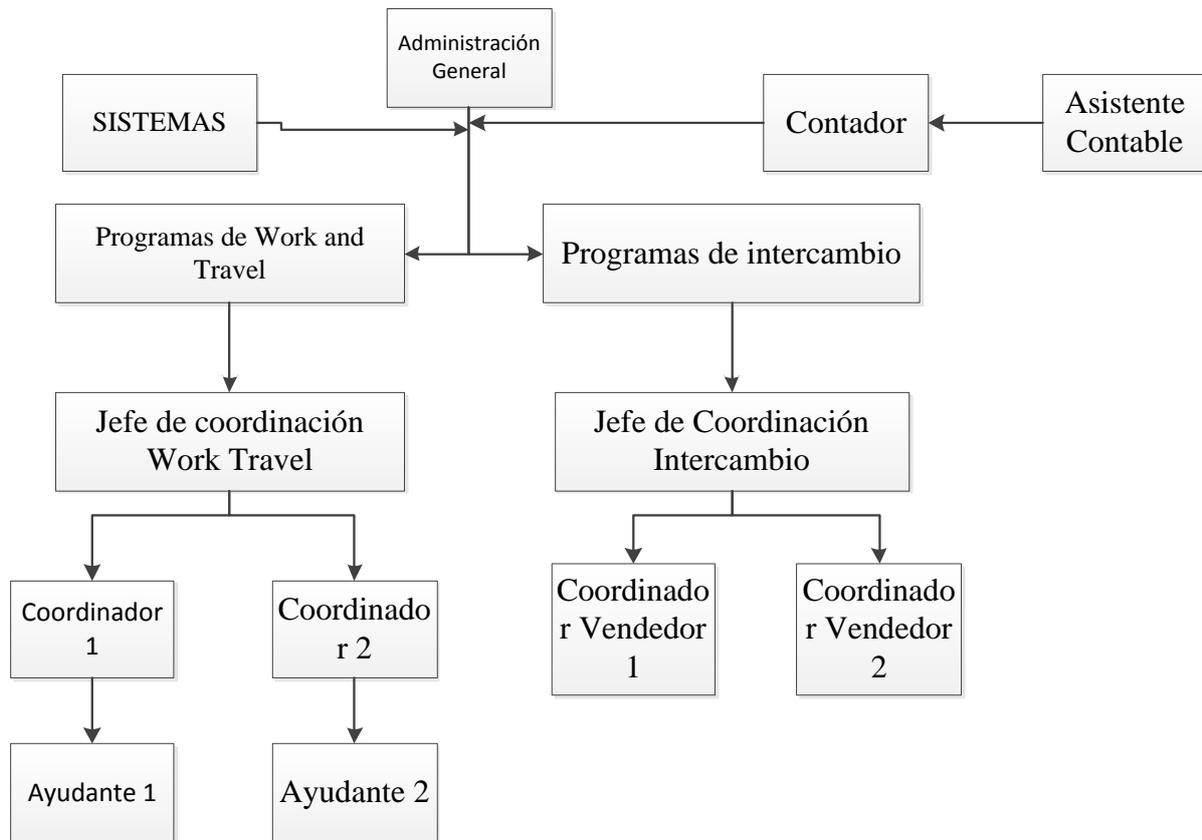


Figura 29 Estructura Organizacional según los parámetros observados en Forever Experience S.A.

