



**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
“HONORABLE CONSEJO PROVINCIAL DE PICHINCHA”**

**CARRERA: TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**INFORME FINAL DEL PROYECTO DE FIN DE CARRERA PREVIO A  
LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE TECNÓLOGO EN  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN  
CENTRO DE CAPACITACIÓN EN EL CANTÓN PEDRO MONCAYO,  
PARROQUIA DE TABACUNDO”**

**AUTOR: RICARDO DAVID ORELLANA LALVAY**

**TUTOR: DR. FERNANDO ROMERO**

**JULIO – 2018**

**QUITO- ECUADOR**

## CERTIFICACIÓN

En el Instituto Tecnológico Superior “Honorable Consejo Provincial de Pichincha”, es presentado por el ciudadano ORELLANA LALVAY RICARDO DAVID optar por el título de: Tecnólogo en Administración de Empresas, CERTIFICO que dicho proyecto ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Quito,

Atentamente,

Dr. Humberto Fernando Romero M.  
**C. I. 1702666288**

## DECLARACIÓN

Yo, ORELLANA LALVAY RICARDO DAVID, declaro bajo juramento que el trabajo aquí desarrollado es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún Proyecto de Grado aquí o en otra institución o calificación profesional y son absolutamente originales, auténticos y personales; y que además, he referido las fuentes bibliográficas que se incluyen en este documento. A través de la presente declaración cedo los derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo, para el aprovechamiento de futuras generaciones.

Ricardo David Orellana Lalvay  
**C.I 1717167306**

## **DEDICATORIA**

Al Instituto Tecnológico Superior “Honorable Consejo Provincial De Pichincha”, por abrirme las puertas y darme la oportunidad de cumplir una meta en mi vida.

A mi hijo por ser fuente inspiradora de mi vida, a mi familia por el apoyo brindado en todo el proceso de educación.

**Ricardo**

## **AGRADECIMIENTO**

En el presente trabajo me gustaría agradecerá Dios por bendecir mi camino, por hacer realidad mi sueño anhelado.

Al Instituto Tecnológico Superior “Honorable Consejo Provincial de Pichincha” por darme la oportunidad de estudiar y ser un profesional.

A mi Director de Tesis Dr. Fernando Romero por su esfuerzo y dedicación, quien con sus conocimientos, experiencia, paciencia y motivación ha sabido guiarme para que pueda culminar con éxito el presente proyecto.

Quiero agradecer a mis profesores durante toda mi carrera profesional porque todos han aportado con un granito de arena a mi formación.

**Ricardo**

## ÍNDICE DE CONTENIDO

1.	SELECCIÓN Y DEFINICIÓN DEL TEMA .....	10
2.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	10
3.	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	10
4.	SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA .....	10
5.	ANÁLISIS CRÍTICO DEL PROBLEMA.....	11
6.	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	11
	OBJETIVO GENERAL .....	11
	OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	11
7.	JUSTIFICACIÓN Y VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN .....	12
8.	IDEA A DEFENDER .....	12
	CAPÍTULO I .....	13
1.	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....	13
1.1.	MARCO TEÓRICO.....	13
1.2.	MARCO CONCEPTUAL.....	17
1.3.	MARCO LEGAL Y COMERCIAL .....	18
1.4.	MARCO TEMPORAL ESPACIAL .....	19
1.5.	MARCO METODOLÓGICO .....	20
	CAPÍTULO II.....	22
2.	ESTUDIO DE MERCADO .....	22
2.2.	ANÁLISIS DEL MERCADO .....	23
2.2.1.	Perfil del Consumidor .....	23
2.2.2.	Perfil de la Demanda.....	23
2.2.3.	Análisis de la competencia y oferta .....	23
2.3.	POBLACIÓN REFERENCIAL .....	24
2.4.	POBLACIÓN POTENCIAL .....	24
2.5.	APLICACIÓN DE LA ENCUESTA.....	24
2.5.1.	Cálculo de la muestra .....	25

