



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES**

**PROYECTO DE GRADUACIÓN**

**ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CALL  
CENTER PARA LA EMPRESA ZERO VARIANCE QUALITY EN LA  
CIUDAD DE SAN PEDRO SULA**

**SUSTENTADO POR:**

**RENÉ ECHEVERRÍA CONTRERAS**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE:**

**LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**SAN PEDRO SULA HONDURAS, C.A.**

**AGOSTO, 2021**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA**

**CAMPUS CEUTEC**

**FACULTAD DE PREGRADO**

**AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

**RECTOR**

**MARLON ANTONIO BREVÉ REYES**

**SECRETARIO GENERAL**

**ROGER MARTÍNEZ MIRALDA**

**VICERRECTORA ACADÉMICA CEUTEC**

**DINA ELIZABETH VENTURA DÍAZ**

**DIRECTORA ACADÉMICA CEUTEC, CAMPUS SAN PEDRO SULA**

**MARIA ROXANA ESPINAL**

**TRABAJO PRESENTADO EN EL CUMPLIMIENTO DE LOS  
REQUISITOS EXIGIDOS PARA OPTAR AL TÍTULO DE:**

**LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ASESOR:**

**EDWIN ALEXANDER AMAYA RODRIGUEZ**

**TERNA EXAMINADORA:**

**ROGER ISMAEL MARTÍNEZ LAGOS**

**DENNYS EDUARDO DUBÓN FERNÁNDEZ**

**WALTER VLADIMIR AGUILAR ESCALANTE**

**SAN PEDRO SULA**

**HONDURAS, C.A.**

**AGOSTO, 2021**

## **DEDICATORIA**

Dedico el presente trabajo a Dios primeramente quien a lo largo de los años me ha acompañado, protegido de enfermedad, me ha otorgado vida y sobre todo llenándome de fuerza día a día. A mis padres quienes me apoyaron todo el tiempo y han sido un ejemplo de profesionalismo y superación sin lugar. A mi futura esposa Miriam quien me apoyo y alentó para continuar, teniendo paciencia ante el sacrificio del tiempo dedicado y por apoyarme cuando parecía que me iba a rendir.

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco primeramente a Dios por darme la fuerza y sabiduría necesaria para culminar mi crecimiento profesional. Por permitirme superar cada dificultad y nunca dejarme de la mano ante los momentos más difíciles de mi vida y cuando creía que todo estaba dado.

A mi familia, pero especialmente a mi madre que con su insistencia y amor me motivo a retomar mis estudios universitarios en el 2018. Infinitas gracias por enseñarme a luchar por lo más valioso, por corregir mis errores, y ser mi primera maestra de vida. El hijo por mucho es reflejo de sus padres.

Agradezco también a la empresa Zero Variance Quality quien me ha permitido formar parte de su familia y que a través de los años me ha impulsado a mejorar. Gran parte de mi formación profesional, académica, e integral se los debo a ustedes, pues han abierto las puertas para mis trabajos y mi mejora continua.

A la Universidad CEUTEC, donde encontré un espacio para poder desarrollar mis habilidades, gracias a sus catedráticos y coordinador. Aquí encontré el balance perfecto entre el tiempo para estudiar y trabajar. La filosofía de la Universidad fue perfecta para poder culminar mis estudios y evidenciar mi profesionalismo.

## RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación tiene como propósito presentar los resultados del estudio de viabilidad para la creación de un servicio de Call Center de la Empresa Zero Variance Quality Analytics. La empresa Zero Variance Quality Analytics sometara a un estudio de viabilidad para determinar si es posible o no desde el punto de vista técnico y financiera la creación del servicio de Call Center para Assurant Solutions de Norte América. Para poder realizar esta investigación se utilizará la metodología mixta. En mayo se realizó una entrevista abierta al representante del cliente. En ella se determinó cual es el rumbo a seguir con el inicio de operaciones, se obtuvo los requerimientos en horas al teléfono, el precio por hora y en que consistirían los indicadores de rendimiento una vez iniciado las operaciones. En el estudio mixto se identificarán los requerimientos técnicos y operativos que permitirían la creación del Call Center de acuerdo con las necesidades del cliente final. A su vez se realizará un análisis financiero para determinar la viabilidad de la ejecución de este nuevo servicio para la empresa Zero Variance Quality Analytics. El proyecto en su inicio requiere un total de 2,970 horas al teléfono, establecido como la demanda inicial para operaciones. Se estableció el precio por hora colaborador de \$ 17.50. Con estos resultados se procedió a establecer el total de colaboradores para poder cumplir con esta demanda, siendo un total de 11 representantes telefónicos y un supervisor por el equipo. Cabe resaltar que la empresa ya cuenta con suficiente capacidad para albergar el crecimiento del primer año. Con un total de 50 espacios disponibles para los crecimientos cuatrimestrales del 50%, 33% y 25% respectivamente. La inversión inicial de este proyecto de viabilidad es de L. 1,044,612.14 con el que se iniciará con fondos propios el cual consideraron el costo de venta como los gastos operativos, los incentivos, compra de adaptadores y dos meses del valor planilla de trabajo para el inicio de operaciones. El costo de capital requerido por los socios es de 25.41%. Se realizó el estado de resultado, flujos de efectivo con una proyección a un año del proyecto con un resultado del ROI de 773%

## ABSTRACT

The purpose of this research is to present the results of the feasibility study for the creation of a Call Center service of the Company Zero Variance Quality Analytics. The company Zero Variance Quality Analytics will determine if feasible the creation of a Call Center service for Assurant Solutions of North America. That is why it is necessary to determine if it is feasible to create the Call Center in the city of San Pedro on behalf of the client. To be able to carry out this research, the mixed methodology will be used. An open interview with the client's representative was conducted in May. It determined what is the course to follow with the start of operations, obtained the requirements in hours to the phone, the price per hour and what would consist of the performance indicators once the operations began. The joint study will identify the technical and operational requirements that would allow the creation of the Call Center according to the needs of the end customer. In turn, a financial analysis will be carried out to determine the feasibility of the execution of this new service for the company Zero Variance Quality Analytics. The project at its inception requires a total of 2970 hours to the phone, established as the initial demand for operations. The hourly price per contributor was set at \$17.50. With these results we proceeded to establish the total number of collaborators to be able to meet this demand, being a total of 11 telephone representatives and a supervisor for the team. It should be noted that the company already has enough capacity to accommodate the growth of the first year. With a total of 50 spaces available for quarterly growths of 50%, 33% and 25% respectively. The initial investment of this feasibility project is L. 1,044,612.14 with which it will start with own funds which considered the cost of sale as operating expenses, incentives, purchase of adapters and two months of the payroll value for the start of operations. The cost of capital required by the partners is 25.41%. The financial statements, cash flows with a one-year project were made with a ROI result of 773%

## ÍNDICE DE CONTENIDO

CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO II PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	3
2.1 Antecedentes .....	3
2.2 Definición del problema.....	4
2.2.1 Enunciado del problema .....	4
2.2.2 Formulación del problema.....	5
2.3 Preguntas de investigación .....	5
2.4 Justificación.....	5
CAPÍTULO III OBJETIVOS.....	7
3.1 Objetivo general .....	7
3.1.2 Objetivos específicos .....	7
CAPÍTULO IV MARCO TEÓRICO .....	8
4.1 Análisis de la situación actual .....	8
4.1.1 Análisis del macroentorno .....	8
4.1.2 Marco Legal.....	14
4.2 Teorías.....	17
4.2.1 Evaluación de proyectos.....	17
4.2.1 Conceptualizaciones .....	22
CAPÍTULO V METODOLOGÍA.....	24
5.1 Congruencia metodológica.....	24
5.2 Matriz metodológica .....	25
5.2.1 Operacionalización de las variables .....	26
5.2.2 Hipótesis .....	26
5.3 Enfoque y métodos.....	27

5.4 Alcance y diseño de la investigación .....	27
5.4.1 Población .....	28
5.4.2 Muestra .....	29
5.4.3 Unidad de análisis.....	29
5.4.4 Unidad de respuesta.....	29
5.5 Técnicas e instrumentos aplicados .....	29
5.5.1 Técnicas .....	29
5.5.2 Instrumentos .....	30
5.6 Fuentes de información .....	31
5.6.1 Fuentes primarias.....	31
5.6.2 Fuentes secundarias .....	31
5.7 Limitantes del proyecto y la investigación.....	32
5.8 Cronología del trabajo.....	33
<b>CAPÍTULO VI RESULTADOS Y ANÁLISIS .....</b>	<b>36</b>
6.1 Análisis de mercado .....	36
6.1.1 Descripción del servicio .....	36
6.1.2 Modelo de negocio .....	36
6.1.3 Análisis del consumidor .....	37
6.1.4 Análisis del precio .....	38
6.2 Estudio operativo.....	40
6.2.1 Localización.....	40
6.2.2 Análisis del tamaño .....	40
6.2.3 Organización humana.....	46
6.2.4 Organización jurídica .....	53
6.3 Análisis económico-financiero.....	53

6.3.1 Supuestos económicos .....	53
6.3.2 Inversión Inicial .....	54
6.3.3 Gastos operativos y administrativos .....	55
6.3.4 Costo de capital .....	56
6.3.5 Estado de resultados .....	56
6.3.6 Valuación financiera.....	57
CAPÍTULO VII CONCLUSIONES .....	59
CAPÍTULO VIII RECOMENDACIONES .....	60
CAPÍTULO IX BIBLIOGRAFÍA.....	61
CAPÍTULO X ANEXOS .....	65
Anexo 1. Entrevista.....	65
Anexo 2. Cotización adaptadores.....	68
Anexo 3. Ejemplo Contrato legal .....	69
Anexo 4. Tablas y proyecciones financieras mensualizadas.....	72
Anexo 5 Evidencia de reunión con cliente.....	73

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 5. 1 Congruencia metodológica .....	25
Tabla 5. 2 Conceptualización de variables .....	26
Tabla 5. 3 Preparación para la creación de call center primer quincena.....	33
Tabla 6. 1 Proyección de la demanda para los meses de julio a diciembre 2021 .....	38
Tabla 6. 2 Proyección de la demanda para los meses de enero a julio 2022 .....	38
Tabla 6. 3 Ingresos por venta proyectados de julio a diciembre 2021 .....	39
Tabla 6. 4 Ingresos por venta proyectados de enero a julio 2022.....	39
Tabla 6. 5 Cotización de compra de adaptadores. ....	45
Tabla 6. 6 Proyección de personal. ....	47
Tabla 6. 7 Supuestos económicos .....	54
Tabla 6. 8 Plan de inversión inicial.....	54
Tabla 6. 9 Proyección capital de trabajo .....	55
Tabla 6. 10 Proyección de gastos operativos .....	55
Tabla 6. 11 Proyección de gastos administrativos. ....	56
Tabla 6. 12 Costo de capital.....	56
Tabla 6. 13 Estado de resultados Proforma .....	57
Tabla 6. 14 Cálculo del ROI .....	57

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 2. 1 Registros de Call Centers Centroamérica.....	3
Figura 4. 1 Indicadores del departamento de Cortes según el INE.....	9
Figura 4. 2 Cinco fuerzas de Porter .....	13
Figura 4. 3 Método de estudio técnico.....	18
Figura 4. 4 Business Model Canvas.....	21
Figura 5. 1 Enfoque mixto .....	28
Figura 6. 1 Modelo de Negocio Call Center para Zero Variance Quality. ....	37
Figura 6. 2 Localización de Zero Variance Quality en Altia Business Park .....	40
Figura 6. 3 Distribución de los colaboradores en Nivel 9 Torre 1, con proyección de demanda. 41	
Figura 6. 4 Diagrama de flujo del proceso de inicio de operaciones.....	42
Figura 6. 5 Imagen de formulario de auditoria de calidad.....	44
Figura 6. 6 Organigrama para la cuenta del Call Center.....	46

## GLOSARIO

**Ejecutivo de Cuenta:** Es la persona encargada de administrar la relación entre el cliente y el servicio.

**Entrevista:** Es una herramienta que sirve para evaluar la relación contractual y los requerimientos del cliente para el inicio de operaciones.

**Representante:** Es el encargado de recibir las llamadas telefónicas.

**ROI:** Es una métrica usada para saber cuánto la empresa ganó a través de sus inversiones.

**Supervisor de Cuenta:** Es el encargado de dirigir y coordinar el trabajo y el cumplimiento de las metas establecidas a los representantes.

## **CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN**

El presente proyecto se basa en el estudio de viabilidad para la creación de un Call Center de Zero Variance Quality en la ciudad de San Pedro Sula cuya principal característica será el servicio al cliente mediante la creación de reclamos de seguros móviles.

El objetivo es brindar a los clientes una atención de calidad con los conocimientos adecuados sobre el manejo de reclamos y una atención de primera. El servicio para ofrecer se hará con excelencia tecnológica y mostrando un gran proceso de trabajo para así mantener la satisfacción al cliente como también a nuestro socio comercial.

Con la creación de este proyecto se busca dar una propuesta diferente a lo que se refiere el servicio de Call Center, debido a que la mayoría de dichos servicios en el área de San Pedro Sula abundan, pero la atención no es la mejor y no satisfacen la necesidad de nuestro socio comercial.

A futuro se plantea expandir el área de Call Center en países vecinos como lo es Guatemala para estar a la medida del crecimiento exponencial de la cuenta y a su vez contar con una diversidad laboral más amplia. A su vez obtener atención diferentes basadas en la cultura y personal y como Backup ante cualquier emergencia o situación de país.

El proyecto buscar ser una herramienta de gran utilidad que brinde las soluciones a nuestro socio comercial y a su vez se caracterice por un excelente servicio y brinde la información adecuada conforme a lo que el cliente solicite.

Este trabajo contiene en su capítulo II el planteamiento del problema, donde se describan los antecedentes. Aquí se encuentra la raíz del estudio ya que la empresa que para el en el año 2021 incursionara en el rubro del Call Center.

En el capítulo III se establecen los objetivos, generales y específicos de la propuesta de mejora.

En el capítulo IV se mencionan diferentes teorías y criterios de autores en el marco teórico.

En el capítulo V se encuentra la metodología, matriz metodológica, unidades de análisis,

limitantes del proyecto, cronología del trabajo, enfoques y métodos aplicados.

En el capítulo VI se realizó análisis descriptivo de esta propuesta.

Dentro del capítulo VII se presentan las conclusiones que contienen los resultados obtenidos hasta la fecha de la propuesta de mejora.

El capítulo VIII comprende las recomendaciones y lecciones aprendidas que se realizaron para la empresa.

En el capítulo IX se muestra la bibliografía consultada para apoyar el informe y a su vez dar créditos a los autores.

Por último, se presentan los anexos para detallar la información presentada en el informe.

## CAPÍTULO II PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 2.1 Antecedentes

Los inicios de la actividad de Call Center están relacionados con el invento del teléfono y, por ende, la posterior aparición de las centrales telefónicas. Como hito histórico de inicio, se puede mencionar la vez que Alexander Graham Bell, implementó en la localidad de New Haven en el año de 1878 todo un aparataje de central telefónica para que varias personas pudieran servirse de este invento al usarlo a la vez.

(Nadal, 2020) Considero que: “Los Call Center son tan diversos como las necesidades de las industrias que los emplean. Algunos Call Centers son la forma de comunicación principal o única entre una empresa.” Siendo en casos como este donde la actividad del Call Center es estratégica para el cliente.

Respecto Honduras, el origen de los Call Center se remonta al 2008 como una fuente de empleo para jóvenes que recurren al mismo con el objetivo de terminar sus estudios. Siendo este también un mercado emergente en Centroamérica en la inversión de servicios de tercerización. Se estima que al 2016 en Honduras existía un total de 6498 puestos de trabajo (MC, 2017, p.1).



Figura 2. 1 Registros de Call Centers Centroamérica.

Fuente: Lara, (2015)

Zero Variance Quality Analytics una empresa que nació en Fergus Falls Minnesota en el

año 2002, dedicada a la creación de softwares y plataformas online de desarrollado se ha visto trasformada a lo largo de los años en diversos rubros de servicio. Al 2021, cuenta con 5 oficinas en el mundo y ahora ha integrado muchas otras actividades dentro de su cobertura. Oficinas localizadas en Guatemala, Honduras, Estados Unidos y Argentina.

Hoy en día ofrece una cartera de servicios de tercerización, entre ellos las estrategias de análisis de datos, desarrollo de tecnologías, análisis de calidad y procesos de mejora continua. La parte central del desarrollo de la empresa se enfoca en brindar soluciones a los clientes mediante la relación B2By B2C.

En San Pedro Sula está ubicada en Km 1 edificio de Altia Business Park torre 1 y torre 3. Cuenta con un total de 153 colaboradores entre los cuales se incluye el grupo administrativo y de programación.

## **2.2 Definición del problema**

(Render et al., 2006) “La definición del problema es la fase más importante, la más difícil. Es ir más allá de los síntomas e identificar las causas verdades. Un problema puede relacionarse con otros problemas” (p. 3)

A continuación, y mediante un enunciado del problema, formulación del problema y las preguntas de investigación, se describe la problemática que motiva a el desarrollo del trabajo de investigación.