Reingeniería en la comunicación de la empresa Forever Experience

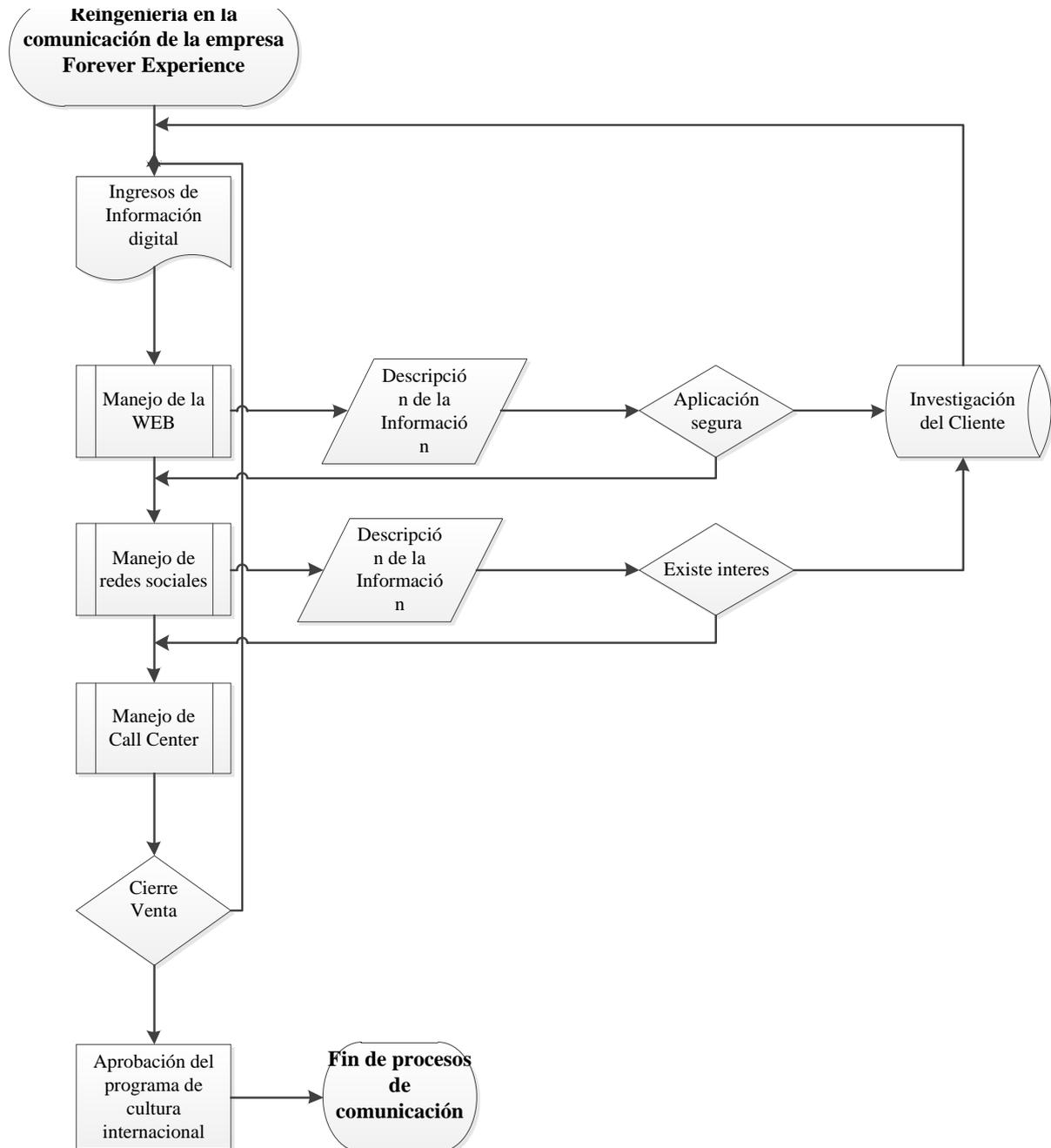


Figura 30 Comunicación de la empresa según los parámetros observados en Forever Experience S.A.

Precio de aplicación: 1500 dólares

Reingeniería en la inducción y capacitación a los colaboradores

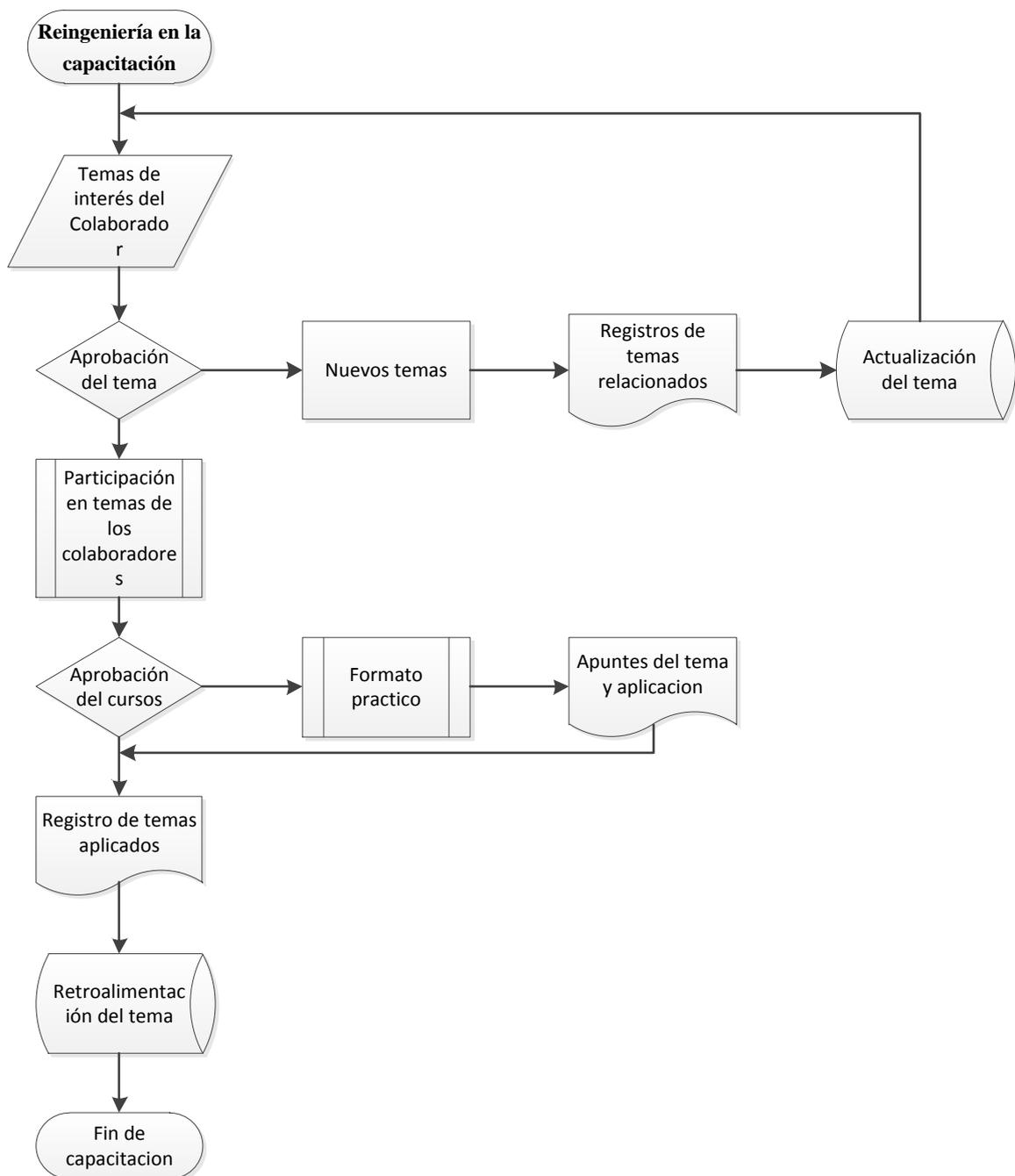


Figura 31 Inducción y capacitación a los colaboradores de los parámetros observados en Forever Experience S.A.