2.5.2.	Nivel de confianza (Z) .....	25
2.5.3.	Población (N).....	25
2.5.4.	La proporción estimada (p) .....	25
2.5.5.	Diseño del cuestionario .....	26
2.5.6.	Presentación y análisis de resultados .....	27
2.5.7.	Análisis e interpretación de los resultados .....	38
CAPÍTULO III.....		40
3.	ESTUDIO TÉCNICO .....	40
3.1.	Tamaño del Proyecto.....	40
3.1.1.	Factores determinantes del tamaño.....	41
3.1.1.1.	El mercado.....	41
3.2.	Disponibilidad de recursos financieros .....	41
3.3.	Disponibilidad de mano de obra .....	42
3.4.	Definición de las capacidades de servicios .....	42
3.5.	Localización del proyecto .....	43
3.5.1.	Macro localización del proyecto.....	43
3.5.2.	Micro localización del proyecto .....	44
3.6.	Infraestructura.....	46
3.7.	Ingeniería del proyecto.....	46
3.7.1.	Diagramas de flujo .....	47
3.7.1.1.	Diagrama de flujo: Cursos de capacitación.....	47
3.7.1.2.	Diagrama de flujo charlas promocionales.....	48
3.7.1.3.	Diagrama de flujo Asesorías Técnicas.....	49
3.7.2.	Proceso del servicio .....	50
3.7.2.1.	Cadena de Valor.....	51
3.7.3.	Distribución de la planta del centro de capacitación .....	52
3.7.4.	Requerimiento para los espacios .....	54
CAPÍTULO IV .....		57
4.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	57

4.1. Nombre o Razón Social.....	57
4.1.1. Logotipo .....	57
4.1.2. Slogan.....	57
4.1.3. Tipo de empresa.....	58
4.2. Enfoque estratégico.....	58
4.2.1. Misión.....	58
4.2.2. Visión .....	58
4.3. Objetivos estratégicos .....	59
4.4. Principios y Valores .....	59
4.5. Análisis FODA .....	60
4.6. Estructura Organizacional .....	61
4.6.1. Organigrama Estructural .....	61
4.6.2. Organigrama funcional.....	63
4.7. Descripción del Puesto.....	63
4.8. Políticas de la empresa .....	68
CAPÍTULO V.....	69
4. ESTUDIO LEGAL .....	69
5. MARKETING ESTRATÉGICO .....	73
CAPÍTULO VI .....	77
6. ESTUDIO FINANCIERO.....	77
6.1. Presupuesto.....	77
6.1.1. Presupuesto de Inversión.....	77
6.1.1.1. Activos Fijos .....	78
6.1.1.2. Inversión Inicial .....	79
6.1.1.3. Activos diferidos.....	80
6.1.2. Capital de Trabajo.....	80
6.1.3. Presupuesto de Gastos.....	81
6.1.3.1. 81	
6.1.3.2. Gastos Administrativos .....	82



6.1.3.3. Depreciación.....	83
6.1.3.4. Gasto de Amortización.....	84
6.1.3.5. Gastos de Venta .....	84
6.1.3.6. Gasto Movilización y otros .....	85
6.1.3.7. Suministros de Oficina.....	85
6.1.3.8. Gastos Fijos - Arriendo .....	86
6.1.4. Costos .....	86
6.1.5. Proyección de Gastos y Costos.....	87
6.1.4. Financiamiento.....	89
6.1.4.1. Inversión Total.....	89
6.1.6.2. Estructura del Financiamiento.....	89
6.1.6.3. Costo de capital.....	89
6.1.6.4. Amortización .....	90
6.1.7. Presupuesto de Ingresos .....	90
6.1.8. Estados Financieros.....	92
6.1.8.1. Balance General.....	92
6.1.9. Estados financieros Proyectados.....	93
6.1.10. Estado de Pérdidas y Ganancias .....	96
6.1.11. Balance General Proyectado.....	97
6.1.12. Flujo de Fondos .....	99
6.1.13. Determinación de la tasa de descuento .....	99
6.1.14. Análisis de factibilidad.....	100
6.1.14.1. Cálculo de VAN.....	100
6.1.15. Indicadores Financieros.....	102
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	104
CONCLUSIONES .....	106
RECOMENDACIONES .....	107
BIBLIOGRAFÍA .....	108
ANEXOS.....	110