### **2.2.1 Enunciado del problema**

La empresa Zero Variance Quality Analytics se plantea la posibilidad de representar a un cliente en el área de Call Center para la creación de reclamos de seguros de teléfonos móviles. Ante esto se ve en la necesidad de iniciar un nuevo proceso de operación y determinar si es viable iniciar con un Call Center para representar a su cliente. Ante esta situación es necesario determinar si es viable la creación de este servicio.

Las empresas extranjeras van a buscar obtener ahorros dentro de sus costos de operación. El poder tercerizar sus departamentos de servicio al cliente es una forma de ahorrarse tal costo. Es por eso por lo que ellas buscan tercerizar los servicios con empresas extranjeras en donde, ellos

puedan ahorrarse tiempo, dinero y costos de inicios de operación. Esto abre las puertas para que muchas empresas de Centroamérica abran sus puertas para formar representación de estas y ofrecer el servicio en representación de la empresa extranjera.

Honduras no es la excepción y cuenta con estas oportunidades para un mercado creciente laboral. Es por eso por lo que la empresa Zero Variance Quality desea determinar si es posible iniciar la creación del Call Center y así robustecer su relación con sus clientes.

### **2.2.2 Formulación del problema**

Assurant Solutions de Norte América está en búsqueda de tercerizar el servicio de reclamos móviles en Honduras para poder cumplir con la demanda de las llamadas de sus asegurados. Considerando que la empresa Zero Variance Quality está considerando la posibilidad de ofrecer este servicio en representación del cliente. Es por eso por lo que la presente investigación pretende dar respuesta a la siguiente pregunta:

¿Es viable la creación del servicio de Call Center para la empresa Zero Variance Quality en la ciudad de San Pedro Sula, desde el punto de vista técnico y financiero?

### **2.3 Preguntas de investigación**

- a) ¿Cuáles son los requerimientos técnicos y operativos que permitirían la creación del Call Center de acuerdo con las necesidades del cliente final?
- b) ¿Podrá Zero Variance satisfacer la demanda del cliente para el año uno del contrato?
- c) ¿Cuál es el escenario financiero esperado que se generara por la generación de capital y estabilidad de la empresa en el mercado?

### **2.4 Justificación**

Las empresas tratan día a día generar un posicionamiento de su nombre o de las marcas de su producto o servicio en sus clientes finales. La marca representa una seguridad para los consumidores finales al momento de escoger por muchos atributos o variables entre ellos aquellos relacionados al servicio al cliente. Es el elemento de seguridad en el sector de los servicios el que

marca la diferencia y que influye en el proceso de decisión. Este es el caso de los Call Center, quienes son los representantes directos de una marca.

Muchas empresas optan por tercerizar el servicio fuera del país, por razones de costo, inversión en tiempo y de población laboral. Centroamérica es muy atractivo para tal rubro y es allí donde las empresas dirigen su posición. Como consecuencia de comportamiento Zero Variance Quality estudia la posibilidad de incursionar en el servicio de call center en representación del cliente.

Debido a lo antes mencionado surge la necesidad de realizar este estudio de viabilidad, que tiene como propósito ayudar a determinar si es posible incursionar en el área de Call Center en San Pedro Sula. Sabiendo que existe competencia directa pero que el mercado es muy alto se deberá analizar la viabilidad de estos para alcanzar el éxito en la creación.

## **CAPÍTULO III OBJETIVOS**

### **3.1 Objetivo general**

Realizar un estudio de viabilidad para la creación de un Call Center para la empresa Zero Variance Quality Analytics en la ciudad de San Pedro Sula en representación del posible cliente Assurant Solutions.

#### **3.1.2 Objetivos específicos**

1. Identificar los requerimientos técnicos y operativos que permitirían la creación del Call Center de acuerdo con las necesidades del cliente final.
2. Determinar la capacidad de satisfacer la demanda del cliente para el año uno del contrato.
3. Realizar un análisis financiero para determinar la viabilidad de la ejecución de este nuevo servicio para la empresa Zero Variance Quality Analytics.

## CAPÍTULO IV MARCO TEÓRICO

Hernández,(2014) afirma:

“La experiencia demuestra que otra manera rápida y eficaz de construir un marco teórico consiste en desarrollar, en primer lugar, un índice tentativo de éste, global o general, e irlo afinando hasta que sea sumamente específico, para posteriormente colocar la información (referencias) en el lugar correspondiente dentro del esquema. (p. 111)

Es importante realizar un análisis documental de las teorías y conceptos que tendrían influencia para llevar a cabo el desarrollo óptimo de la propuesta mediante un direccionamiento estratégico efectivo. Para ello se referenciarán varios autores que explican el ámbito relacionado al rubro del Call Center y la tercerización.

### 4.1 Análisis de la situación actual

De acuerdo con la Asociación de Maquiladores de Honduras nuestro país está ubicado en el tercer lugar de Centroamérica en términos de empleos en el área de Call Center tercerizados. Solo en San Pedro Sula existen un total de 14 Call Centers debidamente asociados. (Call Centers | Asociación Hondureña de Maquiladores, 2016)

Es importante recalcar que estas empresas tienen una población de jóvenes estudiantes en proceso. Esta es una opción de trabajo para ellos, ya que les permite con facilidad el continuar sus estudios. Sin embargo, el mercado laboral es amplio dado que uno de los más grandes requisitos es el poder hablar inglés o ser bilingüe. El sistema de estadística educativo muestra un total de 310 escuelas y colegios bilingües solo en el departamento de Cortes que agregar valor a la población laboral de las empresas dedicadas a este rubro.

#### 4.1.1 Análisis del macroentorno

Según el INE, (2018) la ciudad de San Pedro Sula cuenta con una población estimada de 719064 habitantes de los cuales se ira desglosando el posible mercado laborar para la industria del

Call Center. Pero no es importante reconocer solo la ciudad de San Pedro Sula sino todo el departamento de Cortés donde hay un amplio mercado de potenciales candidatos laborales dada la gran cantidad de colegios bilingües dentro del departamento. Los indicadores muestran que la población total del departamento está cercano a los dos millones de personas en total comprendido por los 12 departamentos de Cortés.

#### Indicadores de Cortés 2018

El departamento de Cortés se encuentra localizado en la zona norte del país. Ocupa el primer lugar en cuanto al número de habitantes, y es también donde se concentra la mayor parte de la actividad industrial del país.

San Pedro Sula cabecera departamental, es considerada la "Capital Industrial" de Honduras. Sus límites geográficos son los siguientes: al Norte con el mar Caribe o de las Antillas, al noreste con Atlántida, al extremo este limita con el departamento de Yoro y al sureste con el departamento de Comayagua. Al extremo oeste, tiene límites con el departamento de Santa Bárbara y al noroeste con la República de Guatemala y al sur limita con el departamento de Comayagua.

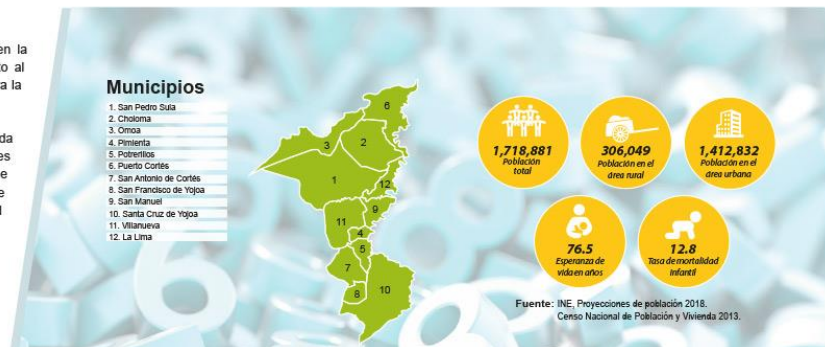


Figura 4. 1 Indicadores del departamento de Cortés según el INE.

Fuente: INE 2021

#### 4.1.1.1 Factor político y legal

Hoy en día podemos afirmar que la situación política es impredecible para Honduras. En nuestro país se ha desatado una cantidad de eventos que ha dejado al descubierto la vulnerabilidad del país, desde movilizaciones que paralizan sectores, robos por parte de diferentes organizaciones criminales, asaltos, corrupción política y muchas más. A pesar de los esfuerzos por levantarse y reconciliar, los ciudadanos se han visto afectados por la corrupción que el país presenta.

Así mismo es importante resaltar que debido a los problemas políticos, se ha deteriorado de gran manera los diferentes sistemas del país, como ser el sector salud, educación y el de inversión. La inestabilidad política en Honduras puede definirse en modos distintos como la propensión de cambio de gobierno, ineficacia gubernamental, incidencia de la violencia o protesta política sobre la sociedad. Sobre todo, derivadas tras el golpe de Estado del 2009 y la crisis

poselectoral continua cada 4 años. Esto desnudó la fragilidad democrática y las dificultades para la consolidación institucional en un país golpeado por la desigualdad y corrupción.

Diario el Heraldó en su publicación editorial menciona los siguientes indicadores de corrupción e inestabilidad política de nuestro país. Honduras está en el puesto 135 de 137 países en desviación de fondos, 110 en confianza a funcionarios, 121 en independencia judicial, 105 en protección a los derechos humanos, 102 en eficiencia gubernamental, 95 en transparencia y 132 de 180 países en lucha contra la corrupción. Números que solo reflejan la falta de confianza e inestabilidad derivada de la política (Cooper, 2020).

#### **4.1.1.2 Factor económico**

Honduras ha sido considerado como un país de alto riesgo para realizar negocios. Esta consideración se debe a distintos factores, entre ellos la constante devaluación de la moneda que directamente afecta a las empresas de capital hondureño, aquellas nuevas e incluso a aquellas que ya tiene antigüedad en los diferentes rubros. Pero es importante resaltar que, pese a el pronóstico negativo y la calificación de riesgo, diferentes empresarios internacionales y locales continúan invirtiendo en el capital humano con el que cuenta el país.

También es importante resaltar que desde Inicios del 2020 y aun en el 2021 las economías de todos los países del mundo han sufrido un impacto debido a la crisis de la pandemia del COVID-19. A pesar de esto los pronósticos del FMI señalan que la actividad económica mundial va en recuperación al primer cuarto del 2021. Tras una contracción estimada de  $-3,3\%$  en 2020, se proyecta que la economía mundial registrará un crecimiento de  $6\%$  en 2021, que se moderaría a  $4,4\%$  en 2022. La contracción de 2020 es 1,1 puntos porcentuales más pequeña que lo proyectado en la edición de octubre de 2020 pero se mantiene la incertidumbre en torno a la duración de la pandemia. (FMI, 2021)

En el primer semestre de 2020, la actividad económica hondureña, medida a través del PIB trimestral, ha marcado una tendencia descendente con una caída interanual de  $18,5\%$  a junio, comportamiento explicado en su mayoría por las actividades de industria manufacturera,

comercio, hoteles y restaurantes, así como también por el transporte y la construcción.  
(CEPAL, 2020)

Es que debemos considerar que la economía hondureña ha sido sumamente afectada por la pandemia del COVID-19, el cierre obligatorio de negocios y el teletrabajo forzado en lugares que aplican. Así como también eventos climatológicos que impactaron las ciudades aledañas a San Pedro Sula y climatológicos que sucedieron en el pasado mes de noviembre, desencadenaron una crisis económica para una parte de la población hondureña.

#### **4.1.1.3 Factor sociocultural**

El mayor de los problemas recientes es derivado por causas de la naturaleza. El mayor inconveniente social y que aún sigue en pie es las medidas de restricción social establecidas por el gobierno. Esto en reacción a la pandemia del COVID-19. Ante el cierre de muchas empresas y la pérdida de empleos, la pobreza se ha generado debido a la pandemia COVID-19, daños materiales a vehículos e infraestructura públicas por los huracanes ETA e IOTA. La falta de empleo, la violencia, la atención de salud deficiente, la corrupción, los cambios climáticos y un sistema de educación limitado han sido las principales brechas que han llevado a los ciudadanos hondureños a tomar la decisión de emigrar. La migración casi forzosa buscando una mejor oportunidad para sus familias, sin importar poner en riesgo sus vidas. Es importante mencionar que estos problemas sociales enumerados no se derivan exclusivamente de la pandemia o los desastres naturales, puesto que son problemas que nuestro país afronta al pasar de los años.

En consecuencia, a lo antes mencionado, se puede decir que las empresas han tomado diferentes medidas para sobrellevar la pandemia del COVID-19. Ante esto las empresas han optado por la disminución del personal, suspensión de contratos y algunos casos la reducción de salarios y comisiones. El gobierno para poder contrarrestar los niveles de contagio y contención, con la intención de salvaguardar las vidas de los hondureños tomó diferentes acciones. Acciones como las de las restricciones de circulación, la incorporación del teletrabajo y delimitar el acceso de personas en un solo sitio.

Esto ha obligado a la población en general a optar por medidas de bioseguridad neutrales ajenas a las costumbres culturales de nuestro país. Entre ellas el uso obligatorio y constante de

maskarilla, el uso del gel del alcohol, constante lavado de manos, el cuidado del manejo de objetos solidos de cualquier índole y la interacción entre personas.

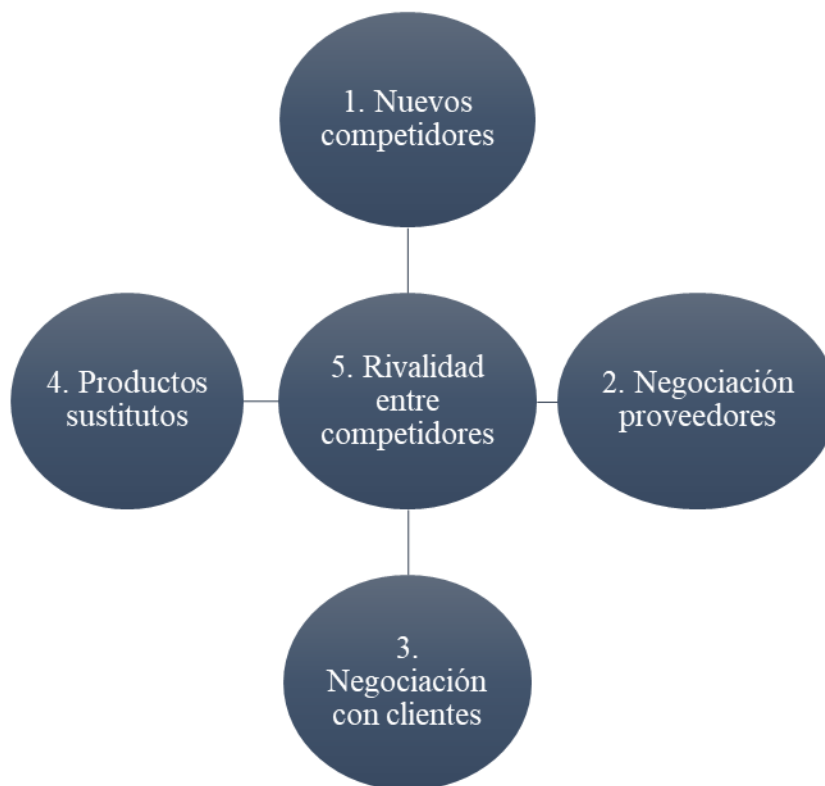
#### **4.1.1.4 Factor tecnológico**

Cifras de la Asociación de Empresas de Tecnología y Comunicaciones de Honduras (Asemtech) estiman que la inversión al cierre del 2020 crecerá en un 5%. Es que la pandemia del Coronavirus ha sumado para que las empresas de servicios se transformen e incurran en el uso de la tecnología para adaptarse a los cambios atravesados. Se espera que con el retorno gradual a la economía se venga con avances en tecnología. (Rodriguez, 2020)

Es importante destacar como la tecnología se ha transformado con el paso del tiempo. Es decir, lo que se esperaba llegara en casi una década se ha adelantado dada la situación actual de pandemia. Acciones como el teletrabajo, el pago sin contacto, transferencias electrónicas, compras en línea y demás factores con carácter social, pero de un claro avance tecnológico. Debido a esta nueva modalidad se han hecho usos de plataformas virtuales para mejorar la comunicación online. Las empresas se han esforzado por mantener la productividad laboral, lo que ha llevado al teletrabajo a ser una alternativa para ello. De igual manera el e-commerce y ha brindado oportunidades a pequeñas y medianas empresas de mostrar y vender sus productos al mercado.

#### **4.1.2 Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter**

Según Porter, el estudio de estas cinco fuerzas nos permite llegar a un mejor entendimiento del grado de competencia de nuestra organización y nos posibilita la formulación de estrategias, bien para aprovechar las oportunidades del propio mercado, bien para defendernos de las amenazas que detectemos. (ActivaConocimiento, 2016) Como la empresa a desarrollar el presente estudio de viabilidad es existente es importante hacer la relación del análisis Porter.