Precio de aplicación: 1200 dólares

Reingeniería en la negociación y postventa

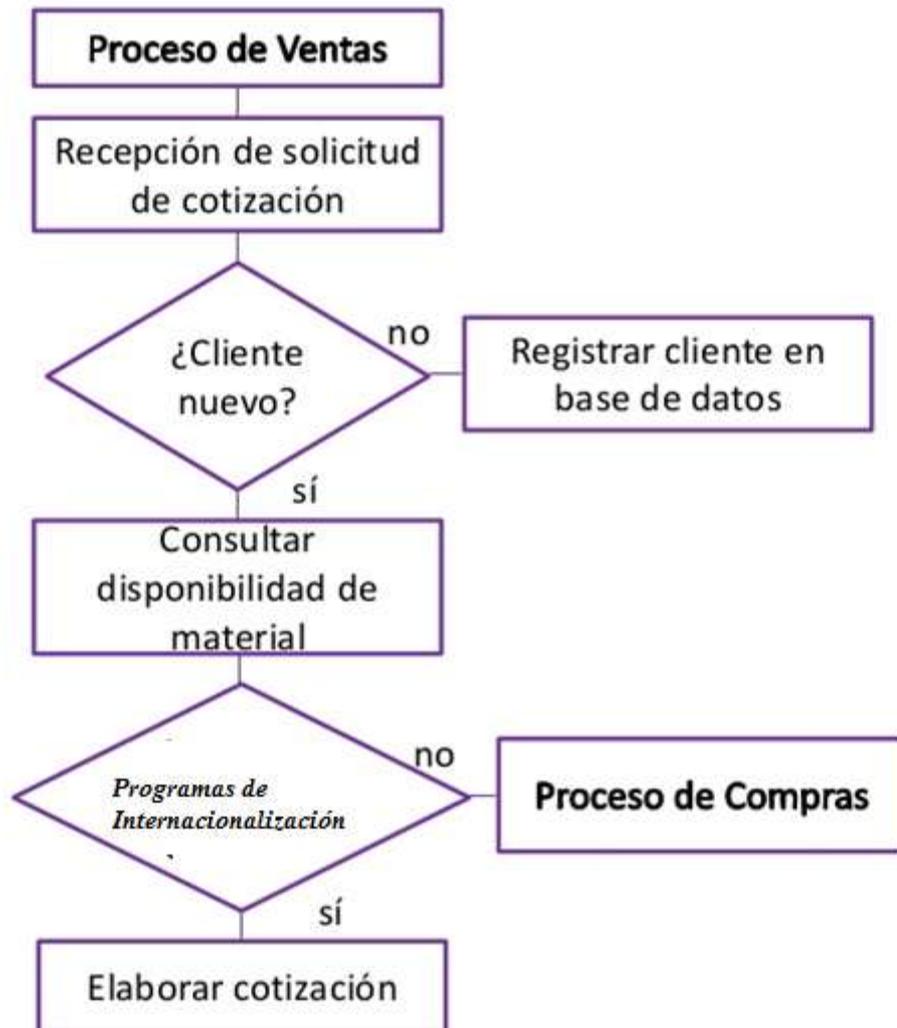


Figura 32 Reingeniería a negocios, ventas y postventas según los parámetros observados en Forever Experience S.A.

Precio de aplicación: 1500 dólares

Reingeniería los procesos tecnológicos

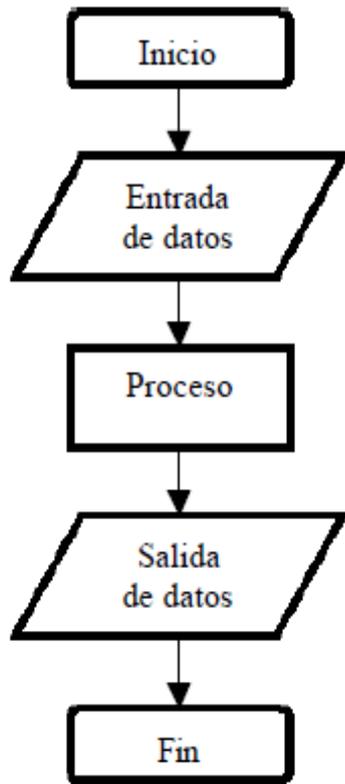


Figura 33 Reingeniería los procesos tecnológicos considerando los parámetros observados en Forever Experience S.A.

Precio de aplicación: 2000 dólares

Aspecto financiero de la reingeniería

1. Reingeniería en el cronograma de planificación estratégica de la empresa Forever Experience,
2. Reingeniería en la comunicación de la empresa Forever Experience,
3. Reingeniería en la inducción y capacitación a los colaboradores,
4. Reingeniería en la negociación y postventa,
5. Reingeniería los procesos tecnológicos y
6. Reingeniería en los proveedores internacionales.

Tabla 31

Inversión en procesos de Reingeniería

| ANÁLISIS DE INVERSIÓN FOREVER EXPERIENCE | Cantidad | valor unitario | valor con IVA total |
|---|-----------------|-----------------------|----------------------------|
| Reingeniería en el cronograma de planificación estratégica de la empresa Forever Experience | 1 | \$ 1.500,00 | \$ 1.500,00 |
| Reingeniería en la comunicación de la empresa Forever Experience | 1 | \$ 1.200,00 | \$920,00 |
| Reingeniería en la inducción y capacitación a los colaboradores | 1 | \$ 1.500,00 | \$ 1.500,00 |
| Reingeniería en la negociación y postventa | 1 | \$ 1.600,00 | \$ 1.600,00 |
| Reingeniería los procesos tecnológicos | 1 | \$ 2.000,00 | \$770,00 |
| Reingeniería en los proveedores internacionales | 1 | \$ 1.310,00 | \$ 1.310,00 |
| TOTAL | | | \$ 7.600,00 |

Nota: Resumen de los procesos de reingeniería a aplicar en Forever Experience S.A.

Tabla 32

Gastos administrativos incurridos en procesos de Reingeniería

| GASTOS ADMINISTRATIVOS | | | | | |
|-------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| Sueldos y Salarios / año | \$ 33.912,00 | \$ 33.912,00 | \$ 33.912,00 | \$ 33.912,00 | \$ 33.912,00 |
| Serv. Básicos / año | \$600,00 | \$600,00 | \$600,00 | \$600,00 | \$600,00 |
| Suministros al año | \$480,00 | \$480,00 | \$480,00 | \$480,00 | \$480,00 |
| Asesoría / año | \$ 4.200,00 | \$ 4.200,00 | \$ 4.200,00 | \$ 4.200,00 | \$ 4.200,00 |
| Estrategias aplicadas | \$ 4.280,00 | \$ 4.280,00 | \$ 4.280,00 | \$ 4.280,00 | \$ 4.280,00 |
| Presupuesto de Permisos GAD | \$200,00 | \$200,00 | \$200,00 | \$200,00 | \$200,00 |
| Deprec. Área Adm. / año | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- |
| Mant. Vehículo / año | \$840,00 | \$840,00 | \$840,00 | \$840,00 | \$840,00 |
| Gastos Pre-operacionales | \$200,00 | \$- | \$- | \$- | \$- |
| TOTAL GASTOS ADM. | \$44.712,00 | \$44.512,00 | \$44.512,00 | \$44.512,00 | \$44.512,00 |

Nota: Gastos administrativos que requiere el proceso de reingeniería aplicado en Forever Experience S.A.