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> .....	24
Población Referencial.....	24
<b>Tabla 2</b> .....	24
Población Potencial .....	24
<b>Tabla 3</b> .....	28
Preparación manejo de su negocio .....	28
<b>Tabla 4</b> .....	29
Capacitación para mejorar todo el manejo de su negocio .....	29
<b>Tabla 5</b> .....	30
Área para capacitación.....	30
<b>Tabla 6</b> .....	31
Inversión por recibir capacitación .....	31
<b>Tabla 7</b> .....	32
Tiempo de dedicación a las capacitaciones .....	32
<b>Tabla 8</b> .....	33
Días convenientes.....	33
<b>Tabla 9</b> .....	34
Horario para recibir capacitación .....	34
<b>Tabla 10</b> .....	35
Ha escuchado o conoce algún centro de capacitación.....	35
<b>Tabla 11</b> .....	36
Información sobre los Centros de Capacitación .....	36
<b>Tabla 12</b> .....	37
Formas de pago.....	37
<b>Tabla 13</b> .....	44
Macro localización del proyecto .....	44
<b>Tabla 14</b> .....	45
Micro Localización del Proyecto.....	45
<b>Tabla 15</b> .....	45
Matriz de Alternativas .....	45

Espacio N°1 Ingreso.....	54
<b>Tabla 17</b> .....	54
Espacio N°2 Oficina.....	54
<b>Tabla 18</b> .....	55
Espacio N°3 Sala de espera.....	55
<b>Tabla 19</b> .....	55
Espacio N°4 Aulas.....	55
<b>Tabla 20</b> .....	55
Espacio 4 Baños.....	55
<b>Tabla 21</b> .....	56
Espacio N°6 Corredores.....	56
<b>Tabla 22</b> .....	60
FODA.....	60
<b>Tabla 23</b> .....	68
Rol de Pagos Personal del Centro de Capacitación.....	68
<b>Tabla 24</b> .....	78
Activos Fijos.....	78
<b>Tabla 25</b> .....	79
Inversión Inicial.....	79
<b>Tabla 26</b> .....	80
Activos Diferidos.....	80
<b>Tabla 27</b> .....	80
Servicios.....	80
<b>Tabla 28</b> .....	81
Capital de Trabajo.....	81
<b>Tabla 29</b> .....	82
Servicios Básicos.....	82
<b>Tabla 30</b> .....	82
Mantenimiento de Activos Fijos.....	82
<b>Tabla 31</b> .....	82
Rol de Pagos Trabajadores.....	82
<b>Tabla 32</b> .....	83
Proyección de Sueldos y Salarios.....	83
<b>Tabla 33</b> .....	83

Provisiones Mensuales y Anuales .....	83
<b>Tabla 34</b> .....	83
Depreciación.....	83
<b>Tabla 35</b> .....	84
Amortización .....	84
<b>Tabla 36</b> .....	84
Proyección Amortización .....	84
<b>Tabla 37</b> .....	84
Gastos de Publicidad .....	84
<b>Tabla 38</b> .....	85
Amortización .....	85
<b>Tabla 39</b> .....	85
Suministros de Oficina .....	85
<b>Tabla 40</b> .....	86
Arriendo .....	86
<b>Tabla 41</b> .....	86
Costos directos.....	86
<b>Tabla 42</b> .....	87
Proyecciones anuales de costos directos .....	87
<b>Tabla 43</b> .....	87
Costos Indirectos.....	87
<b>Tabla 44</b> .....	87
Proyecciones anuales costos indirectos.....	87
<b>Tabla 45</b> .....	87
Proyección de Gastos y Costos .....	87
<b>Tabla 46</b> .....	89
Inversión Total.....	89
<b>Tabla 47</b> .....	89
Estructura del Financiamiento.....	89
<b>Tabla 48</b> .....	89
Costo de Capital.....	89
<b>Tabla 49</b> .....	90
Amortización .....	90
<b>Figura 27</b> Amortización.....	90