*Figura 4. 2* Cinco fuerzas de Porter

Fuente (Las Cinco Fuerzas de Porter, 2016)

1. Amenaza de Nuevos competidores: La competencia es muy marcada en la industria del Call Center. Cada vez inician nuevas empresas en Honduras. Este es el caso del parque Altia Business Park en donde recién se creó una nueva empresa de Call Center en el mes de mayo. Cada competidor ofrece algo a su mercado, tanto laboral como clientes. Por lo tanto, la amenaza de nuevos competidores se considera alta.
2. Negociación con Proveedores: Los colaboradores representan el proveedor más importante, pues ofrece su servicio al ser contratado. El parque Altia Business Park funciona como el único proveedor de todos los servicios necesarios para la operación. Por lo tanto, la negociación con los proveedores se considera alta.
3. Negociación con Clientes: Si bien es cierto existen varios clientes dentro de Zero Variance existe apertura para negociar con muchos más clientes en el mercado y ofrecer de sus servicios. Por lo tanto, la negociación con clientes representa una fuerza baja.

4. Productos sustitos: La empresa misma podría hacerse del servicio que ofrece sus contratadores, sin embargo, esto requiere de mucha inversión y de otros factores legales, y recursos de mano de obra junto con otras condiciones al país de origen. Esto no es viable para la empresa por ende representa una fuerza baja.
5. Rivalidad entre competidores: Si existe competencia para el servicio que la empresa Zero Variance ofrece. Considerando todas las empresas de Call Center tales como Alorica, Allied Global, KM2, Startek, Simplex, Cygnus Pacific, Myron Corp, Teleperformance y Levanter. Así como también aquellos fuera del mismo y dentro de los países que tercerización servicios como el del Call center y demás. Por lo tanto, la rivalidad entre competidores se considera media.

### **4.1.3 Marco Legal**

El marco legal es el conjunto de disposiciones, leyes, reglamentos y acuerdos a los que debe apegarse una dependencia o entidad en el ejercicio de sus funciones que tiene encomendadas.

Es esencial que, en el proyecto para su viabilidad de la creación del Call Center la empresa desarrolle sobre un marco legal, en donde se establezcan los reglamentos, normativas especiales y tratados que regulen el tipo de rubro. En virtud de lo señalado se menciona la normativa que aplica a la creación de la empresa de Call Center.

#### **4.1.2.1 Ley del Empleo por hora**

ARTICULO 2.- PROPOSITO DE LA LEY. El propósito de esta ley es:

- 1) El fomentar el empleo digno y decente, evitar el incremento en los índices de desempleo y subempleo, en el sector formal de la economía y simultáneamente lograr que estos trabajadores gocen de los beneficios de la seguridad social y salud ocupacional;
- 2) Fomentar la educación, capacitación y formación profesional de los trabajadores, como un mecanismo que facilite su inserción laboral al mercado de trabajo, para

alcanzar mejores niveles de productividad y competitividad que redunden en mejores ingresos.

3) Aprovechar el pleno uso de la capacidad instalada de las unidades productivas, dentro del marco de programas de reactivación económicas tanto del sector privado como del sector público, conforme los contenidos del Plan de Nación y Visión del País;

4) Estimular una dinámica de inversión y generación de empleo en el sector privado y en el sector público, especialmente en las ramas de actividades económicas con mayor capacidad de absorción de mano de obra; y,

5) Asegurar que la Población Económicamente Activa (PEA) del país, grupos sociales vulnerables y los jóvenes que cada año se suman a la fuerza laboral, encuentren en el mercado laboral nacional un empleo digno con respeto para sus derechos laborales y lograr que los jóvenes se desarrollen de forma integral, reduciendo los índices de abuso, violencia y delincuencia juvenil que afecta sobre todo a los grupos más vulnerables y que los jóvenes en edad productiva desistan de abandonar el país, poniendo en riesgo sus vidas y el rompimiento de sus vínculos familiares. (La Gaceta, 2014)

#### **4.1.3 Análisis FODA**

Talancón, (2007) afirma:

El análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa; es decir, las oportunidades y amenazas. También es una herramienta

que puede considerarse sencilla y permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada. (p. 3)

Thompson y Strikland (1998) citados en Talancón, (2007) establecen que el análisis FODA estima el efecto que una estrategia tiene para lograr un equilibrio o ajuste entre la capacidad interna de la organización y su situación externa, esto es, las oportunidades y amenazas (p.3).

<p><b>FORTALEZA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Personal bilingüe con un grado avanzado de inglés.</li> <li>• Cuenta con todos los recursos y capacidad instalada del personal               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fidelidad de sus clientes</li> </ul> </li> </ul>
<p><b>OPORTUNIDAD</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incursionar en un nuevo mercado</li> <li>• Diversificarse en servicios relacionados</li> <li>• Crecimiento mas rápido para la empresa</li> </ul>
<p><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desconocimiento de cualquier nuevo servicio.</li> <li>• Estrés del colaborador generado por el flujo de llamadas</li> <li>• Los colaboradores consideran que su trabajo es temporal</li> </ul>
<p><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Siniestros (de naturaleza)</li> <li>• Inestabilidad del país en la materia legal y politica</li> <li>• Entrada de competidores con costos menores</li> </ul>

Tabla 4. 1 Análisis FODA

Fuente: Talancón, (2007)

## **4.2 Teorías**

Ibarra , (2018) afirma:

El sustento teórico de una investigación es el conglomerado de teorías que sirven para sustentar los argumentos que se usan en una investigación para dar soluciones a un problema. Al presentar esta información en algún lugar de la investigación, el investigador demuestra dominar el tema en desarrollo lo que da más credibilidad a su trabajo. (p.1)

### **4.2.1 Evaluación de proyectos**

#### **4.2.1.1 Análisis de Mercado**

El estudio de mercado se denomina a la primera parte de la investigación formal del estudio.

Según Baca, (2010)

Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. Aunque la cuantificación de la oferta y la demanda pueda obtenerse fácilmente de fuentes de información secundarias en algunos productos, siempre es recomendable la investigación de las fuentes primarias, ya que proporcionan información directa, actualizada y mucho más confiable que cualquier otra fuente de datos. (p.7)

#### **4.2.1.2 Estudio Técnico**

Los objetivos del análisis técnico-operativo de un proyecto es para que se pueda verificar la posibilidad técnica de la creación del producto/servicio que se pretende y analizar y

determinar el tamaño, la localización, los equipos, las instalaciones y la organización óptimos requeridos para realizar la misma.

Baca, (2010) afirma:

En resumen, se pretende resolver las preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico-operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto.

La Figura 4.2 nos muestra los pasos a seguir para poder determinar el estudio técnico a emplear.



Figura 4. 3 Método de estudio técnico

Fuente Baca, (2010)

El tamaño óptimo de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica.

### 4.2.1.3 Evaluación Económica

Según Baca, (2010) la evaluación económica describe los métodos actuales de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, como son la tasa interna de rendimiento y el valor presente neto; se anotan sus limitaciones de aplicación y se comparan con métodos contables de evaluación que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, y en ambos se muestra su aplicación práctica. (p. 22)

Flujo de efectivo se refiere a los movimientos del dinero físico en cuanto a las entradas y salidas para un periodo de tiempo determinado. Este sirve para determinar la salud financiera de una empresa particular.

El estado de resultados, cuyo objetivo final es calcular el flujo neto de efectivo de cada año, es la cifra base para el cálculo de la rentabilidad económica del proyecto. De acuerdo con lo dicho sobre el análisis de sensibilidad, que se puede hacer al calcular todas las cifras del análisis económico en Excel, también implica que al variar cualquier costo se obtiene la variación correspondiente no sólo en la utilidad bruta, sino también en el flujo neto de efectivo de cada año. Baca, (2010)

Lopez, (2019) afirma

Flujo efectivo operativo (FCO) es la cantidad de dinero en efectivo que genera una empresa a través de sus operaciones y el ejercicio de su actividad. Este flujo permite valorar y cuantificar las entradas y salidas de dinero mediante las actividades de explotación, siendo difícil poderlo manipular. (p. 1)

Obtención del Valor presente neto. Esta se describe como el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. Consiste en sumar los flujos descontados en el presente y restar la inversión inicial equivale a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias, en términos de su valor equivalente en este momento o tiempo cero. Baca, (2010)

El ROI es la sigla en inglés para “Retorno Sobre la Inversión”. Es una métrica usada para saber cuánto la empresa ganó a través de sus inversiones. Para calcular el ROI es necesario

levantar los ingresos totales, sustraer de estos los costos y, finalmente, dividir ese resultado por los costos totales. **(Custódio, 2018)**

Periodo de recuperación de inversión nos determinara en el tiempo en que se recuperara la inversión.

Análisis de sensibilidad se denomina análisis de sensibilidad (AS) al procedimiento por medio del cual se puede determinar cuánto se afecta (cuán sensible es) la TIR ante cambios en determinadas variables del proyecto. El proyecto tiene una gran cantidad de variables, como son los costos totales, divididos como se muestra en un estado de resultados, ingresos, volumen de producción, tasa y cantidad de financiamiento, etc. El AS no está encaminado a modificar cada una de estas variables para observar su efecto sobre la TIR. Baca, (2010)

#### **4.2.1.4 Modelo de Negocio**

Está basado en el Canvas de Modelo de Negocio diseñado por Alex Osterwalder. Gracias a Ash Maurya podemos disfrutar de una adaptación específica del Canvas de modelo de negocio para emprendedores que están trabajando en su idea de negocio. (Prim, 2020)

La figura a continuación muestra cada uno de los segmentos del lienzo lean canvas y una breve descripción de cada uno.

## LIENZO MODELO DE NEGOCIO (BMC)



Figura 4. 4 Business Model Canvas

Fuente; Prim, (2020)

1. Segmento de clientes: Explica cuál es el segmento de los clientes para el tipo de negocio empleado o a emplear.
2. Socios Clave: Se refiere a los participantes que hacen posible el desarrollo del negocio.
3. Proposición de valor única: Debe estar claro cuáles son las soluciones que la empresa va a ofrecer para los problemas destacados. Es algo que la hará única y que vendrá a dar la solución final.
4. Actividades clave: Se refiere a las actividades esenciales de la empresa.
5. Canales: Es como se va a hacer llegar el producto o el servicio al cliente.
6. Flujo de ingresos: Como se generará el dinero. Entre algunas preguntas del mismo resalto ¿Por qué te van a pagar tus clientes?
7. Estructura de Coste: Analiza los gastos que va a tener la empresa
8. Recursos Clave: Lo que se necesita para llevar a cabo las actividades de la empresa.

9. Relación con los clientes: Refleja la relación con los clientes como donde empieza y donde termina la relación.

#### 4.2.1 Conceptualizaciones

**AHT:** Este es el tiempo de la duración de una llamada con el cliente final y se calcula del promedio de la duración de las llamadas por representante. Su valor meta es 9 minutos y 30 segundos y se obtiene directamente de los datos que resultan de los teléfonos.

**Calidad:** La calidad en el Call Center es un conjunto de acciones que se realizan con el propósito de satisfacer las necesidades y lograr cumplir con las expectativas de los clientes. (Formación GCC, 2020). En este caso habrá un analista de calidad que será por parte del cliente, quien escuchará y grabará una llamada de manera aleatoria para evaluar cómo ha sido la atención del representante.

**Call Center:** Un Call Center, traducción que en español significa centro de llamadas o centro de atención telefónica, utiliza como canal principal el canal telefónico. A través de él, los teleoperadores, como son llamados los asesores o agentes de atención al cliente, reciben y realizan llamadas a clientes actuales y potenciales (Da Silva, 2020).

**Capacidad instalada:** La capacidad instalada se refiere a la disponibilidad de infraestructura necesaria para producir determinados bienes o servicios. Su magnitud es una función directa de la cantidad de producción que puede suministrarse. (Planning Consultores Gerenciales, 2013). Para la aplicación de este informe, la capacidad instalada fue utilizada para calcular la cantidad de representantes a necesitar para cumplir con la cantidad de horas demandadas por el cliente y así realizar una contratación eficiente.

**Empleo por hora:** Es la retribución que el empleador debe pagarle al trabajador o trabajadora en virtud del contrato de trabajo, misma que debe ser efectiva en moneda de curso legal del país. (Consulta Trabajo Gobierno, 2016).

**Encuesta de satisfacción:** La encuesta de satisfacción del cliente es una herramienta que permite medir, a través de un estudio, el nivel de conformidad (o no) de un cliente respecto de una empresa o marca (Da Silva, 2020). Esta encuesta de satisfacción se medirá de la calificación que

los clientes finales (el cliente del cliente/asegurado) le da al representante y a la compañía al final de cada una de las llamadas.

**Horas de adherencia:** El Índice de Adherencia es el tiempo que el operador está en su puesto de trabajo atendiendo o en disposición de atender las llamadas, es un KPI de Call Center Inbound y se mide en porcentajes. El porcentaje de Adherencia es la relación existente entre la cantidad de tiempo que un Operador pasa atendiendo o en disponibilidad de atender llamadas y el tiempo Staffed o tiempo de conexión. (Formación GCC, 2020). Al igual que el tiempo en llamadas este se obtiene de parte del cliente mediante los datos reflejados por el teléfono virtual.

**Viabilidad:** El estudio de viabilidad consiste en ver si es posible ejecutar el proyecto y darle la continuidad que precisa. Para ello, es necesario tener en cuenta lo siguiente: recursos con los que contamos, recursos que necesitamos y nuestra capacidad para conseguirlos. (Asesoramiento Gestión Bolunta, 2018)

## **CAPÍTULO V METODOLOGÍA**

### **5.1 Congruencia metodológica**

La congruencia implica, por ejemplo, que todos los temas y subtemas del marco teórico se encuentren estrechamente relacionados con el planteamiento y hayan sido incluidos en los resultados, que los descubrimientos, hallazgos y conclusiones estén asociados con los análisis y resultados y, desde luego, con los apartados del marco teórico, que todos los elementos de la discusión se refieran al planteamiento (objetivos, preguntas y justificación), que las hipótesis y variables se localicen en el marco teórico (se presenten estudios sobre ellas) y se discutan en las conclusiones, etc. (Hernández, 2014)

## 5.2 Matriz metodológica

Tabla 5. 1 *Congruencia metodológica*

Tema	Problema	Preguntas de investigación	Objetivo general	Objetivos específicos	Variables independientes	Variable dependiente
Creación de Call Center para Zero Variance Quality en San Pedro Sula	¿Es viable la creación del servicio de Call Center para la empresa Zero Variance Quality en la ciudad de San Pedro Sula, desde el punto de vista técnico y financiero?	¿Cuáles son los requerimientos técnicos y operativos que permitirían la creación del Call Center de acuerdo con las necesidades del cliente final?	Realizar un estudio de viabilidad para la creación de un Call Center para la empresa Zero Variance Quality Analytics en la ciudad de San Pedro Sula.	Identificar los requerimientos técnicos y operativos que permitirían la creación del Call Center de acuerdo con las necesidades del cliente final.	Estudio técnico	Viabilidad
		¿Cuál es el escenario financiero esperado que se generara por la generación de capital y estabilidad de la empresa en el mercado?		Realizar un análisis financiero para determinar la viabilidad de la ejecución de este nuevo servicio para la empresa Zero Variance Quality Analytics	Estudio financiero	

Fuente: Elaboración propia

### 5.2.1 Operacionalización de las variables

Variable dependiente: Viabilidad de la creación de Call Center para el cliente.

Variabes independientes: Análisis de mercado, estudio técnico y evaluación económica.

Tabla 5. 2 *Conceptualización de variables*

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Indicador
Estudio de mercado	Es una iniciativa elaborada dentro de las estrategias de marketing que realizan las empresas cuando pretenden estudiar y conocer una actividad económica en concreto. (Quiroa, 2020)	El Estudio de mercado nos permite realizar un estudio y análisis de que tan viable puede lograr ser un proyecto, donde la base de esto es reuniendo información de todo tipo relacionada al proyecto.	Clientes
Estudio Financiero	Es el estudio e interpretación de la información contable de una empresa u organización con el fin de diagnosticar su situación actual y proyectar su desenvolvimiento futuro. (Quiroa, 2020)	Se pretende analizar la viabilidad del proyecto, basándose en los recursos económicos que posee la empresa. Con la rentabilidad económica que el proyecto pretende realizar se podrá determinar si es viable o no.	Análisis de viabilidad del proyecto
Estudio Operativo	Este aspecto evalúa si la infraestructura técnica que posee la empresa puede responder de manera favorable y eficiente, donde también se relaciona con el personal que tiene que realizar el proyecto. (Quiroa, 2020)	Nos permitirá identificar como funcionara el proyecto y verificar que técnica se realizará en la prestación de servicio, en donde se establece también el tamaño, localización del proyecto, las instalaciones necesarias y la organización que se tenga para poder ofrecer dicho servicio, así como el recurso humano del mismo.	Costos de Inversión

Fuente: Elaboración propia

### 5.2.2 Hipótesis

Para esta investigación se determinó realizar la hipótesis de investigación y la hipótesis nula con el fin de verificar la viabilidad de esta.