Tabla 33

Proceso de ventas con Reingeniería

| INGRESO POR VENTA | | | | | |
|--|---------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| Servicio de intercambio intercultural Laboral (Internship) | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| Servicio de intercambio intercultural estudiantil (Idiomas y diplomados) | 5 | 5 | 6 | 6 | 6 |
| | \$ | | | | |
| Precio de programa laboral | 1.300 | \$1.300 | \$1.300 | \$1.300 | \$1.300 |
| | \$ | | | | |
| Precio de servicio por contrato estudiantil | 1.100 | \$1.100 | \$1.100 | \$1.100 | \$1.100 |
| | \$ | | | | |
| Ingresos Mensuales | 10.700,00 | \$11.235,00 | \$11.796,75 | \$12.386,59 | \$13.005,92 |
| | \$ | \$ | \$ | \$ | \$ |
| INGRESOS ANUALES | \$128.400,00 | 134.820,00 | 141.561,00 | 148.639,05 | 156.071,00 |

Nota: Procesos de venta al momento que se aplica reingeniería en área administrativa, financiera y de servicio.

Tabla 34

Calculo de la TIR y VAN en el proceso de Reingeniería

| CÁLCULO DE TIR Y VAN | | | | | | |
|----------------------------------|---------------|---------------|-------------|--------------|--------------|--------------|
| | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| INVERSIÓN | | | | | | |
| TOTAL | \$(10.446,45) | | | | | |
| UAIT | | \$(42.387,00) | \$28.769,00 | \$32.823,05 | \$37.079,80 | \$41.549,39 |
| Pago Part. Trab. | | \$- | \$6.358,05 | \$(4.315,35) | \$(4.923,46) | \$(5.561,97) |
| Pago de Impuesto | | \$- | \$9.007,24 | \$(6.113,41) | \$(6.974,90) | \$(7.879,46) |
| EFFECTIVO NETO | | \$(42.387,00) | \$44.134,29 | \$22.394,29 | \$25.181,45 | \$28.107,96 |
| (+) Deprec. Área Prod. | | \$1.698,00 | \$1.698,00 | \$1.698,00 | \$1.698,00 | \$1.698,00 |
| (+) Deprec. Área Adm. | | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- |
| (+) Valor Residual de Act. Tang. | | | | | | \$440,00 |

Conclusiones

La toma de decisión, es la principal fortaleza que debe tener en cuenta la empresa Forever Experience, debido a que se va realizar cambios sistemáticos en la logística operativa de servicio, además de establecer un cronograma planificado de actividades relacionadas con el manejo de los proveedores internacionales con el fin de motivar a los participantes a nuevas funciones y opciones de programas de internacionalización

Según todos los factores macros y micros analizados dentro de la empresa Forever Experience, se considera necesario realizar reingeniería parcial es en cada una de las áreas descritas a continuación; en el cronograma de planificación estratégica; en la comunicación; en la inducción y capacitación a los colaboradores; en la negociación y postventa; procesos tecnológicos y en los proveedores internacionales.

Dentro del análisis FODA realizado se puede observar que existen fortalezas y debilidades acertadas, donde se toma en cuenta las prioridades e interés de cada una de ellas, dando como resultado la reestructuración de la logística realizada por la empresa Forever Experience, motivo por lo que se realiza la reestructuración completa en el área administrativa, financiera y de servicio.

El diseño de la propuesta de implementación de la reingeniería administrativa, financiera y de servicio se lo realiza a través de estrategias innovadoras en el ambiente de la planificación estratégica, comunicación, capacitación, posventa, proveedores internacionales y procesos tecnológicos, con el fin de que la rentabilidad aumente, debido al buen manejo de los planes de internacionalización con cada aspirante o participante.

Recomendaciones

Los parámetros establecidos de la reingeniería dentro de la empresa Forever Experience y coordinar un cronograma de capacitación para su gestión de aplicación.

Mantener la estructura funcional acorde a los parámetros establecido en la planificación estrategia, además de monitorear sus actividades y reestructuración.

Planificar continuamente las actividades de servicio para enaltecer la atención al cliente y asegurar nuevas oportunidades de negocio.

Adecuar los procesos a un esquema de políticas para que el cargo conozca las actividades a realizar.

BIBLIOGRAFÍA

- Barnet-López, S. (2017). *Investigación Descriptiva*. Abre el 1° de julio, cierre al 31 de diciembre, 2017: <https://www.scielo.sa.cr/pdf/pem/v15n2/1409-0724-pem-15-02-e2733.pdf>.
- Bateman, T., & Snell, S. (2009). *Administración, una ventaja competitiva*. México: McGraw Hill.
- Brandon, & Morris. (2018). *La Misión Encélado: Hard Science Fiction (Luna Helada n° 1)*.
- Cano, C. (2017). *La Administración y el Proceso Administrativo*. Bogotá: Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.
- Cantos, M. (Mayo de 2018). *Fundamentos-de-emprendimiento*. Obtenido de <https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2018/05>
- Carrera, C. S., Martínez, A. T., & Pérez, U. A. (2013). “*DISEÑO DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL DE LA EMPRESA DISTAPIZ CÍA. LTDA.*”. Guayaquil, Ecuador : Universidad de Guayaquil.
- Cerda, H. (1993). *Los elementos de la Investigación: cómo reconocerlos, diseñarlos y construirlos*. Bogotá: Editorial El Búho.
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del Talento humano*. México: McGraw Hill.
- Díaz, C. Y. (2016). *LA LOGÍSTICA EMPRESARIAL Y LA ADMINISTRACIÓN DE INVENTAR*. <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/cu/2012/ydc.html>.
- Díez de Castro, E. (2011). *Administración y Dirección*. Madrid: McGraw Hill.
- Franklin, E. (2002). *Organización de Empresas, Análisis, diseño y estructuras*. México: McGraw Hill.
- Heizer, J., & Render, B. (2014). *Principios de administración de operaciones*. Mexico: Jhon Profesional 5ta edición Pearson. Obtenido de <https://books.google.es/books?id=jVIwSsVHUFAC&printsec=frontcover&dq=estrategia+de+manejo+de+costos+en+distribucion++2014&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiPzMDP2JfVAhUJSyYKHdm6D88Q6AEIJTAA#v=onepage&q&f=false>