Hi: La ejecución del servicio del Call Center para la empresa Zero Variance Quality Analytics es viable porque obtiene un ROI mayor que 100.0%.

Ho: La ejecución del servicio del Call Center para la empresa Zero Variance Quality Analytics no es viable porque obtiene un ROI menor que 100.0%.

### **5.3 Enfoque y métodos**

La presente investigación tendrá durante su desarrollo un enfoque mixto puesto que este se desarrollará con un enfoque cualitativo y cuantitativo. Siendo el método cuantitativo el de mayor predominancia.

Según (Hernández, 2014) Los métodos mixtos básicamente son la integración sistemática de los enfoques Cualitativo y cuantitativo, para entender en un panorama completo del estudio que estamos realizando en cuanto al tema de investigación, estos pueden ser flexibles en cuanto a adaptación en la investigación.

Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (meta inferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2008) citado en (Hernández, 2014, p. 567)

Así mismo durante la investigación se analizarán datos por medio de métodos cualitativo como el ser el de la entrevista, como también analizar datos cualitativos de la investigación esto con la finalidad de responder a las interrogantes de la investigación. Esta investigación se realiza bajo el Enfoque Mixto Predominante Cuantitativo.

### **5.4 Alcance y diseño de la investigación**

Para llevar a cabo la investigación de la creación del Call Center para la empresa Zero Variance Quality en San Pedro Sula se está basando en un enfoque Mixto Predominante cuantitativo, y el diseño de la investigación será no experimental-Transversal puesto que los datos de la investigación se recolectan en un solo momento así mismo se describirá el fenómeno a estudiar analizando los datos de tendencias y preferencias en la ciudad de San Pedro sula para ello

se hará uso del estudio técnico, de mercado y el estudio financiero para el desarrollo del mismo.



Figura 5. 1 Enfoque mixto

En la figura 5.1 se observa que el proyecto de viabilidad para la creación del Call Center de la empresa Zero Variance Quality de San Pedro Sula. El cual está basado en un enfoque mixto predominando por el enfoque cuantitativo.

#### Enfoque Cuantitativo:

Este enfoque es un paradigma que se utiliza para recolectar datos y probar hipótesis en las investigaciones para la medición numérica y análisis estadístico. Así mismo este enfoque por medio de muestras para comprobar una teoría en el caso de la presente investigación aplicada a entrevistas para poder analizar los comportamientos de un cliente específico y de los resultados obtenidos.

#### Enfoque Cualitativo:

Este enfoque asume una realidad subjetiva realizando un análisis profundo de la realidad estudiada.

La investigación cualitativa asume una realidad subjetiva, dinámica y compuesta por multiplicidad de contextos. El enfoque cualitativo de investigación privilegia el análisis profundo y reflexivo de los significados subjetivos e intersubjetivos que forman parte de las realidades estudiadas. (Mata, 2019)

### 5.4.1 Población

Es el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación. "El universo o población puede estar constituido por personas, animales, registros

médicos, los nacimientos, las muestras de laboratorio, los accidentes viales entre otros" (Pineda et al, 1994) citado en (Lopez, 2004)

Al tratarse de un proyecto de viabilidad donde el cliente está determinado y es nuestro objeto de estudio para desarrollar el proyecto se considerará el mismo como la población.

#### **5.4.2 Muestra**

El cliente será la muestra para la presente investigación. La muestra este está definido al igual que la población, y por esta razón el estudio está delimitado al cliente.

#### **5.4.3 Unidad de análisis**

Se hará el análisis mediante la entrevista al representante cliente final, quien ha pactado la creación de la demanda del servicio del Call Center a la empresa Zero Variance Quality.

#### **5.4.4 Unidad de respuesta**

La unidad de respuesta será el resultado final obtenido de la entrevista brindada por el cliente sobre en la muestra que se presentó anteriormente. La entrevista ayudara a analizar y medir la aceptación del cliente con el proyecto.

### **5.5 Técnicas e instrumentos aplicados**

#### **5.5.1 Técnicas**

##### Entrevista

Para Denzin y Lincoln (2005) la entrevista es “una conversación, es el arte de realizar preguntas y escuchar respuestas”. Como técnica de recogida de datos, está fuertemente influenciada por las características personales del entrevistador. Esta definición, demasiado genérica y poco operativa, incluye cualquier encuentro entre dos personas, un investigador y su entrevistado, en el que el investigador hace preguntas que pueden ir desde las encuestas de opinión o los cuestionarios, es decir, instrumentos altamente estructurados, y las entrevistas abiertas donde es posible, incluso, que el investigador sea preguntado e interpelado por el informante. En investigación cualitativa la entrevista no se basará en cuestionarios cerrados y altamente estructurados, aunque se puedan utilizar, sino en entrevistas más abiertas cuya máxima expresión es la entrevista cualitativa en profundidad, donde no sólo se mantiene una conversación

con un informante, sino que los encuentros se repiten hasta que el investigador, revisada cada entrevista, ha aclarado todos los temas emergentes o cuestiones relevantes para su estudio. (p. 643).

La entrevista a realizar será una abierta o no estructurada. Taylor y Bogdan entienden la entrevista en profundidad como reiterados encuentros cara a cara entre el entrevistador y los informantes, dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto de sus vidas, experiencias o situaciones, tal y como las expresan con sus propias palabras.

En este tipo de entrevistas el investigador es el instrumento de la investigación y no el protocolo o formulario de la entrevista. Su rol implica no sólo obtener respuestas, sino también aprender qué preguntas hacer y cómo hacerlas. Requiere de muchos encuentros con los informantes, el avance es muy lento, trata de aprender lo que es importante para los informantes antes de enfocar los intereses de la investigación. La historia de vida o la autobiografía sociológica utilizan este tipo de entrevista. Y en todos los casos los investigadores establecen rapport (relación de intimidad, sintonía o comprensión) con los informantes gracias a los repetidos encuentros que tienen (Taylor y Bogdan 1984).

## **5.5.2 Instrumentos**

Hernández, (2010) Afirma: “En la investigación disponemos de diversos tipos de instrumentos para medir las variables de interés y en algunos casos llegan a combinarse varias técnicas de recolección de los datos” (p. 217).

### **5.5.2.1 Cuestionarios**

Hernández, (2010) Afirma: “Conjunto de preguntas respecto de una o más variables que se van a medir. Los cuestionarios se utilizan en encuestas de todo tipo. Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir, debe ser congruente con el planteamiento del problema e hipótesis.” (p. 140). Definir que es un cuestionario y explicar qué tipo de preguntas se van a utilizar.

## 5.6 Fuentes de información

Hernández, (2010) Afirma: “Una fuente de información es todo aquello que nos proporciona datos para reconstruir hechos y las bases del conocimiento. Las fuentes de información son un instrumento para el conocimiento, la búsqueda y el acceso de a la información” (p.187).

Las fuentes de información son herramientas que sirven para buscar y obtener información adecuada para llevar a cabo una previa del documento de investigación. Durante el desarrollo de la presente investigación se utilizaron diferentes tipos de recursos como ser fuentes primarias y secundarias. Con esto se logró obtener información más a fondo sobre la investigación que se realizó.

### 5.6.1 Fuentes primarias

Hernández, (2010), Afirma: “Contienen información original es decir son de primera mano, son el resultado de ideas, conceptos, teorías y resultados de investigaciones. Contienen información directa antes de ser interpretada, o evaluado por otra persona” (p. 144) En representación de Zero Variance Quality se hará una entrevista al cliente con el que se pactó la relación laboral y el convenio de apertura del Call Center. Dado que la relación es existente entre ambas partes se hará una entrevista de preguntas abiertas y donde se obtendrán las expectativas y las necesidades del cliente.

### 5.6.2 Fuentes secundarias

Hernández, (2010), Afirma: “Son las que ya han procesado información de una fuente primaria. El proceso de esta información se pudo dar por una interpretación, un análisis, así como la extracción y reorganización de la información de la fuente primaria” (p. 197).

A continuación, se enumeran las fuentes secundarias más importantes utilizadas para esta investigación:

1. Libro de Evaluación de proyectos de Baca (2010)
2. Libro de metodología de investigación de Hernández, (2010)
3. Páginas webs oficiales, artículos de investigación y periódicos nacionales.

4. Ley del empleo por hora publicación de la Gaceta Decreto Legislativo No. 230-2010

### **5.7 Limitantes del proyecto y la investigación**

El presente trabajo de investigación se vio limitado por los siguientes aspectos:

- a) Ausencia de reuniones presenciales
- b) Políticas de confidencialidad
- c) Políticas de PCI
- d) Establecimiento de fechas límites para inicio de operaciones y periodo de gracia.

## 5.8 Cronología del trabajo

Tabla 5. 3 *Preparación para la creación de call center primer quincena*

Nombre de la tarea	Fecha de inicio	Fecha de finalización	Asignado	Estado	01.05.2021	02.05.2021	03.05.2021	04.05.2021	05.05.2021	06.05.2021	07.05.2021	08.05.2021	09.05.2021	10.05.2021	11.05.2021	12.05.2021	13.05.2021	14.05.2021	15.05.2021
<b>Desarrollo de TESIS</b>	01.05.2021	21.06.2021	Rene	En progreso															
Selección del tema y selección de proyecto	01.05.2021	10.05.2021	Rene	Terminado															
Planteamiento del Problema	01.05.2021	10.05.2021	Rene	Terminado															
Establecimiento de Objetivos	01.05.2021	10.05.2021	Rene	Terminado															
Desarrollo del Marco Teórico	10.05.2021	17.05.2021	Rene	Terminado															
Desarrollo de la metodología	17.05.2021	24.05.2021	Rene	Terminado															
Resultados y análisis	24.05.2021	13.06.2021	Rene	En progreso															
Recomendaciones, Conclusiones y lecciones	13.06.2021	21.06.2021	Rene	Abierto															
Defensa de Tesis	28.06.2021	02.07.2021	Rene	Abierto															
<b>Preparación para la Creación del Call Center</b>																			

Continua

Nombre de la tarea	Fecha de inicio	Fecha de finalización	Asignado	Estado	16.05.2021	17.05.2021	18.05.2021	19.05.2021	20.05.2021	21.05.2021	22.05.2021	23.05.2021	24.05.2021	25.05.2021	26.05.2021	27.05.2021	28.05.2021	29.05.2021	30.05.2021
<b>Desarrollo de TESIS</b>	01.05.2021	21.06.2021	Rene	En progreso															
Selección del tema y selección de proyecto	01.05.2021	10.05.2021	Rene	Terminado															
Planteamiento del Problema	01.05.2021	10.05.2021	Rene	Terminado															
Establecimiento de Objetivos	01.05.2021	10.05.2021	Rene	Terminado															
Desarrollo del Marco Teórico	10.05.2021	17.05.2021	Rene	Terminado															
Desarrollo de la metodología	17.05.2021	24.05.2021	Rene	Terminado															
Resultados y análisis	24.05.2021	13.06.2021	Rene	En progreso															
Recomendaciones, Conclusiones y lecciones	13.06.2021	21.06.2021	Rene	Abierto															
Defensa de Tesis	28.06.2021	02.07.2021	Rene	Abierto															
<b>Preparación para la Creación del Call Center</b>																			

Continua

Nombre de la tarea	Fecha de inicio	Fecha de finalización	Asignado	Estado	31.05.2021	01.06.2021	02.06.2021	03.06.2021	04.06.2021	05.06.2021	06.06.2021	07.06.2021	08.06.2021	09.06.2021	10.06.2021	11.06.2021	12.06.2021	13.06.2021	14.06.2021	15.06.2021
					<b>Desarrollo de TESIS</b>	01.05.2021	21.06.2021	Rene	En progreso											
Selección del tema y selección de proyecto	01.05.2021	10.05.2021	Rene	Terminado																
Planteamiento del Problema	01.05.2021	10.05.2021	Rene	Terminado																
Establecimiento de Objetivos	01.05.2021	10.05.2021	Rene	Terminado																
Desarrollo del Marco Teórico	10.05.2021	17.05.2021	Rene	Terminado																
Desarrollo de la metodología	17.05.2021	24.05.2021	Rene	Terminado																
Resultados y análisis	24.05.2021	13.06.2021	Rene	En progreso																
Recomendaciones, Conclusiones y lecciones	13.06.2021	21.06.2021	Rene	Abierto																
Defensa de Tesis	28.06.2021	02.07.2021	Rene	Abierto																
<b>Preparación para la Creación del Call Center</b>																				

Continua

Nombre de la tarea	Fecha de inicio	Fecha de finalización	Asignado	Estado	16.06.2021	17.06.2021	18.06.2021	19.06.2021	20.06.2021	21.06.2021	22.06.2021	23.06.2021	24.06.2021	25.06.2021	26.06.2021	27.06.2021	28.06.2021	29.06.2021	30.06.2021	
					<b>Desarrollo de TESIS</b>	01.05.2021	21.06.2021	Rene	En progreso											
Selección del tema y selección de proyecto	01.05.2021	10.05.2021	Rene	Terminado																
Planteamiento del Problema	01.05.2021	10.05.2021	Rene	Terminado																
Establecimiento de Objetivos	01.05.2021	10.05.2021	Rene	Terminado																
Desarrollo del Marco Teórico	10.05.2021	17.05.2021	Rene	Terminado																
Desarrollo de la metodología	17.05.2021	24.05.2021	Rene	Terminado																
Resultados y análisis	24.05.2021	13.06.2021	Rene	En progreso																
Recomendaciones, Conclusiones y lecciones	13.06.2021	21.06.2021	Rene	Abierto																
Defensa de Tesis	28.06.2021	02.07.2021	Rene	Abierto																
<b>Preparación para la Creación del Call Center</b>																				

Continua

Nombre de la tarea	Fecha de inicio	Fecha de finalización	Asignado	Estado	01.07.2021	02.07.2021	03.07.2021	04.07.2021	05.07.2021
<b>Desarrollo de TESIS</b>	01.05.2021	21.06.2021	Rene	En progreso					
Selección del tema y selección de proyecto	01.05.2021	10.05.2021	Rene	Terminado					
Planteamiento del Problema	01.05.2021	10.05.2021	Rene	Terminado					
Establecimiento de Objetivos	01.05.2021	10.05.2021	Rene	Terminado					
Desarrollo del Marco Teórico	10.05.2021	17.05.2021	Rene	Terminado					
Desarrollo de la metodología	17.05.2021	24.05.2021	Rene	Terminado					
Resultados y análisis	24.05.2021	13.06.2021	Rene	En progreso					
Recomendaciones, Conclusiones y lecciones	13.06.2021	21.06.2021	Rene	Abierto					
Defensa de Tesis	28.06.2021	02.07.2021	Rene	Abierto					
<b>Preparación para la Creación del Call Center</b>									
Reunión Inicial									
Entrevista									
Desarrollo de pautas contratación									
Preparación de equipo									
Entrevistas colaboradores									
Entrenamiento									
Distribución de oficinas									
Graduación									
Periodo de nesting									
Inicio de producción									
Lecciones aprendidas									

Fuente: Elaboración propia

## **CAPÍTULO VI RESULTADOS Y ANÁLISIS**

### **6.1 Análisis de mercado**

En este apartado se analizarán los resultados obtenidos a partir de la entrevista con el cliente. Todo sobre el servicio, así como las necesidades, precio, oferta y demanda.

#### **6.1.1 Descripción del servicio**

Assurant es una empresa de seguros móviles que tiene alianza con las más grandes compañías telefónicas de Norte América. Para ellos el servicio al cliente y la relación Business 2 Customer y Consumer es lo más importante.

El proceso de reclamación es sencillo. El cliente compra un servicio de protección móvil mensual cargado a su factura de telefonía post pago. Cuando a este dispositivo le ocurre un incidente por desperfecto técnico, daño físico, pérdida o robo el seguro se encarga de lo demás.

El cliente al momento de ocurrir el incidente llamará por teléfono a la aseguradora y describirá los acontecimientos. El representante telefónico mediante preguntas y validación en un sistema llevara a cabo la creación del reclamo hasta su autorización final.

Una vez obtenida la razón de la llamada por el cliente, el Agente procederá a obtener la información de quien llama, validará la cuenta del número de teléfono móvil, obtendrá información para la validación de la cuenta, obtendrá una dirección de envío, verificará que el reclamo no tenga inconsistencias y procederá a autorizar el mismo.

También se ofrece seguimiento de reclamos. En donde el cliente aún tiene algún asunto pendiente en su reclamo. El agente primero validara el numero móvil, luego la validación de la cuenta, verificar cambios al reclamo para finalizar con la ayuda del propósito de la llamada, informando sobre el estatus, la denegación y/o la autorización de este.

#### **6.1.2 Modelo de negocio**

A continuación, se presenta el modelo de negocio del servicio del Call Center para la empresa Zero Variance Quality, esto con el fin de tener más claridad con el desarrollo del negocio en representación del cliente.

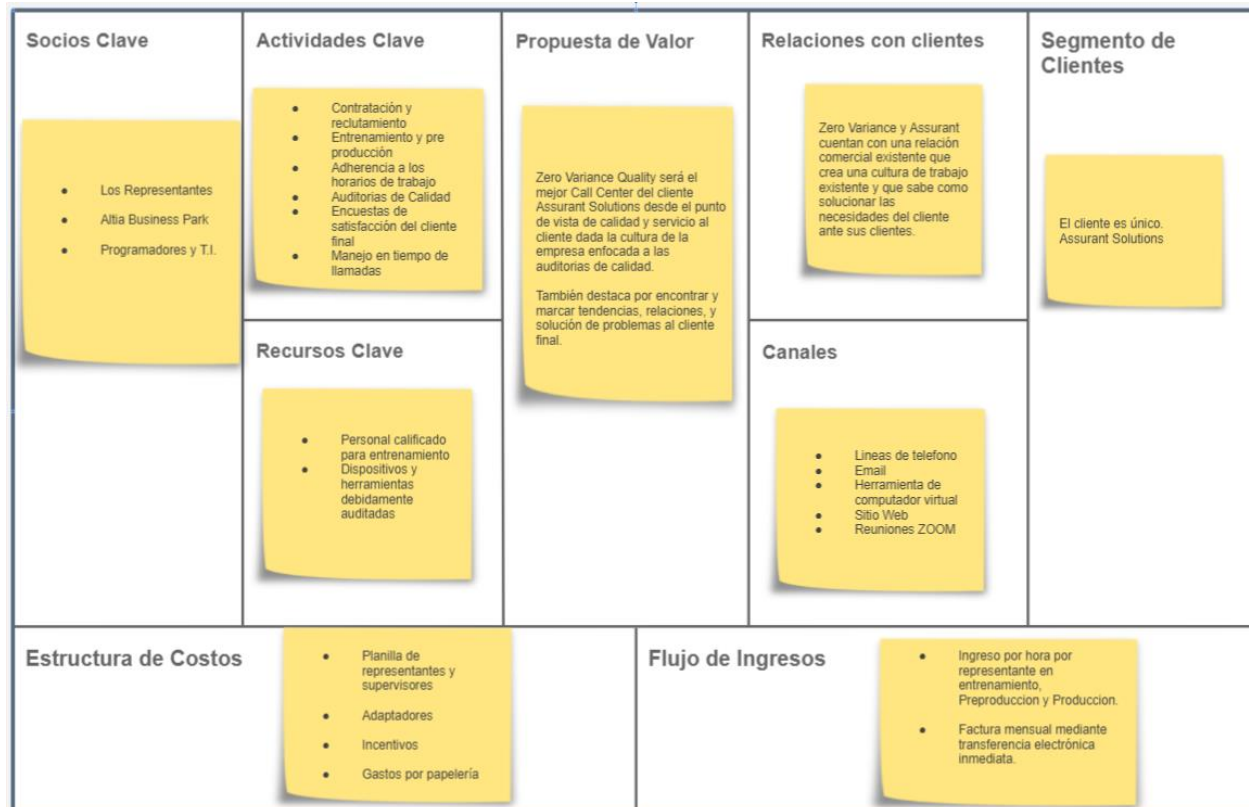


Figura 6. 1 Modelo de Negocio Call Center para Zero Variance Quality.

Fuente: Elaboración propia

### 6.1.3 Análisis del consumidor

La expectativa general del cliente para Zero Variance Quality es que se cumplan el total de la demanda en horas de llamadas mes a mes.

Para realizar el análisis de la demanda se ha utilizado como dato inicial un total de 2,970 horas al mes iniciando en julio 202. Tomado de la entrevista realizada al cliente en base a estadísticas de bases históricas y requerimientos para nuevas empresas tercerizadas de Call Center.

La proyección de la demanda se ha hecho a doce meses porque así se pretende iniciar el contrato. El cliente también ha proporcionado el crecimiento para los meses venideros siendo el 50% para noviembre, 33% marzo y 25% en julio 2022.

A continuación, se puede observar la tabla del cálculo de la proyección de la demanda conforme a los resultados obtenidos en dicha entrevista.

Tabla 6. 1 *Proyección de la demanda para los meses de julio a diciembre 2021*

Crecimiento %					50%	
Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Horas por mes	270	270	270	270	270	270
Total demanda en horas	2,970	2,970	2,970	2,970	5,940	5,940

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6. 2 *Proyección de la demanda para los meses de enero a julio 2022*

Crecimiento %			33%				25%
Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
Horas por mes	270	270	270	270	270	270	270
Total demanda en horas	5,940	5,940	8,910	8,910	8,910	8,910	11,880

Fuente: Elaboración propia

El cálculo de las horas se hace a partir de 9 horas por día en un periodo calendario mensual de 30 días. El número inicial dado es de 2,970 y para calcular el crecimiento del año uno solo se multiplicó por el porcentaje de crecimiento de los meses. Dando un total de 83.160 horas para el primer año de trabajo, el cual sería la duración de la propuesta de contrato.

#### 6.1.4 Análisis del precio

En base a los resultados de la entrevista los pagos corresponden a la cantidad de horas trabajadas durante el mes. Conforme a la demanda de horas establece que es efectivo el pago de \$17.50 por hora laboral.

Con base a la información de la demanda y el precio proyecto se obtiene los siguientes ingresos por venta de servicio.

Tabla 6. 3 *Ingresos por venta proyectados de julio a diciembre 2021*

Mes	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Total demanda en horas	2,970	2,970	2,970	2,970	5,940	5,940
Precio	17.50	17.50	17.50	17.50	17.50	17.50
Ingresos por venta USD	51,975.00	51,975.00	51,975.00	51,975.00	103,950.00	103,950.00
Tipo de cambio	24.17	25.17	26.17	27.17	28.17	29.17
Ingresos por Venta HNL	1,256,235.75	1,308,210.75	1,360,185.75	1,412,160.75	2,928,271.50	3,032,221.50

Se ha multiplicado el precio por la cantidad de horas demandas, a su vez una tasa de cambio para obtener el ingreso mensual en Lempiras.

Tabla 6. 4 *Ingresos por venta proyectados de enero a julio 2022*

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
Total demanda en horas	5,940	5,940	8,910	8,910	8,910	8,910	11,880
Precio	17.50	17.50	17.50	17.50	17.50	17.50	17.50
Ingresos por venta USD	103,950.00	103,950.00	155,925.00	155,925.00	155,925.00	155,925.00	207,900.00
Tipo de cambio	30.17	31.17	32.17	33.17	34.17	35.17	36.17
Ingresos por Venta HNL	3,136,171.50	3,240,121.50	5,016,107.25	5,172,032.25	5,327,957.25	5,483,882.25	7,519,743.00

Fuente: Elaboración propia

Se ha multiplicado el precio por la cantidad de horas demandas, a su vez una tasa de cambio para obtener el ingreso mensual en Lempiras.

## 6.2 Estudio operativo

### 6.2.1 Localización

Zero Variance Quality Analytics está ubicada en el Km. 1 Boulevard carretera a Armenta. En el edificio de Altia Business Park en la Torre 1 nivel 9 y Torre 3 lobby.

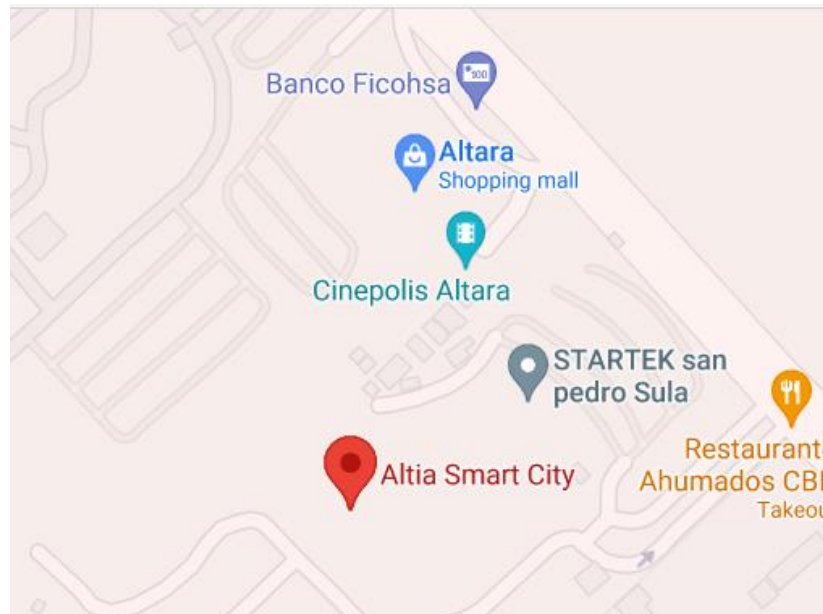


Figura 6. 2 Localización de Zero Variance Quality en Altia Business Park

Fuente: Google Maps, (2021)

Zero Variance Quality Analytics cuenta con espacio disponible para cubrir la demanda del primer año ya que la empresa es existente y renta espacio en el parque desde hace diez años.

### 6.2.2 Análisis del tamaño

En este apartado se da a entender el tamaño del local, la distribución de los espacios para realizar el trabajo de servicio y la planificación de la operación y el mobiliario del equipo a requerir.

#### 6.2.2.1 Distribución del local

El equipo de trabajo estará ubicado el piso 9 de la Torre 1 de Altia Business Park con la distribución dirigida y detallada en la figura a continuación.

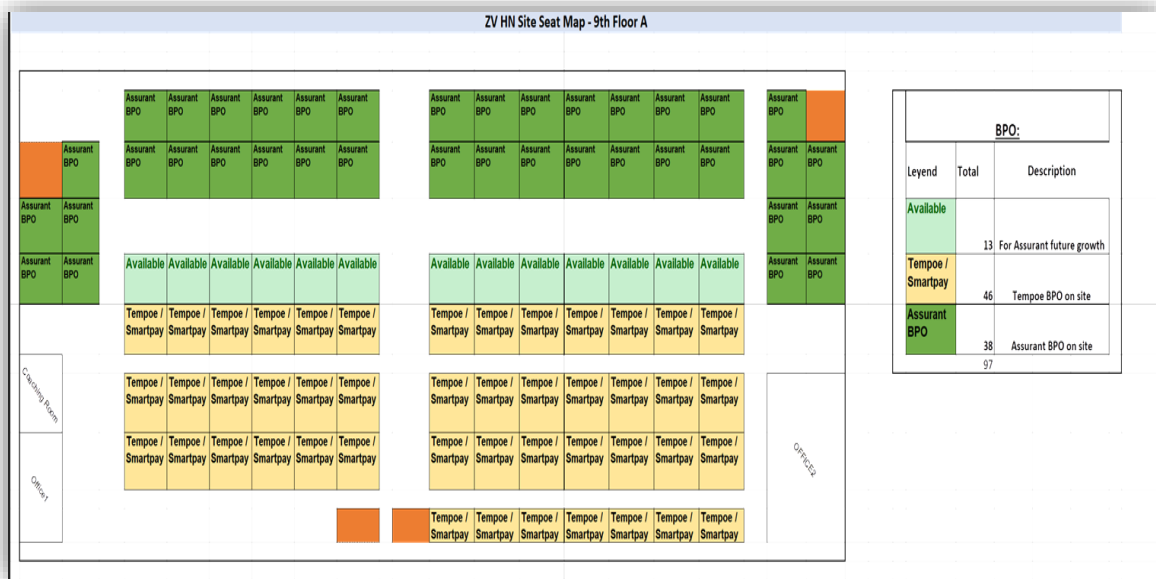


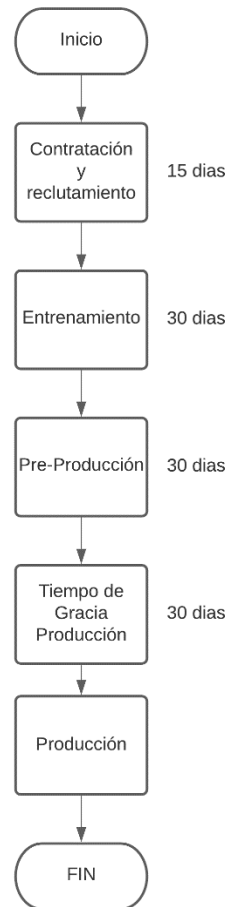
Figura 6. 3 Distribución de los colaboradores en Nivel 9 Torre 1, con proyección de demanda.

Fuente: Elaboración propia

Todos los cuadros en verde oscuro y verde claro pertenecen a la línea de negocio del Center que incluye la proyección de la demanda y crecimiento conforme, así como los espacios para el personal de supervisión o administrativo, que incluye un supervisor por cada 11 colaboradores.

### 6.2.2.2 Planificación del servicio

A continuación, se describirá la planificación del proceso del servicio hasta culminar con la producción e inicio de operaciones de los colaboradores sin periodo de gracia por parte del cliente.



*Figura 6. 4* Diagrama de flujo del proceso de inicio de operaciones.

Fuente: Elaboración propia

- a) **Contratación y reclutamiento:** Luego de la firma del contrato convenio entre Zero Variance y Assurant se procede a la contratación y reclutamiento del personal a elegir para representar al cliente en el Call Center. La contratación de inicio por referencias de colaboradores existentes, redes sociales. Una vez elegidos hacen exámenes de ingresos, una preentrevista con RRHH y luego a la entrevista final con el ejecutivo de cuenta.
- b) **Entrenamiento:** Una vez seleccionado el total de los candidatos se procede al entrenamiento que consta de 4 semanas o 30 días y en él se explica todos los procesos del manejo de los reclamos paso a paso, como también las expectativas del nivel de servicio al cliente. La capacitación y el entrenamiento por primera vez, es dada por un entrenador

certificado del cliente de manera virtual en compañía del entrenador experto de parte de la compañía Zero Variance.

c) **Preproducción:** En la preproducción se da inicio al manejo de llamadas. Se comienzan a establecer los parámetros de trabajo y los representantes dan el inicio de lo aprendido en el entrenamiento. Aquí comienza la parte en vivo, donde se reciben llamadas de clientes reales y una vez finalizados se le da la retroalimentación correspondiente a cada uno. En este proceso existe la posibilidad de rotar personal conforme al rendimiento de quien se contrató originalmente.

d) **Tiempo de Gracia:** El tiempo de gracia es prácticamente el inicio de la producción real. Sin embargo, en este periodo no se consideran las métricas o KPIs establecidos por el cliente. La expectativa interna es que para este periodo ya se puedan ir alcanzando cada una de las métricas.

e) **Producción:** Aquí se termina el proceso de la planificación del servicio. Es esperado que los indicadores de rendimiento estén cumplidos y los colaboradores ya se consideran expertos en el manejo de los reclamos.

### **6.2.2.3 Métricas clave**

Los KPIs o métricas claves se obtuvieron en la entrevista con el cliente. Tales métricas serán evaluadas directamente por el cliente obtenidos mediante los sistemas del teléfono virtual y las auditorías que sus colaboradores de calidad evalúen sobre los nuestros.

Las métricas consisten en:

a. **Calidad:** Esta se obtiene de llamadas que son grabadas por el teléfono virtual y luego son asignadas de manera aleatoria a un analista de calidad. El analista de calidad mediante la escucha de la grabación determinara si la llamada cumple con los requisitos de un reclamo y a su vez con el nivel de servicio que satisface a cliente. El formulario se divide en dos partes. La experiencia del cliente brindada por el asesor y la parte de cumplimiento de los requisitos del reclamo. El formulario de calidad está determinado mediante una página web y el score más alto es 5 estrellas y el más bajo es 0.0.

Load Recording

ASSURANT®

## Evaluation No. 1187661

<b>Eval Date:</b>		<b>Score:</b>	<b>5.00 ★</b>
<b>Form:</b>		<b>Status:</b>	Final
<b>Site:</b>		<b>Vendor:</b>	
<b>Agent:</b>		<b>Supervisor:</b>	
<b>Call Type:</b>	General	<b>Analyst:</b>	
<b>Claim Number:</b>		<b>Call Date:</b>	
<b>Record ID:</b>		<b>Call Time:</b>	05:33:39
		<b>Carrier:</b>	T-Mobile

**Comments**

Phone: [redacted] Claim: [redacted] Reason: CCI called to file a new claim, the agent validated the account and sent an EZPass.

Figura 6. 5 Imagen de formulario de auditoria de calidad.

Fuente: Assurant (2021)

b. Tiempo en llamadas (AHT): Este valor se obtiene del promedio de la duración de las llamadas por representante. Su valor meta es 9 minutos y 30 segundos y se obtiene directamente de los datos que resultan de los teléfonos. No significa que cada llamada debe durar este tiempo sin embargo el rendimiento diario, semanal y mensual debe ser el establecido.

c. Encuestas de satisfacción: Esta se obtienen de la calificación que los clientes finales (el cliente del cliente/asegurado) le da al representante y a la compañía al final de cada una de las llamadas. El representante está en la obligación de transferir al cliente al mensaje de cierre y la breve encuesta. De aquí se determina los niveles de servicio al cliente del individuo y del negocio. Estos resultados los obtiene el cliente directamente de las grabaciones virtuales y sistema automático de reconocimiento de voz.

d. Adherencia de horarios: Este número refleja el tiempo de utilización que el representante le da a los teléfonos. El tiempo total de conexión, El respeto a los horarios de ingreso, descansos, horas de almuerzo, entrenamiento, sesiones de retroalimentación y sus horas de salida. Entre mejor se maneje los horarios establecidos para cada particular más alto es el nivel de adherencia del representante. Al igual que el tiempo en llamadas este se obtiene de parte del cliente mediante los datos reflejados por el teléfono virtual.