- Hernández, C. (Abril de 2013, p.59). *Reingeniería*. Obtenido de <https://www.uv.mx/iesca/files/2013/04/11CA201202.pdf>
- Koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M. (2012). *Administración, Una perspectiva global y empresarial*. México: McGraw Hill.
- Manene, L. M. (28 de Julio de 2011). *Estrategias de innovación*.
- Marcó, F., & Loguzzo, H. A. (2016). *Introducción a la gestión de administración*. <http://biblioteca.unaj.edu.ar/wp-content/uploads/sites/8/2017/02/Introduccion-gestion-y-administracion-organizaciones.pdf>.
- Marín, S. M. (2016). Intercambio académico, una experiencia de crecimiento personal, profesional, laboral. *Journal of Students*.
- Montoya, O. (2014, p.58). Shumpeter, Innovación y determinismo tecnológico. *Ciencia y Tecnología*.
- Moreno, P. A. (2015). *Fundamentos de Control Interno*. (9na edición),.
- Munch, L. (2014). *Fundamentos de Administración*. México: Trillas.
- OCDE, O. p. (2018 p. 62). *Manual de Oslo*. Oslo: Unión Europea.
- Pérez, G. G. (2017). Reingeniería de Procesos. *3C Empresa: Investigación y Pensamiento Crítico, Edición Especial*, 81-91.
- Rafoso, S., & Artiles, S. (12 de 2011). Reingeniería de Procesos: Conceptos, enfoques y nuevas aplicaciones. *Ciencias de la Información*, 29-37.
- Rojas, E. (2014). *Elementos que fomentan el surgimiento del intraemprendedor en Organizaciones*. México D.F.
- RUEDA, I., & ACOSTA, B. (2018). *El cambio organizacional y su gestión estratégica*. <http://www.revistaespacios.com/a18v39n44/a18v39n44p17.pdf>.
- Sáez, N. (5 de Mayo de 2016). *¿Sabes cuál es el impacto de una mala gestión documental?* Obtenido de Byte: <https://revistabyte.es/actualidad-byte/mala-gestion-documental/>
- Sáez-Vacas, F. (2014). Reingeniería de Procesos. En F. Sáez-Vacas, *Innovación Tecnológica en las empresas* (pág. 5.7). Madrid: Universidad Politécnica de Madrid.

Sampieri, H. R. (2016, p.12). *Metodología de la Investigación*. Mexico: 4ta edición Mc Graw Hill.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2017). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Quito.

Stoner, J. (2016). *Administración*. México: Pearson Educación.

Velásquez, J. (2013). *El emprendimiento en la teoría económica*. Caracas: Universidad Metropolitana.

Apéndice 1 Encuestas a participantes y empleados

Objetivo: Determinar el grado de accesibilidad de los participantes a los servicios que ofrece la empresa Forever Experience.

Instructivo: Escribir el número que corresponde la casilla del lado derecho.

Género de los Participantes

- 1. Masculino
- 2. Femenino

Edad de los Participantes

- 1. De 18 a 30 años
- 2. De 31 a 45 años
- 3. De 46 a 65 años

Instrucción educativa

- 1. Secundaria
- 2. Superior
- 3. Maestrías
- 4. Doctorados

11. ¿En qué programa de intercambio cultural a participado con Forever Experience Cómo Participantes en que programa a que país viajo para conseguir su bachillerato internacional?

- a) Work Travel
- b) Diplomados
- c) Idiomas
- d) Internship

12. ¿Dentro del área administrativa Ud. considera que la empresa Forever Experience S.A. no manejo adecuadamente los procesos?

- a) Si
- b) No
- c) Tal vez

13. ¿Cuáles son los principales valores que Usted considera que aplica la empresa Forever Experience S.A.?

- a) Ética
- b) Responsabilidad
- c) Respeto
- d) Puntualidad
- e) Confianza
- f) Dinamismo
- g) Conocimiento

- h) Lealtad
- i) Otros

14. ¿Dentro del área contable considera Ud. que la empresa Forever Experience S.A. no maneja adecuadamente los procesos y controles?

- a) Si
- b) No
- c) Tal vez

15. ¿Cree usted que existe un adecuado manejo del servicio de información por teléfono y redes sociales en la empresa Forever Experience S.A.?

- a) Si
- b) No
- c) Tal vez

16. ¿En la actualidad, el personal de la empresa Forever Experience S.A. le ha brindado un servicio postventa?

- a) Si
- b) No

17. ¿Usted mantuvo inconveniente por el servicio ofrecido por la empresa Forever Experience S.A.?

- a) Si
- b) No

18. ¿Se siente satisfecho por el servicio recibido en su momento por la empresa Forever Experience S.A.?

- a) Si
- b) No
- c) Tal vez

19. ¿En el momento de acceder a un cupo de intercambio cultural, lo pagaría a crédito o el contado?

- a) Pago al contado
- b) Pago a crédito

20. ¿Considera adecuado el servicio prestado por la escuela o sponsor de su elección dentro del plan de cultura internacional?

- a) Si
- b) No

Apéndice 2 Cuestionario dirigido Empleados y jefes de la empresa Forever Experience S.A. (Focus Group)

Objetivo. Describir los procesos administrativos, financieros y de servicio que se dan en la internacionalización de los estudiantes en la ciudad de Guayaquil

Instructivo: Escribir el número que corresponde la casilla del lado derecho.

Pregunta complementaria

Focus Group a empleados de la empresa Forever Experience S. A.

1. ¿Considera que el crédito ofrecido a los estudiantes para los programas en el exterior brindan la oportunidad de nuevos proyectos de venta para la empresa Forever Experience S.A. la ciudad de Guayaquil?

- a) Totalmente de Acuerdo
- b) De acuerdo
- c) En desacuerdo
- d) Totalmente en Desacuerdo

2. ¿Considera que el trabajo realizado dentro de la empresa Forever Experience S.A. permite genere una rentabilidad aceptable?