#### 6.2.2.4 Capacidad instalada

En este apartado se va a calcular la capacidad que tiene un colaborador para recibir cierta cantidad de llamadas al día, incluyendo los tiempos de descanso, tiempo de almuerzo y sesiones de entramiento y o de retroalimentación. Con base a estos resultados se van a determinar la cantidad de colaboradores a requerir conforme a la demanda proyectada.

$$\text{Capacidad Instalada} = \frac{10.5 \times 60}{9.5} \quad (I)$$

Para calcular la capacidad instalada por colaborador día, se ha multiplicado la cantidad de horas laborables por 60 min en una hora. Esto dividido entre los minutos promedio de duración de una llamada siendo 9.5 minutos dando un total de 66 llamadas diarias. Sin embargo, esta capacidad instalada tiene restricciones operativas que están constituidas por la hora de almuerzo y dos recesos de 15 minutos cada uno. Esto reduce las horas laborables efectivas a 9 horas por día. Que dan un total de 57 llamadas diarias.

Para calcular el requerimiento de recurso humano se ha dividido la cantidad de horas demandada por parte del cliente entre las 9 horas laborales efectivas de un colaborador, dando como resultado 11 colaboradores para los primeros 4 meses, 22 colaboradores para los siguientes 4 meses, 33 colaboradores para los siguientes 4 meses y 44 colaboradores para final del año. Esto solo para la recepción de llamadas. Adicional la contratación de un supervisor por cada 11 representantes.

#### 6.2.2.5 Mobiliario y equipo

La empresa cuenta con suficiente mobiliario y equipo. Las 48 computadoras, teclados, monitores, ratón, conectores y audífonos ya están en existencia dentro de la empresa. La única inversión efectiva es la compra de 25 adaptadores para los auriculares en requerimiento. El sistema donde se conducirán las llamadas y se iniciaran los reclamos pertenecen al cliente y ellos estarán a cargo de brindar los usuarios y los teléfonos virtuales conforme a las necesidades.

Tabla 6. 5 *Cotización de compra de adaptadores.*

Descripción	Cantidad	Precio	Total	Cambio	Total HNL
Adaptador de procesador de audio	25	\$ 58.87	\$ 1,471.75	L 24.1877	L 35,598.25

Fuente: Redes y comunicaciones de Honduras (2021)

La tabla anterior contiene información sobre la cotización de la compra de adaptadores restantes para cumplir con los requerimientos de los auriculares. Ver cotización en anexo #2.

### 6.2.3 Organización humana

En este apartado se muestra el organigrama para el servicio de Call Center y los perfiles de puesto con sus salarios.

#### 6.2.3.1 Organigrama

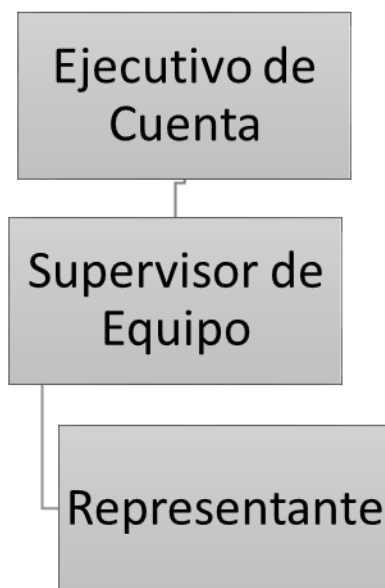


Figura 6. 6 Organigrama para la cuenta del Call Center.

Fuente: Elaboración propia

El Ejecutivo de Cuenta es un puesto que es existente dentro de la empresa y forma parte del departamento administrativo de la misma. Ellos son los encargados de manejar la relación con los clientes y no solamente mantienen una línea de negocio sino varias.

El Supervisor de Equipo es quien estará a cargo de los representantes telefónicos. Este reportara al Ejecutivo de cuenta. El supervisor también liderará a los representantes y estará a cargo de los cumplimientos de las métricas día, semanal y mensual.

El representante de teléfono es quien hará el trabajo directo, tomara las llamadas que se recibirán y estará a cargo de dar el servicio al cliente y seguimiento de los reclamos.

Para la carga de la planilla se adjunta la proyección del personal a requerir para el primer año de operaciones.

Tabla 6. 6 *Proyección de personal.*

Cargo	Salario por hora	Julio	Noviembre	Marzo	Julio
Supervisor	179.58	1	2	3	4
Representantes	66.53	11	22	33	44
<b>Total</b>	<b>246.11</b>	<b>12.00</b>	<b>24.00</b>	<b>36.00</b>	<b>48.00</b>

En este punto es importante aclarar que el cliente no paga las horas laboradas por el supervisor, sino que es un gasto administrativo de Zero Variance.

### 6.2.3.2 Perfil de Puestos

A continuación, se describirá cada uno de los perfiles de puestos para los que se harán las contrataciones previo al inicio del servicio.



### REPRESENTANTE TELEFÓNICO

Reporta a: Supervisor de Equipo  
Clasificación: No exento

Departamento: Operaciones

### Resumen de la posición:

Los agentes de primera línea se comunican con los clientes a través de llamadas en vivo o chat para responder preguntas, resolver problemas y solucionar problemas. Dado que funcionan en la primera línea del servicio al cliente, es importante que los agentes se sientan cómodos comunicándose directamente con los clientes. Se requiere que los caballeros tengan buenas habilidades para hablar, leer y servicio al cliente.

### FUNCIONES ESENCIALES:

- a) Recibir y responder puntualmente a las consultas de los clientes: responder a los clientes con prontitud. Escuche y entienda las necesidades del cliente antes de seguir los procesos documentados en Brújula con el fin de resolver el problema o responder a la pregunta.
- b) Problemas y resoluciones de documentos: de acuerdo con las directrices de Compass
- c) Estar al tanto de las actualizaciones en Compass: con el fin de ayudar a los clientes de la manera más eficaz posible, los agentes deben hacer un esfuerzo para mantenerse al día sobre todos los productos y servicios que ofrece nuestro cliente y comprobar regularmente si hay actualizaciones.
- d) Desarrollar soluciones de servicio al cliente: Como el primer punto de contacto de la organización con sus clientes, se puede pedir a los agentes que hagan sugerencias sobre cómo la organización puede mejorar su servicio al cliente. Por lo tanto, los agentes deben realizar un seguimiento de los patrones generales, las tendencias al comunicarse con los clientes.
- e) Mantener los destinos de KPI internos y externos.
- f) Identificar posibles errores del sitio web: Esté alerta de los errores del sitio web y otros problemas técnicos. Si los agentes reciben varias consultas sobre el mismo problema, deben informar del problema al supervisor de piso/administrador de cuenta para que lo remita a la parte correcta.

### **EDUCACIÓN Y EXPERIENCIA:**

1. Se prefiere la educación postsecundaria.
2. Se requiere diploma de escuela secundaria o equivalente.
3. Experiencia previa del centro de llamadas preferida

### **PRERREQUISITOS:**

Los agentes deben poseer:

1. Habilidades de comunicación escritas y verbales suficientes para comunicarse eficazmente de una manera clara y concisa con excelentes habilidades gramaticales
2. Habilidades de servicio al cliente

3. La capacidad de dirigirse a los clientes de una manera paciente y positiva, incluso cuando se enfrentan a problemas complejos o preguntas difíciles
4. La capacidad de encontrar una solución con calma y eficiencia cuando se le presenta un problema, incluso si el cliente está impaciente o descontento
5. Habilidades de mecanografía competentes y precisas: una velocidad mínima de escritura de 50 palabras por minuto.
6. La capacidad de realizar múltiples tareas, incluyendo la asistencia a múltiples clientes a través de chats separados al mismo tiempo y la capacidad de trabajar a través de varios problemas simultáneamente. Esto incluye responder a las preguntas de los clientes, investigar la actividad de la reclamación y las notas, solucionar problemas, proporcionar documentación de ayuda de apoyo y cualquier número de otras tareas.
7. La confidencialidad es una necesidad.
8. Fluencia verbal y escrita en inglés y español

**SALARIO:**

El salario es de 66.53 lempiras por hora bajo la modalidad del Empleo por hora.

**Acuse de recibo**

Nombre: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_

**SUPERVISOR**

---

Reporta a: Equipo de Ejecutivo de Cuentas  
Clasificación: No exento

Departamento: Operaciones

---

**Resumen de la posición:**

El Supervisor del equipo es responsable de liderar un equipo de agentes de voz, y apoya al equipo de Ejecutivo de cuentas. Esta posición requiere un alto grado de conocimiento de los procesos y sistemas específicos del cliente, así como habilidades de liderazgo. El Supervisor del equipo debe tener un historial comprobado de rendimiento del equipo de conducción y cumplir consistentemente con todos los KPI internos y externos.

**FUNCIONES ESENCIALES:**

- a) Responsable de la gestión del rendimiento, incluido el establecimiento de objetivos y la revisión de los KPI
- b) Identificar las áreas de bajo rendimiento y desarrollar y ejecutar planes de acción para abordar y llevar el desempeño a la meta
- c) Proporciona dirección y comunicación diaria a los empleados para que los chats y las llamadas sean contestados de manera oportuna, eficiente y bien informada.
- d) Proporciona una evaluación continua de procesos y procedimientos. Responsable de sugerir métodos para mejorar las llamadas y KPI
- e) Proporciona retroalimentación estadística y de rendimiento y entrenamiento de forma regular a cada miembro del equipo.
- f) Participar en sesiones de calibración regulares (internas y externas) para garantizar la coherencia
- g) Escribe y administra revisiones de rendimiento para mejorar las habilidades
- h) Está disponible para los empleados que experimentan problemas laborales y / o personales que proporcionan coaching, asesoramiento, dirección y resolución adecuados
- i) Asegura que los empleados tengan la capacitación adecuada y otros recursos para realizar sus trabajos.
- j) Responde y resuelve los problemas de relaciones con los empleados expresados por los miembros del equipo con la asociación de Gestión de Cuentas y Recursos Humanos
- k) Crea y mantiene un ambiente de trabajo de alta calidad para que los miembros del equipo estén motivados para desempeñarse en su nivel más alto
- l) Aborda los problemas disciplinarios y/o de desempeño de acuerdo con la política de la empresa en asociación con la Administración de Cuentas y Recursos Humanos

- m) Prepara las advertencias y se comunica con eficacia con los empleados en las advertencias y toma decisiones eficaces/apropiadas en relación con la acción correctiva según lo requerido.
- n) Asiste al Gerente con la operación diaria del centro de llamadas para incluir el desarrollo de agentes y la implementación de programas de dotación de personal, capacitación y recompensa / reconocimiento.
- o) Comparte la responsabilidad continua de decidir cómo administrar a los empleados, asegurando que las llamadas y los chats se manejen de manera eficiente y efectiva.
- p) Establece procedimientos de trabajo y procesos que respaldan a la empresa y normas de operaciones, procedimientos y directrices estratégicas
- q) Utiliza el juicio apropiado en la comunicación ascendente con respecto a las operaciones, KSP o preocupaciones de los empleados
- r) Complete con precisión los informes y comentarios según los plazos asignados.
- s) Entiende el trabajo bajo presión y es una solución impulsada individualmente
- t) Revisión de WFM: administración en tiempo real del agente (descansos, cumplimiento de la programación, actividades fuera de línea) y revisión de volúmenes
- u) Trabaja con Recursos Humanos para garantizar que la nómina se complete con precisión y a tiempo sin falta
- v) Debe iniciar sesión para tomar 1 hora de llamadas cada semana
- w) Proporciona tutoría, apoyo y supervisión de analistas de soporte de cuenta asignados
- x) Está disponible para responder preguntas y tomar llamadas y chats escalados en asociación con los analistas de soporte de cuenta y otros Supervisores de equipo

#### **RESPONSABILIDADES ADICIONALES:**

1. Realiza otros deberes según lo asignado.
2. Viaje según sea necesario.

#### **EDUCACIÓN Y EXPERIENCIA:**

1. Se prefiere la educación postsecundaria.
2. Se requiere diploma de escuela secundaria o equivalente.

3. Mínimo de 1 año de experiencia previa, con rendimiento satisfactorio y experiencia con clientes.

### **REQUISITOS PREVIOS:**

1. Capacidad demostrada de las habilidades escritas y verbales de la comunicación suficientes comunicar conceptos, ideas, e información de una manera exacta, profesional y eficaz.
2. Capacidad demostrada de resolver y de mantener calidad y metas operacionales.
3. Atención demostrada al detalle según lo mostrado por la comunicación y la informática completas, exactas y cuidadosas.
4. Sentido probado de la propiedad y de la urgencia hacia su asignación y comportamiento del trabajo dentro de la compañía.
5. Capacidad para cumplir con todos los plazos internos y externos sin excepción.
6. Capacidad para controlar el seguimiento y buscar la resolución.
7. Debe ser un experto en la materia del cliente.
8. La habilidad para realizar múltiples tareas.
9. Debe ser proactivo y tomar la iniciativa como se evidencia en la posición actual a través de la comunicación de tendencias y retroalimentación.
10. Debe demostrarse como un miembro positivo del equipo.
11. Habilidades de Microsoft Office suficientes para procesar datos de forma precisa y oportuna según lo definido por los estándares del cliente o de la empresa.
12. Se requieren habilidades de organización fuertes, al igual que la capacidad de manejar muchas tareas a la vez, y la confidencialidad es una necesidad.
13. Debe mantener una tasa de asistencia del 98%.
14. Capacidad de ser flexible con la programación basada en los cambios en las horas de operación o las necesidades de programación según lo solicitado por ZV o el cliente.
15. Es posible que no tenga ninguna acción correctiva aplicable en el archivo o en curso relacionada con la calidad, la producción, la eficiencia y / o el cumplimiento de las políticas y procedimientos de la empresa.

### **SALARIO:**

El salario equivale a 179.58 lempiras por hora bajo la modalidad de Empleo por hora.

### **Acuse de recibo**

Nombre: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_

### **6.2.4 Organización jurídica**

Amparados en la ley del Empleo por hora bajo DECRETO No. 354-2013 de la Gaceta publicado el lunes 31 de marzo del 2014. Para el cual el Artículo 1 establece que el objeto de tal ley es el fomentar el empleo digno, mantener los puestos de trabajo y evitar el crecimiento del índice de desempleo y subempleo en el país, abriendo oportunidades de trabajo a la población desempleada. También bajo el Artículo 3 el cual establece que las partes pueden suscribir contratos de trabajo por horas o en medias jornadas ordinarias, diurnas, mixtas o nocturnas bajo las modalidades de por tiempo limitado; o para obra o servicios determinados.

En anexo #3 se puede encontrar un ejemplo de tal contrato de trabajo.

### **6.3 Análisis económico-financiero**

En este apartado se da a conocer la factibilidad económico financiero que pueda tener este proyecto, utilizando las técnicas de valuación de proyectos para la determinación de este.

#### **6.3.1 Supuestos económicos**

En la fase inicial se mencionan los supuestos económicos tomados en cuenta para la realización de los cálculos.

Tabla 6. 7 *Supuestos económicos*

Supuestos	Valor	%	Observaciones
Horizonte de evaluación	1 año		Duración del contrato con el cliente renovable según desempeño
Precio fijo	\$17.50		Establecido sin crecimiento para el año 1
Tasa de Impuesto Sobre la Renta		25%	
Tasa de Aportación Solidaria Temporal		5%	
Mobiliario y equipo			Disponible antes del proyecto, no se hizo inversión
Gastos preoperativos			No se incurre porque es empresa existente
Capital de trabajo			2 meses de operaciones
Tasa de Rendimiento requerida		25%	
Crecimiento de la demanda			50% después de los primeros cuatro meses, 33% los siguientes cuatro meses, 25% en el último mes
Renta de local			No se toma en cuenta ya que este espacio ya se estaba rentando, y esto incluye energía y agua potable
Pago de planilla			Bajo ley de pago por hora

En la tabla anterior se han presentado los supuestos financieros para el desarrollo del estudio económico y financiero.

### 6.3.2 Inversión Inicial

Para la inversión inicial de este nuevo servicio solamente se ha incurrido en el capital de trabajo de dos meses de operaciones. En la tabla siguiente se detalla.

Tabla 6. 8 *Plan de inversión inicial*

Plan de inversión		
Capital de trabajo	4 meses	2,420,426.75
Inversión total		2,420,426.75

Para el cálculo del capital de trabajo se ha proyectado cuatro meses de operaciones, es decir, el mes de entrenamiento, preproducción, mes de gracia y el primer de producción, con el fin de tener un respaldo económico. La composición del capital de trabajo se detalla a continuación,

Tabla 6. 9 *Proyección capital de trabajo*

CONCEPTO	Monto
Planilla de Operaciones	1,580,752.80
Incentivos	550,000.00
Adaptadores de procesador de audio	35,598.25
Papelería	1,227.06
Planilla De Supervisor	252,848.64
Total	2,420,426.75

El capital de trabajo está compuesto por la planilla de operaciones, es decir, los representantes; la planilla del supervisor y la papelería utilizada en los primeros dos meses de operación. Así como los incentivos de los primeros dos meses y la compra de adaptadores de procesador de audio que solamente se hace en el primer año. La planilla mensual y el gasto se ha multiplicado por dos para obtener el total del capital de trabajo.

### 6.3.3 Gastos operativos y administrativos

Para los gastos operativos se ha considerado la planilla de los representantes para cada uno de los meses, incrementando al nivel que incrementa la demanda; así mismo la papelería utilizada mensualmente, donde se incluyen contratos, impresión de contratos, manuales de la empresa y papeleo necesario respecto a las contrataciones y cuestiones administrativos mensuales. En la siguiente tabla se presenta un resumen de los gastos operativos para el año uno.

Tabla 6. 10 *Proyección de gastos operativos*

CONCEPTO	Año 1
Planilla de Operaciones	5,532,634.80
Papelería	2,454.12
Incentivos	700,000.00
Adaptadores de procesador de audio	35,598.25
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRACION</b>	6,270,687.17

En la tabla anterior se resume el primer año de gastos por planilla de operaciones ya con el crecimiento de la demanda contemplado ya que, para los meses de noviembre 2021, marzo 2022 y julio 2022 se necesita incrementar el personal; once representantes nuevos en cada uno de los meses mencionados. Los gastos mensualizados se muestran en el anexo 4.

Para los gastos administrativos solamente se incluye el salario del supervisor en los primeros cuatros meses, y los tres supervisores más para cumplir la relación de un supervisor por cada 11 representantes, a continuación de detalla en la siguiente tabla.

Tabla 6. 11 *Proyección de gastos administrativos.*

Concepto	Año 1
Planilla De Supervisor	884,970.24
Total Gastos Administración	884,970.24

La planilla de los supervisores es el único gasto administrativo considerado ya que, como se ha colocado en los supuestos financieros el gasto por renta, energía y agua potable ya es pagado por la compañía antes de este proyecto, solamente se hará uso eficiente del espacio rentado y los recursos que posee actualmente la empresa.

#### 6.3.4 Costo de capital

El costo del capital de trabajo para este proyecto es la tasa de rendimiento requerida por los socios de compañía más la inflación promedio de los últimos cinco años según el Banco Central de Honduras (4.41%). En la siguiente tabla se muestra análisis.

Tabla 6. 12 *Costo de capital*

Tasa de requerimiento por los accionistas			
Tasa Requerimiento	Inflación	Tasa Premio	Fondos propios
20.00%	4.41%	1.00%	<b>25.41%</b>

La tasa requerida por los socios es del 20% y sumada la inflación el costo de capital para este proyecto es del 25.41%.

#### 6.3.5 Estado de resultados

Para analizar de manera más amplia se ha desarrollado el estado de resultados para el primer año de operaciones, el cual se detalla en la siguiente tabla.

Tabla 6. 13 *Estado de resultados Proforma*

	Resumen 2021	Resumen 2022
Servicio de Call Center	11,297,286.00	25,124,715.00
Ingresos por venta	11,297,286.00	25,124,715.00
(-) Costo de venta	(1,817,578.11)	(4,453,109.06)
Utilidad Bruta en Ventas	9,479,707.89	20,671,605.94
%	500%	576%
Gasto de Operativos	-	-
Gastos generales y administrativos	(252,848.64)	(632,121.60)
Utilidad antes de Intereses e Impuestos (EBIT)	9,226,859.25	20,039,484.34
	-	-
Utilidad antes de Impuestos	9,226,859.25	20,039,484.34
%	487%	558%
Impuestos sobre La Renta	(2,306,714.81)	(5,009,871.09)
Impuesto Solidario	(163,051.77)	(651,974.22)
Utilidad Neta	6,757,092.67	14,377,639.04
Dividendos	-	-
Margen Neto	359%	401%

El ingreso por venta está constituido por los ingresos del servicio de Call Center que es pagado con una transferencia inmediata al generar la factura mensual, y el costo de venta está constituido por los gastos de operación.

Para el impuesto sobre la renta se ha multiplicado la utilidad antes de impuesto por el 25% que es la tasa en Honduras. Y el impuesto solidario se ha calculado restando de la utilidad antes de impuestos menos un millón, y esta diferencia multiplicándola por el 5% que es la tasa en Honduras. Dando como resultado final después de impuesto para los primeros seis meses un total de utilidad de L. 6,757,092.67.

### 6.3.6 Valuación financiera

Para la valuación financiera de este proyecto se ha utilizado la razón del retorno sobre la inversión (ROI). Esta razón mide la relación entre la ganancia obtenido y la inversión realizada. El valor debe ser mayor a uno para considerar que un proyecto es viable porque se están obteniendo beneficios. En la siguiente tabla se detalla el cálculo realizado.

Tabla 6. 14 *Cálculo del ROI*

Utilidad Neta Año 1	21,134,731.70
Inversión	2,420,426.75
ROI	773%

El resultado del ROI es de 773%, ya que este proyecto no ha requerido realizar una inversión inicial y la utilidad del año es de L. 21,134,731.70. Esto significa que el uso eficiente de los recursos actuales de la empresa le dan la ventaja para poder generar más ganancias por la ejecución de este.

## CAPÍTULO VII CONCLUSIONES

1. Dentro de los requerimientos técnicos y operativos necesarios para la ejecución de este nuevo servicio es apegarse a la Ley del Empleo por hora del Decreto Legislativo No. 354-2013 para el pago de los representantes y supervisores contratados. Así mismo se determinó que no era necesario invertir en mobiliario y equipo por que la empresa ya contaba con ello. No se realizará una renta de espacio adicional pues se cuenta con suficiente capacidad instalada.
2. Se concluye que se cubre la demanda de horas solicitadas por el cliente para el primer año con la contratación de 48 personas capacitadas y desarrolladas para realizar el servicio.
3. A través del análisis de retorno de inversión se concluye que la ejecución de este nuevo servicio para la empresa Zero Variance Quality Analytics si es viable. Ya que el retorno de la inversión es del 773%. Siendo esto favorable para la ejecución del proyecto en la empresa conforme al crecimiento.

## CAPÍTULO VIII RECOMENDACIONES

1. La empresa Zero Variance Quality Analytics se apegue a lo establecido por la Ley de empleo por hora, establecido dentro del contrato de los nuevos colaboradores. Haciendo uso eficiente de sus recursos durante el primer año y conforme al crecimiento porcentual establecido por el cliente.
2. Contratar a las 48 personas conforme al crecimiento periódico establecido. Capacitar, entrenar y brindar los recursos necesarios para el desarrollo óptimo del servicio conforme a los requerimientos del cliente.
3. Se recomienda ejecutar el proyecto porque este si es viable. El retorno va a ser muy bien visto para la dirección de la empresa, y que esta se establezca conforme a los manuales creados.

## CAPÍTULO IX BIBLIOGRAFÍA

- Asesoramiento Gestión Bolunta. (2018). *Asesoramiento Gestión Bolunta*. Obtenido de Definición y análisis de viabilidad: <https://bolunta.org/servicios/asesoramientogestion-asociativa/manual-de-gestion-asociativa/gestion-de-proyectos/disenio-de-proyectos/definicion-y-analisis-de-viabilidad/>
- Baca, G. (2010). *Evaluacion de Proyectos 6ta ed Gabriel Baca Urbina*. Obtenido de [https://www.academia.edu/13450952/Evaluacion\\_de\\_Proyectos\\_6ta\\_ed\\_Gabriel\\_Baca\\_Urbina](https://www.academia.edu/13450952/Evaluacion_de_Proyectos_6ta_ed_Gabriel_Baca_Urbina)
- Bacon, F. (Agosto de 2020). *Citas*. Obtenido de <https://citas.in/frases/61128-francis-bacon-el-conocimiento-se-adquiere-leyendo-la-letra-peque/>
- CEPAL. (2020). *Rasgos generales de la evolución reciente*. Obtenido de [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46070/12/EE2020\\_Honduras\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46070/12/EE2020_Honduras_es.pdf)
- Consulta Trabajo Gobierno. (2016). *Consulta Trabajo Gobierno*. Obtenido de Ley de Empleo por Hora: <http://consulta.trabajo.gob.hn/decretos/index.htm?page=EmpleoporHora.htm>
- Cooper, M. (2020). *Inestabilidad política*. Obtenido de <https://www.elheraldo.hn/opinion/cartasaeditor/1334935-469/inestabilidad-pol%C3%ADtica>
- COPEME. (Marzo de 2009). *SPTF*. Obtenido de [https://sptf.info/images/medicion\\_del\\_clima\\_laboral.pdf](https://sptf.info/images/medicion_del_clima_laboral.pdf)
- Custódio, M. (20 de Octubre de 2018). *¿Qué es el ROI? Aprende cómo calcular el Retorno sobre la Inversión*. Obtenido de <https://www.rdstation.com/es/blog/roi/>
- Da Silva, D. (20 de Octubre de 2020). *Zendesk*. Obtenido de ¿Qué es call center? Conoce cómo funciona y su importancia en la experiencia del cliente: <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-call-center/>
- Flores, T. &. (2021). *taborayflores*. Obtenido de <http://www.taborayflores.com/nosotros>
- FMI (Fondo Monetario Internacional). (Abril de 2021). *La economía mundial se está afianzando, pero con recuperaciones divergentes en medio de aguda incertidumbre*. Obtenido de <https://www.imf.org/es/Publications/WEO/Issues/2021/03/23/world-economic-outlook-april-2021>
- Formación GCC. (17 de Enero de 2020). *Formación GCC*. Obtenido de <https://formaciongcc.com/control-de-calidad-en-el-call-center/>

Fromm, E. (1966). Y seréis como dioses. En E. Fromm, *Y seréis como dioses*.

Gilmer, F. a. (Junio de 2016). Clima laboral y su incidencia en la satisfacción de los trabajadores de una empresa de consumo masivo. *Revista Ciencia UNEMI*, 9.

Google Maps. (2021). *Altia Business Park*. Obtenido de <https://www.google.hn/maps/place/Altia+Business+Park/@15.1878329,-88.4872466,7z/data=!4m9!1m2!2m1!1sAltia+Business+Park!3m5!1s0x8f665ac8047b8665:0x6b6439a723b88d1!8m2!3d15.1989619!4d-86.2420284!15sChNBbHRpYSBCdXNpbmVzcyBQYXJrkgENYnVzaW5lc3NfcGFyaw?hl=es>

Hernández, R. (2010). *Metodología de la investigación*. Obtenido de [https://www.academia.edu/20792455/Metodolog%C3%ADa\\_de\\_la\\_Investigaci%C3%B3n\\_5ta\\_edici%C3%B3n\\_Roberto\\_Hern%C3%A1ndez\\_Sampieri](https://www.academia.edu/20792455/Metodolog%C3%ADa_de_la_Investigaci%C3%B3n_5ta_edici%C3%B3n_Roberto_Hern%C3%A1ndez_Sampieri)

Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación*. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

HONDUDIARIO. (6 de Octubre de 2017). *Hondudiario*. Obtenido de <https://hondudiario.com/2017/10/06/la-importancia-de-la-tecnologia-en-honduras/>

Ibarra, M. (2017). *Sustento Teórico: Características, Para Qué Sirve y Ejemplo*. Obtenido de Liferder.com: <https://www.liferder.com/sustento-teorico-investigacion/#:~:text=El%20sustento%20te%C3%B3rico%20de%20una,dar%20soluciones%20a%20un%20problema.>

Ibarra, M. (22 de Junio de 2018). *Sustento Teórico: Características, Para Qué Sirve y Ejemplo*. Obtenido de <https://www.liferder.com/sustento-teorico-investigacion/>

INE (Instituto Nacional de estadística). (2018). *San Pedro Sula, Cortes información general 2018*. Obtenido de <https://www.ine.gob.hn/V3/imag-doc/2019/08/San-Pedro-Sula-Cortes.pdf>

La Gaceta. (31 de Marzo de 2014). *Ley de empleo por hora*. Obtenido de <https://www.poderjudicial.gob.hn/CEDIJ/Leyes/Documents/Ley%20de%20Empleo%20por%20Hora.pdf>

- Lara, B. (11 de Mayo de 2015). *En cinco años industria del call centers es tercera de la región*. Obtenido de <https://www.laprensa.hn/chicos/839259-337/en-cinco-a%C3%B1os-industria-de-call-centers-es-tercera-de-la-regi%C3%B3n>
- Lopez, J. (2019). *Flujo de caja operativo (FCO)*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/flujo-de-caja-operativo.html>
- Lopez, L. (2018). *Educacion Integral*. Obtenido de <http://educacion-integral.com/>
- Lopez, P. (2004). *POBLACIÓN MUESTRA Y MUESTREO*. Obtenido de [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-02762004000100012](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012)
- López, P. L. (2004). *POBLACIÓN MUESTRA Y MUESTREO*. *SciELO*.
- Martin, J. (2017). *Estudia tu entorno con un PEST*. *CEREM*.
- Mata, L. (28 de Marzo de 2019). *El enfoque cualitativo de investigación*. Obtenido de <https://investigaliacr.com/investigacion/el-enfoque-cualitativo-de-investigacion/>
- MC. (1 de Octubre de 2017). *Call Centers un servicio en continuo crecimiento*. Obtenido de La Tribuna: <https://www.latribuna.hn/2017/10/01/call-centers-servicio-continuo-crecimiento/>
- Nacional, C. (1 de Junio de 1959). *TSC*. Obtenido de [https://www.tsc.gob.hn/web/leyes/codigo\\_de\\_trabajo.pdf](https://www.tsc.gob.hn/web/leyes/codigo_de_trabajo.pdf)
- Ochoa, C. (24 de Enero de 2020). *Netquest*. Obtenido de <https://www.netquest.com/blog/es/que-es-un-nps-y-como-se-mide>
- Pelaez, A. (20 de Enero de 2012). <https://www.eoi.es/blogs/madeon/2012/01/20/estudio-de-mercado/>.
- Peñuelas, R. (2008). *Técnicas e instrumentos de investigación*. Sinaloa.
- Planning Consultores Gerenciales. (2013). *Planning Consultores Gerenciales*. Obtenido de Planning Consultores Gerenciales: [https://planning.com.co/bd/valor\\_agregado/Julio2013.pdf](https://planning.com.co/bd/valor_agregado/Julio2013.pdf)
- Poole, M. (Septiembre de 2006). *Factor Humano*. Obtenido de [https://factorhuma.org/attachments\\_secure/article/8300/clima\\_laboral\\_cast.pdf](https://factorhuma.org/attachments_secure/article/8300/clima_laboral_cast.pdf)
- Porter, M. (2018). *Activa Conocimiento*. Obtenido de <http://activaconocimiento.es/las-cinco-fuerzas-de-porter/>

Prim, A. (2020). *Lienzo Lean Canvas explicado Paso a Paso y con Ejemplos*. Obtenido de <https://innokabi.com/lienzo-lean-canvas-el-lienzo-de-los-emprendedores/>

Quiroa, M. (2020). *Estudio de factibilidad*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-factibilidad.html#:~:text=Factibilidad%20t%C3%A9cnica,negocio%20que%20se%20tiene%20panificado.>

Rodriguez, L. (19 de Octubre de 2020). *En 2020, sector tecnología de Honduras crecerá 5%*. Obtenido de <https://www.elheraldo.hn/economia/1416422-466/en-2020-sector-tecnolog%C3%ADa-de-honduras-crecer%C3%A1-5>

Solís, L. D. (28 de 05 de 2019). *El enfoque cualitativo de investigación*. Obtenido de investigalia: <https://investigaliacr.com/investigacion/el-enfoque-cualitativo-de-investigacion/>

Talancón, H. P. (1 de Enero de 2007). *Enseñanza e Investigación en Psicología*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/292/29212108.pdf>

## **CAPÍTULO X ANEXOS**

### **Anexo 1. Entrevista**

TRADUCCION - TRANSCRIPT DE ENTREVISTA

Realizada el 28 de mayo del 2021

Entrevistador: Rene Echeverria Contreras

Entrevistado: Sarah Eifert, Directora de Cuenta - Assurant Inc.

Rene: Primero que todo quiero agradecer la oportunidad que me brinda de poder conversar el día de hoy sobre temas muy importantes que nos harán fortalecer la relación socio comercial que la empresa de nosotros tiene con la suya. Es una oportunidad muy interesante la que nos están planteando y queremos hacer de esta la mejor de los centros de operación posible.

Sarah: No hay problema

R: ¿De qué se tratará el servicio del call center para Assurant?

S: Servicio al cliente en el área de reclamos móviles a nombre de la aseguradora Assurant para las compañías telefónicas T-Mobile y Metro.