- a) Totalmente de Acuerdo
- b) De acuerdo
- c) En desacuerdo
- d) Totalmente en Desacuerdo

3. ¿De listado siguiente en que área considera que la empresa tiene serios inconvenientes?? (puede elegir hasta 2 opciones)

- a) Recurso Humano
- b) Proveedores –sponsor
- c) Clientes-participantes
- d) Comunicación entre el equipo
- e) Administración general
- f) Otros

4. ¿Le gustaría formar parte de un grupo de eficientes profesionales que laboran dentro del éxito de la empresa Forever Experience S.A.?

- a) Totalmente de Acuerdo
- b) De acuerdo
- c) En desacuerdo
- d) Totalmente en Desacuerdo

5. ¿Es importante para la empresa Forever Experience S.A. genere nuevos proyectos para el desarrollo y crecimiento de la organización?

- a) Totalmente de Acuerdo

- b) De acuerdo
- c) En desacuerdo
- d) Totalmente en Desacuerdo

6. ¿Considera que la innovación dentro de la empresa Forever Experience S.A. permitiría ampliar los servicios a los participantes?

Totalmente de Acuerdo

De acuerdo

En desacuerdo

Totalmente en Desacuerdo

7. ¿Considera importante que se lleve un control sostenido en el registro contable y financiero dentro de la empresa Forever Experience S.A.?

Totalmente de Acuerdo

De acuerdo

En desacuerdo

Totalmente en Desacuerdo

8. ¿Cree usted que se da un buen servicio a los participantes en la actualidad dentro de la empresa Forever Experience S.A.? Perspectiva estudiante.

Si

No

tal vez

Depende de la situación.

Apéndice 3 Análisis situacional de los procesos de Administración finanzas y servicios

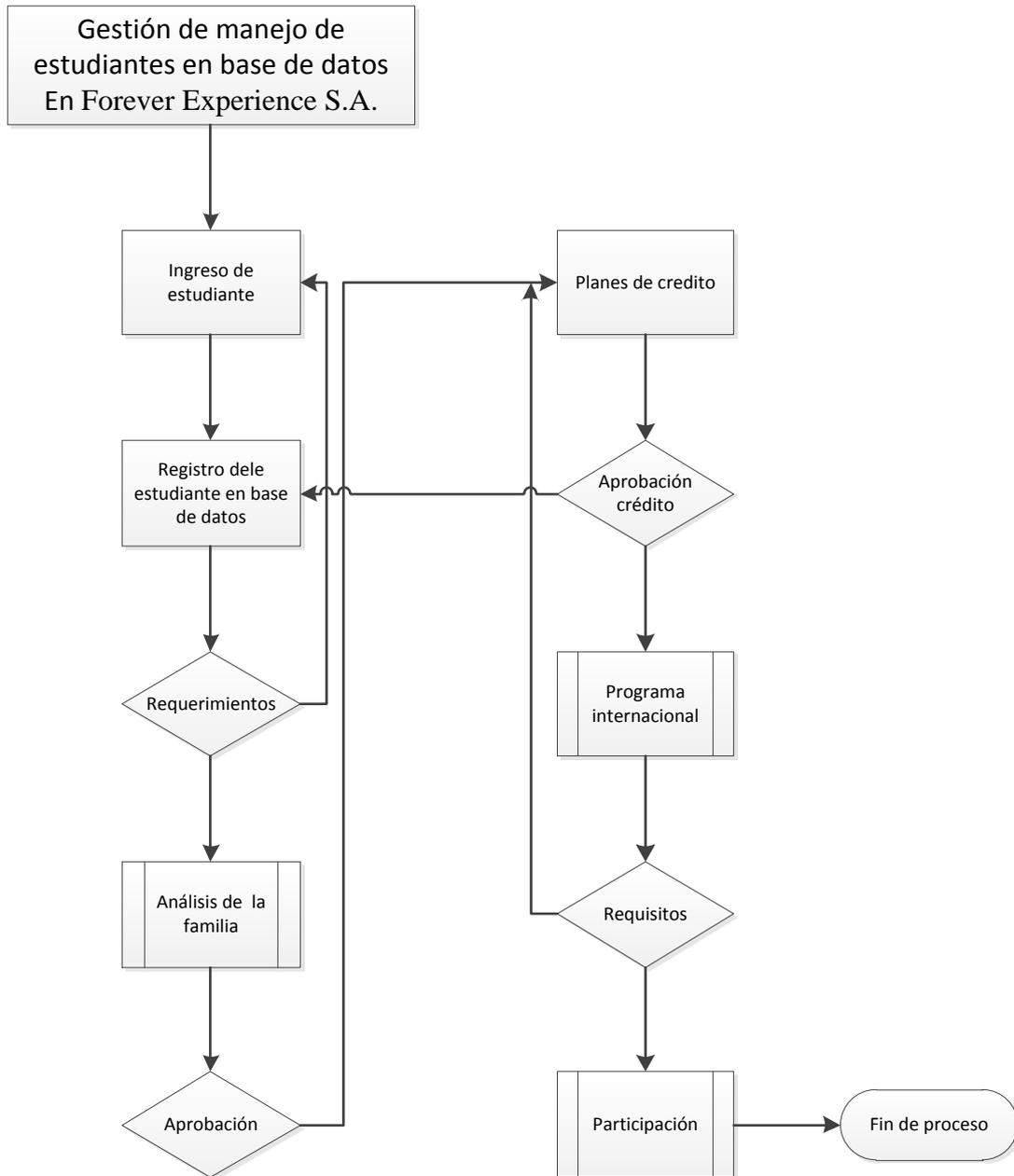


Figura 34 Procesos administrativos en la Forever Experience S.A.