R: Entonces, ¿Se harán reclamos y se les dará seguimientos conforme a las llamadas?

S: Esto es correcto

R: ¿Se tomarán reclamos bilingües?

S: Por los momentos solo se harán reclamos en español.

R: ¿Cuándo planeamos iniciar operaciones?

S: Depende de la firma del contrato final, pero seguro que será el 19 de Julio del 2021.

R: ¿Tendremos un proceso de entrenamiento y adaptación?

S: Si, entrenamiento de 4 semanas y preproducción de 1 mes.

R: ¿En qué consiste el proceso de llamada?

S: Cliente llama indica si es un reclamo nuevo o seguimiento de su reclamo. El representante procede a crear un nuevo reclamo o a validar el reclamo existente y sigue los lineamientos del proceso de los reclamos.

R: ¿Cuáles son los procesos flujo para realizar el reclamo?

S: Llamada y reclamo nuevo: obtienes la información de quien llamas, validas a la persona, sigues por la información del reclamo, obtienes las fechas de los incidentes y el tipo de pérdida o daño, procedes a verificar a la dirección de envió y luego terminas en la autorización o asuntos de reclamo.

Llamadas de estado: Obtienes la información de quien llama, validas a la persona, preguntas por cambios al reclamo existen y luego procedes a asistir conforme a la petición del cliente.

R: ¿Como vamos a obtener los medibles o KPIs de los Representantes?

S: Son varios KPIS: Tiempo en llamada (AHT – Average handling time), Encuestas de satisfacción al cliente (CSAT), Auditorias de calidad, Adherencia a los horarios y fuerza laboral.

R: ¿Como se obtiene el AHT y cuál es la meta?

S: Es el tiempo en que se maneja el total de la llamada. La meta final para este tiempo es debajo de 9 minutos y medio (00:09:30).

R: ¿Como se obtiene los resultados de encuesta?

S: Al final de la llamada se le informa al quien llama sobre la encuesta y el cliente es quien califica de 1 a 5. Tanto al representante como a la compañía.

R: ¿Como se obtiene las auditorias?

S: Cada llamada es grabada y un grupo se selecciona para auditarse por calidad. Se verifica el proceso del reclamo y la satisfacción del cliente. Siendo 5 la calificación máxima y 0 la más baja.

R: ¿Como se obtiene la adherencia a los horarios?

S: depende de los niveles de servicio y la cantidad de colaboradores globales necesarios por hora. Pero esto depende mucho del tiempo listo para tomar llamada, en tomarse sus descansos y almuerzos como también el tiempo en reuniones.

R: ¿Existe alguna penalidad por incumplimiento de estos KPIs?

S: Si, se puede penalizar hasta un 30% de la factura final por incumplir con la adherencia, no hay penalidad por calidad, y tampoco por Encuestas de satisfacción.

R: ¿Cuál es el valor por hora colaborador?

S: Se hace pago efectivo de \$17.50 por hora colaborador.

R: Si bien estamos por iniciar, ¿qué tan probable es que nuestra población de representantes crezca?

S: Para Julio debemos iniciar con una capacidad de total de 2970 horas/mes, para noviembre se espera un incremento del 50%, en marzo un 33% finalizando en Julio 2022 con un 25% más.

R: ¿Cuál es la estructura ideal de los equipos de trabajo?

S: El estándar de nuestras operaciones pide que por cada 10 representantes exista un Supervisor.

## Anexo 2. Cotización adaptadores



Información de la Propuesta	
Nombre de la Propuesta	
Fecha de Creación	03/Jun/2021 ::
Fecha de Expiración	03/Jul/2021 ::
Moneda	Dólar
Tasa de Cambio	24.1877

**NETEL**<sup>®</sup>  
 Pasión · Innovación · Satisfacción  
**COTIZACION**  
 NUMERO 3973

Información de la Propuesta	
Nombre de la Empresa	Redes y Comunicaciones de Honduras
Pais, Ciudad	Honduras, San Pedro Sula
Nombre Contacto	Iliany Celeste
email	
Dirección	Res. Santa Monica BQ 1 Casa 30
Telefono	Tel. (504) 2544-0797
WEB	www.netelsa.com

Información del Cliente	
Nombre de la Empresa	Zero Variance Quality Analytics S. de RL
Pais, Ciudad	Honduras
Nombre Contacto	Allan Giron
email	
Dirección	Altia Business Park, Torre 1, piso 9.
Telefono	
WEB	

CANT.	# PARTE	DESCRIPCION	P. LISTA	% DESC	P. UNIT	VALOR
25.00	201852-01	DA80 USB Audio Processor for QD-Equipped Headset	58.87	0.00	58.87	1,471.75

## Anexo 3. Ejemplo Contrato legal

### PROGRAMA NACIONAL DE EMPLEO POR HORA CONTRATO DE TRABAJO POR HORAS Y POR TIEMPO LIMITADO.

Nosotros, **ZERO VARIANCE QUALITY ANALYTICS, S. de R.L. de C.V.**, una sociedad mercantil inscrita bajo la matrícula :                    número                    del Registro de Comerciantes Sociales del Departamento de Francisco Morazán, con domicilio en Tegucigalpa, municipio del Distrito Central y representada en este acto por **CINTHYA SOSA RODRIGUEZ** quien es mayor de edad, de nacionalidad Hondureña con ID nº **0501-1976-01410** y con domicilio en San Pedro Sula Cortes, Honduras, quien en los sucesivo y para los efectos del presente contrato se denominará "**EL EMPLEADOR**", y                    mayor de edad, Soltero, hondureño(a) y con tarjeta de identidad N° **0501-2000-06756** quien en lo sucesivo y para efectos del presente contrato se denominará **EL TRABAJADOR(A)**; hemos convenido en celebrar como en efecto celebramos, el presente **CONTRATO DE TRABAJO POR HORAS Y POR TIEMPO LIMITADO** al amparo del **Decreto Legislativo No. 354-2013**, que contiene la ley de Empleo por Horas, que se regirá por las cláusulas y estipulaciones siguientes:

**CLÁUSULA PRIMERA:** Por el presente contrato, **EL TRABAJADOR(A)** se obliga a prestar sus servicios a **EL EMPLEADOR**, desempeñando el cargo de **AGENTE DE CALL CENTER**, para lo cual, realizará actividades relacionadas al departamento de calidad y servicio al cliente de servicios de llamada.

**CLÁUSULA SEGUNDA:** El presente contrato es por tiempo limitado.

**CLÁUSULA TERCERA:** La relación laboral objeto del presente contrato tendrá una duración de **MESES**, el cual iniciará el                    y terminando el                    .

**CLÁUSULA CUARTA:** **EL TRABAJADOR** se obliga a prestar sus servicios en **ZERO VARIANCE QUALITY ANALYTICS, S. de R.L. de C.V.** pudiendo desplazarse y/o trasladarse a otros centros de trabajo de la misma empresa en cumplimiento de sus obligaciones, previo consentimiento escrito de las partes contratantes.

**CLÁUSULA QUINTA:** **EL TRABAJADOR(A)** prestará sus servicios durante la jornada ordinaria Diurna la que iniciará a las                    de la mañana (                    ) y terminará a las                    de la TARDE (                    ), durante los días LUNES a VIERNES con una hora diaria libre de descanso. Los SÁBADOS iniciará a las NUEVE de la mañana (9:00am) y terminará a la UNA de la mañana (1:00pm). El trabajo que exceda de la jornada ordinaria antes indicada o de la jornada máxima legal, se considerará extraordinario o de horas extras y se pagará de acuerdo a lo dispuesto en el Código del Trabajo.

**CLÁUSULA SEXTA:** En contraprestación a los servicios del **TRABAJADOR(A)**, el **EMPLEADOR** se obliga a pagarle en concepto de salario base la cantidad **Lps. 55.44**, por hora, el cual será pagado bisemanalmente los viernes, es decir un viernes si un viernes no, mediante depósito en la cuenta de ahorro o cheque personal del **TRABAJADOR(A)** en una institución del sistema financiero nacional, o en efectivo, según se designe de mutuo acuerdo entre las partes.

**CLÁUSULA SÉPTIMA:** **EL EMPLEADOR** se obliga a facilitar al **TRABAJADOR(A)**, los materiales necesarios para que desarrolle sus actividades, y a otorgarle los beneficios que por ley, tengan los trabajadores del centro de trabajo contratados por tiempos indefinidos o permanentes.

**CLÁUSULA OCTAVA:** **EL EMPLEADOR** conviene en pagar al **TRABAJADOR** el Salario Base, más los derechos adquiridos que en el presente caso asciende a **Lps. 11.09** que corresponden al décimo tercero y décimo cuarto mes de salario equivalentes a un dieciséis por ciento (16%) sobre el salario base convenido, y una compensación no habitual equivalente al cuatro por ciento (4%) sobre el salario base convenido, valor que equivale al pago de auxilio de cesantía, derecho del cual no gozan los trabajadores acogidos al presente régimen. Esta compensación no habitual será pagada en la misma fecha, frecuencia y modalidad en que se pague el Salario Base y la misma no constituye salario.

**CLÁUSULA NOVENA: EL TRABAJADOR** tendrá derecho a disfrutar de un día de vacaciones remuneradas por mes trabajado, las cuales se gozaran de la siguiente manera: **según lo acordado por las partes.**

**CLÁUSULA DECIMA: Acuerdo de Confidencialidad.** Continúa manifestando EL EMPLEADOR: Que por haberlo convenido con EL TRABAJADOR (A); en virtud que por el puesto de trabajo que desempeña puede llegar a tener acceso a información confidencial en relación a la Sociedad Mercantil: . . . ; en aras de proteger esa información confidencial, y a solicitud de la Sociedad Mercantil: . . . ; en este acto se establece el siguiente acuerdo de confidencialidad, el cual contempla las siguientes disposiciones:

- 1) No se podrá usar, compartir, divulgar, copiar o reproducir la información a la que se tenga acceso en relación a la Sociedad Mercantil: . . . más que la estrictamente necesaria para completar el trabajo asignado.
- 2) No se podrá compartir o divulgar la información a la que se tenga acceso en relación a la Sociedad Mercantil: . . . INC., con la firma consultora o agencia contratante.
- 3) No se guardarán datos o información relacionada a la Sociedad Mercantil: . . . , en los servidores fuera de los servidores del "EL EMPLEADOR".
- 4) Se deberá utilizar un grado razonable de cuidado para (a) proteger la información confidencial a la cual se tenga acceso que se relacione con la Sociedad Mercantil: . . . y (b) prevenir y evitar cualquier uso o divulgación no autorizada de dicha información confidencial.
- 5) Si así lo dispone "EL EMPLEADOR", se deberá hacer devolución o destrucción de cualquier información confidencial que "EL TRABAJADOR(A)" tenga en su poder que se relacione a la Sociedad Mercantil: . . .

La infracción de este acuerdo de confidencialidad será considerada una falta grave por lo que procede la terminación de este contrato laboral sin perjuicio de las acciones pertinentes que pueden ser tomadas por parte de la empresa debido a los perjuicios causados.

**CLÁUSULA DÉCIMO PRIMERA:** Además de los derechos que se establecen en las cláusulas anteriores y de los que se desprenden del Programa Nacional de Empleo por Horas, las partes convienen en que el TRABAJADOR(A) tendrá derecho:

- a) A la remuneración ordinaria por los servicios prestados.
- b) Al pago de los derechos adquiridos de décimo tercer y décimo cuarto mes de salario.
- c) A la compensación no habitual;
- d) Al derecho preferente para ser contratado como permanente, teniendo como primera opción el trabajador o trabajadora que se capacite o curse su educación primaria o secundaria.
- e) A la libre sindicalización;
- f) A los beneficios de los contratos colectivos, previa cotización al sindicato;
- g) A la seguridad social;
- h) A la formación y capacitación; y,
- i) A los derechos fundamentales establecidos en la Constitución de la República, Convenios Internacionales y Código del Trabajo.

(Lo anterior sin perjuicio de los demás derechos que puedan pactar los contratantes o que voluntariamente otorgue el empleador).

**CLÁUSULA DÉCIMO SEGUNDA:** En los casos que procedan, los días normales de descanso del TRABAJADOR(A) serán los días **DOMINGOS** y los días feriados estipulados en el Código de Trabajo.

**CLÁUSULA DÉCIMO TERCERA:** Ambas partes convienen en que el TRABAJADOR goza de la protección de la Ley del Instituto Hondureño de Seguridad Social (IHSS), el Reglamento General de Medidas Preventivas de Accidentes de Trabajo, Enfermedades Profesionales, y lo que dispone en estas materias el Código de Trabajo,

en todo lo relativo a medidas de salud, higiene y seguridad ocupacional, riesgos profesionales, invalidez, vejez y muerte, beneficios por muerte natural, enfermedad y maternidad. A su vez, el EMPLEADOR se obliga a registrar al TRABAJADOR en el listado de seguimiento e inscripción en las respectivas oficinas del Instituto Hondureño de Seguridad Social, para lo cual deberá pagar las tasas de cotización que establece la ley, sobre la base del salario mensual devengado.

**CLÁUSULA DÉCIMO CUARTA:** Queda entendido que la fecha de terminación del servicio contratado pone término a la relación de trabajo, sin responsabilidad para las partes, entendiéndose que no cabe reclamo por el pago de décimo cuarto mes, décimo tercer mes y auxilio de cesantía salvo prueba de lo contrario. También es convenido, que en caso de despido injustificado dentro del término de duración del contrato de trabajo, el TRABAJADOR gozará de las indemnizaciones prescritas en el Artículo 121 del Código de Trabajo.

**CLÁUSULA DÉCIMO QUINTA:** El incumplimiento por parte del TRABAJADOR(A) de las obligaciones y prohibiciones establecidas en el Código del Trabajo y Reglamento Interno de Trabajo dará lugar a la terminación anticipada del contrato sin responsabilidad del EMPLEADOR, previo seguimiento del procedimiento legal establecido.

**CLÁUSULA DÉCIMO SEXTA: EL EMPLEADOR** se compromete a registrar el presente contrato de trabajo, mediante el depósito de un ejemplar original del mismo, en la Dirección General de Empleo, conforme lo dispuesto en el Reglamento de la Ley de Empleo por Hora.

**CLÁUSULA DÉCIMO SEPTIMA:** En todo lo no previsto por el presente contrato, se estará a lo dispuesto en la Constitución de la República, Código del Trabajo, Convenios Internacionales ratificados por Honduras con la Organización Internacional del Trabajo, Decreto Legislativo No. 354-2013, que contiene la Ley de Empleo por Hora y demás leyes de trabajo y previsión social.

**CLÁUSULA DÉCIMO OCTAVA:** Cualquier controversia que se origine en el cumplimiento del presente contrato será resuelto por la Jurisdicción Laboral.

En FE de lo anterior y para los efectos legales consiguientes, firma en triplicado el presente contrato de trabajo por horas y por tiempo limitado, a los        días del mes                    del        .

\_\_\_\_\_  
EL EMPLEADOR

ID: °

\_\_\_\_\_  
EL/LA TRABAJADOR(A)

Identidad: N°

## Anexo 4. Tablas y proyecciones financieras mensualizadas

### Proyección de gastos operativos mensuales julio a diciembre 2021

CONCEPTO	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Planilla de Operaciones	197,594.10	197,594.10	197,594.10	197,594.10	395,188.20	395,188.20
Papelería	613.53				613.53	
Incentivos	25,000.00	25,000.00	25,000.00	25,000.00	50,000.00	50,000.00
Adaptadores de procesador de audio	35,598.25					
TOTAL GASTOS ADMINISTRACIÓN	258,805.88	222,594.10	222,594.10	222,594.10	445,801.73	445,188.20

### Proyección de gastos operativos mensuales enero a julio 2022

CONCEPTO	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
Planilla de Operaciones	395,188.20	395,188.20	592,782.30	592,782.30	592,782.30	592,782.30	790,376.40
Papelería			613.53				613.53
Incentivos	50,000.00	50,000.00	75,000.00	75,000.00	75,000.00	75,000.00	100,000.00
Adaptadores de procesador de audio							
TOTAL GASTOS ADMINISTRACION	445,188.20	445,188.20	668,395.83	667,782.30	667,782.30	667,782.30	890,989.93

### Proyección de gastos administrativos mensuales de julio a diciembre 2021

CONCEPTO	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Planilla De Supervisor	31,606.08	31,606.08	31,606.08	31,606.08	63,212.16	63,212.16
TOTAL GASTOS ADMINISTRACION	31,606.08	31,606.08	31,606.08	31,606.08	63,212.16	63,212.16

### Proyección de gastos administrativos mensuales de enero a julio 2022

CONCEPTO	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
Planilla De Supervisor	63,212.16	63,212.16	94,818.24	94,818.24	94,818.24	94,818.24	126,424.32
TOTAL GASTOS ADMINISTRACION	63,212.16	63,212.16	94,818.24	94,818.24	94,818.24	94,818.24	126,424.32

**Anexo 5 Evidencia de reunión con cliente.**