Elaborado por: Eliana Romero Zambrano

Apéndice 4 Contrato Work and travel

COMPROMISO PARA LA PARTICIPACIÓN EN EL PROGRAMA WORK AND TRAVEL EN LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA

ACEPTACIÓN IRREVOCABLE DE NORMAS Y CONDICIONES FUNDAMENTALES

El/la participante elige como la/s organización/es en la/s cual/es se interesa solicitar su participación en el Programa de Work and Travel:

Nombre Completo: _____

La/s organización/es elegida/s se la/s conocerá/n a lo largo de este documento como el Auspiciante

(Sponsor) constituida/s bajo las leyes de los Estados Unidos de América (sede y domicilio legal), es/son designada/s por el Departamento de Estado del gobierno de los Estados Unidos de América (EE.UU.), y que exige/n a el/la participante, a cumplir con las siguientes normas y condiciones fundamentales para ser parte del Programa Work and Travel en los EE.UU.:

1. **NATURALEZA:** El Auspiciante (Sponsor), es una organización privada, humanista, educativa, democrática, con finalidad cultural, no lucrativa. No discrimina a participantes, familias, grupos humanos o instituciones, por sus convicciones ideológicas, fe religiosa, nacionalidad, raza, profesión, sexo, condición económica o social. No interviene en actividades políticas o religiosas. FOREVER EXPERIENCE en Ecuador, únicamente, facilita y coordina el proceso de solicitud de admisión para participar en el Programa Work and Travel en los EE.UU.

2. **PROPÓSITO:** El propósito del Programa Work and Travel es brindar a estudiantes universitarios regulares entre 18 y 28 años de edad, la oportunidad de tener una experiencia de vida formadora en la cultura de los EE.UU. Experiencia que implica responsabilidades laborales durante su período de vacaciones oficiales de sus estudios académicos universitarios, y que encajen, en su mayor parte, en los períodos estandarizados por el Consulado de los EE.UU. para la Región Consular Sierra desde el 15° de mayo hasta el 17 de Septiembre, y para la Región Consular de Guayaquil desde el 21° de Febrero al 01 de Mayo. Además de los períodos mencionados, existe el Periodo de Gracia de hasta 15 días posteriores a la fecha de finalización del compromiso con la organización anfitriona, que además es señalada en el documento DS-2019 que recibirá el/la participante por parte del DOS, para que haga turismo dentro de los EE.UU. y prepare su retorno a Ecuador.

3. **PARTICIPACIÓN.-** El/la participante solicita a FOREVER EXPERIENCE coordine su deseo y propósito de calificarse para ser parte del Programa Work and Travel en los EE.UU., por lo que previamente declara que ha leído, conoce, acepta y tiene presentes todas las normas y condiciones fundamentales para su participación, constantes en el presente Compromiso y en el de Términos y Condiciones/Declaración de el/la Participante parte del formulario de solicitud de participación, y, se compromete expresamente a respetar y cumplir, teniendo en cuenta que su aportación, registro, inscripción y participación en el Programa, son una decisión personal, responsable e intransferible de su libre voluntad.

4. **UBICACIÓN:** El Auspiciante (Sponsor), en los EE.UU, busca, entrevista, selecciona, califica, asigna, y ofrece una o varias alternativas de organizaciones anfitrionas para que el/la participante escoja la ubicación a su libre voluntad, pero, en ningún caso, se compromete a que la organización anfitriona escogida, acepte a el/la participante indefectiblemente. "FOREVER EXPERIENCE" como facilitador y coordinadora en Ecuador de la solicitud de admisión en el

Programa, no interviene en forma alguna en estos aspectos y no tiene, ni asume responsabilidad si el/la participante no es finalmente aceptado y no llega a tener inclusión en el Programa Work and Travel este caso se lo calificará como desistimiento, y se aplicará la política definida en el numeral 10 de este documento.

5. APORTACIÓN TOTAL ACEPTADA: El aporte económico para la participación está fijado en \$1.450,00 (UN MIL CUATROCIENTOS dólares americanos) más los \$39.00 del pago de SEVIS por el Auspiciante (Sponsor), en los EE.UU. y debe ser depositado en su totalidad a la cuenta Ahorros al Banco Pacifico Nro. 1050786962 a nombre de Corporación FOREVER EXPERIENCE, de manera voluntaria, únicamente a FOREVER EXPERIENCE en su oficina principal de Guayaquil, para que cumpla lo solicitado por el/la participante de enviarlo al Auspiciante (Sponsor) en los EE.UU. En caso de atraso, demora, estancamiento por más de 20 días o incumplimiento, parcial o total, se lo tomará como desistimiento y se aplicará la política definida en el numeral 10 de este documento. La forma de aportación de este valor se lo realiza en cuatro pasos: Pre-Registro \$50 o \$100, Registro \$200 , Aplicación e Inscripción total. La aportación total incluye la solicitud de participación, seguro médico, costos operativos y administrativos del Programa, Auspiciante (Sponsor) y FOREVER EXPERIENCE DS-2019, asesoría, orientaciones, coordinación, y supervisión. No incluye: boletos aéreos y/o terrestres; impuestos; trámites de viaje; solicitud y costos de visa; actividades especiales; costos adicionales; alojamiento y alimentación no incluidas; telefonía fija y/o celular local, larga distancia, nacional o internacional; internet; mensajería; costos no cubiertos por la póliza de seguro médico; obsequios; préstamos; ni gastos personales.

6. Este valor puede ser variable, nunca mayor a los \$1450 (valor del programa), siempre y cuando este sujeto a alguna promoción, descuento o precio temporada.

7. REGISTRO: Es el valor inicial de \$300,00 NO ES REEMBOLSABLE (TRECIENTOS 00/00 dólares americanos); el Pre-Registro se realiza el momento que el/la participante formaliza su intención de ser parte del Programa Work and Travel. Con el Pre-Registro, el/la participante tiene derecho a la evaluación del conocimiento del idioma inglés. Dependiendo del resultado de esta evaluación, después recibe los formularios y documentos vacíos para que los complete, así solicitar su participación en el Programa Work and Travel La política de reembolso de este valor de aporte parcial se da en las siguientes condiciones:

A. Si el/la participante es evaluado/a en su conocimiento del manejo del idioma inglés y no supera el puntaje porcentual de 6.5, y desiste de prepararse y continuar con su solicitud el mismo asume la responsabilidad y corre el riesgo de que NINGUN VALOR SEA REEMBOLSABLE.

B. Si el/la participante es evaluado/a en su conocimiento del manejo del idioma inglés y supera el puntaje porcentual de 8, pero desiste continuar con el proceso, los valores de Pre-registro y Registro no son reembolsables.

C. Si él/ella participante se inscribe durante una promoción y no continua con el plan de pagos acordado se lo considerara como abandono del programa y NO PODRA mantener el valor de la promoción en caso de reintegrarse al programa.

FOREVER EXPERIENCE sugerirá a el/la participante la mejor forma de mejorar o mantener el nivel adecuado para participar en el Programa Work and Travel.

8. APLICACIÓN: Como parte integrante de la aportación, este valor de \$600 (SEISCIENTOS 00/00 dólares americanos) debe ser entregado antes de dar la primera entrevista con el SPONSOR Y al momento que el/la participante presenta completos y firmados todos los

formularios y documentos para solicitar de participación en el Programa, y, este Compromiso leído, entendido, aceptado, y suscrito.

ACEPTACION: En fehaciente constancia de la libre, voluntaria y plena aceptación del presente Compromiso y el fiel cumplimiento del mismo, lo suscribe este momento el/la participante, en esta ciudad de Guayaquil, Provincial del Guayas.

El participante acepta ceder los derechos de uso de sus fotos en la participación del programa INTERNSHIP para fines publicitarios de la organización.

El participante acepta otorgar el uso de sus fotos a Forever Experience S.A de manera exclusiva y excluyente no pudiendo el participante en ningún caso suministrar dichas fotos a ninguna otra agencia del ramo sin la debida autorización de Forever Experience S.A.

EL/LA PARTICIPANTE:

.....

C.C. N° INICIALES:

COMPROMISO DE APORTACIÓN

Yo, **GREGORIO JULIAN MACIAS QUITO**, quien solicita participación en el Programa INTERNSHIP en Estados Unidos de América, me comprometo con Corporación “FOREVER EXPERIENCE”, al cumplimiento de la aportación total por concepto de participación, en base a lo siguiente:

El costo total del programa es de \$4800 + \$220 sevis.

Me **COMPROMETO** y **APORTARÉ** a **CORPORACIÓN FOREVER EXPERIENCE**, incondicionalmente y sin protesta, el valor de dicha Aportación Total Aceptada.

En caso de retiro luego del proceso de registro, \$300 o el valor aportado, **NO** es reembolsable.

En el caso de negación de visa, \$950 + \$220 sevis no son reembolsables.

En el caso de retiro del programa una vez dada la entrevista con la organización anfitriona, \$550 no son reembolsables.

En el caso de retiro del programa una vez emitido el DS-2019, ningún valor es reembolsable.

1. Los detalles de los valores reembolsables según cada caso están establecidos en el documento “**COMPROMISO PARA LA PARTICIPACIÓN EN EL PROGRAMA “INTERNSHIP EN LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA”**”.

Firma del participante día mes año

C.C. #

Apéndice 5 Declaración y Autorización

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Romero Zambrano Eliana Gabriela, con C.C: # 0930551270, autora del trabajo de titulación: Reingeniería administrativa financiera y de servicios de la empresa dedicada al intercambio estudiantil a nivel internacional, previo a la obtención del título de **INGENIERO/A EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, a los cuatro días del mes de marzo del año 2020



Romero Zambrano Eliana Gabriela

C.C: 0930551270

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

| | | | |
|---|---|--------------------------------------|-----|
| TEMA Y SUBTEMA: | Reingeniería administrativa financiera y de servicios de la empresa dedicada al intercambio estudiantil a nivel internacional | | |
| AUTOR(ES) | Romero Zambrano Eliana Gabriela | | |
| REVISOR(ES)/TUTOR(ES) | Ec. Guim Bustos, Paola, Mgs. | | |
| INSTITUCIÓN: | Universidad Católica de Santiago de Guayaquil | | |
| FACULTAD: | Facultad de Especialidades Empresariales | | |
| CARRERA: | Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe | | |
| TÍTULO OBTENIDO: | Ingeniera en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe | | |
| FECHA DE PUBLICACIÓN: | 04 de Marzo del 2020 | No. DE PÁGINAS: | 109 |
| ÁREAS TEMÁTICAS: | Análisis del macro entorno y micro entorno socioeconómico y legal que rodea al empresario en el Ecuador | | |
| PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS: | Reingeniería, Intercambios, Intraemprendimiento, Innovación, Organización, Procesos | | |
| RESUMEN/ABSTRACT: | <p>El tema referente a un proceso de reingeniería administrativa, financiera y de servicio en la empresa Forever Experience S.A. se lo realiza por el hecho de que existen serios inconvenientes en la estructura operativa, que trae consigo inconveniente en el ámbito de servicios al cliente e incluso en los proceso de logísticas administrativa y financiera, el objetivo de la presente investigación es proponer mejoras a los procesos, analizando los factores macro y micro que afectarían a la organización con un plan estratégico operativo que tendría como resultado el aumento de la rentabilidad. La metodología aplicada es de carácter exploratorio, no experimental y descriptivo con un enfoque cualitativo y cuantitativo, donde se utilizarán herramientas tales como la entrevista, encuesta y un grupo focal. Los resultados alcanzados repercute de manera directa a los proceso de cambio y reestructuración, tomando en consideración la planificación operativa estratégica aplicada dentro de las áreas en mención. En conclusión, se establece una reingeniería parcial en áreas en mención, donde a través de un balance score Card, se establece un programa operativo que vierta los procesos realizadas, además de una planificación estratégica que vincule resultados favorables en la rentabilidad.</p> | | |
| ADJUNTO PDF: | <input checked="" type="checkbox"/> SI | <input type="checkbox"/> NO | |
| CONTACTO CON AUTOR/ES: | Teléfono: +593-9-67561963 | E-mail: elianaromero0124@hotmail.com | |
| CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN | Nombre: Ing. Mónica Echeverría Bucheli | | |
| | Teléfono: PBX: 043804600 o call center: 2222024, 2222025 ext. 5021, 5129 | | |
| | E-mail: monica.echeverria@cu.ucsg.edu.ec | | |
| SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA | | | |
| Nº. DE REGISTRO (en base a datos): | | | |
| Nº. DE CLASIFICACIÓN: | | | |
| DIRECCIÓN URL (tesis en la web): | | | |