<b>Tabla 50</b> .....	91
Ingresos Año 1 .....	91
<b>Tabla 51</b> .....	91
Ingresos Anuales .....	91
<b>Tabla 52</b> .....	92
Balance de Situación Inicial.....	92
<b>Tabla 53</b> .....	94
Flujo de Caja.....	94
<b>Tabla 54</b> .....	96
Estado de Pérdidas y ganancias.....	96
<b>Tabla 55</b> .....	97
Balance General Proyectado .....	97
<b>Tabla 56</b> .....	99
Flujo de Fondos.....	99
<b>Tabla 57</b> .....	99
Determinación de la tasa de descuento .....	99
<b>Tabla 58</b> .....	100
VAN .....	100
<b>Tabla 59</b> .....	100
Comprobación.....	100
<b>Tabla 60</b> .....	101
Ingresos Actualizados.....	101
<b>Tabla 61</b> .....	101
Egresos Actualizados.....	101
<b>Tabla 62</b> .....	102
Inversión.....	102
<b>Tabla 63</b> .....	102
Indicadores Financieros .....	102
<b>Tabla 64</b> .....	104
Cronograma de actividades .....	104

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> Ubicación Parroquia de Tabacundo .....	22
<b>Figura 2</b> ITSHCPP sede Pedro Moncayo.....	23
<b>Figura 3</b> Nivel de Confianza (Z) .....	25
<b>Figura 4</b> Preparación manejo de su negocio.....	28
<b>Figura 5</b> Capacitación para mejorar todo el manejo de su negocio.....	29
<b>Figura 6</b> Área para capacitación.....	30
<b>Figura 7</b> Inversión por recibir capacitación.....	31
<b>Figura 8</b> Tiempo de dedicación a las capacitaciones .....	32
<b>Figura 9</b> Días convenientes .....	33
<b>Figura 10</b> Horario para recibir capacitación.....	34
<b>Figura 11</b> Ha escuchado o conoce algún centro de capacitación .....	35
<b>Figura 12</b> Información sobre los Centros de Capacitación.....	36
<b>Figura 13</b> Formas de pago .....	37
<b>Figura 14</b> Macro localización Cantón Pedro Moncayo .....	43
<b>Figura 15</b> Macro localización Parroquia de Tabacundo .....	44
<b>Figura 16</b> Micro localización Centro de Tabacundo.....	44
<b>Figura 17</b> Diagrama de flujo Cursos de capacitaciones .....	47
<b>Figura 18</b> Diagrama de flujo charlas promocionales .....	48
<b>Figura 19</b> Diagrama de Flujo Asesorías Técnicas .....	49
<b>Figura 20</b> Cadena de valor .....	52
<b>Figura 21</b> Distribución de la planta del centro de capacitación .....	53
<b>Figura 22</b> Logotipo.....	57
<b>Figura 23</b> Misión Centro de Capacitación.....	58
<b>Figura 24</b> Visión Centro de Capacitación .....	58
<b>Figura 25</b> Organigrama Estructural .....	62
<b>Figura 26</b> Organigrama Funcional.....	63
<b>Figura 27</b> Amortización.....	90

## **INTRODUCCIÓN**

### **1. SELECCIÓN Y DEFINICIÓN DEL TEMA**

“Estudio de Factibilidad para La creación de un Centro de Capacitación en El Cantón Pedro Moncayo, Parroquia De Tabacundo”

### **2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La inexistencia de un centro que brinde capacitaciones correspondientes a las áreas administrativas, contables, emprendimiento entre otras, ha generado que pequeños, micro emprendedores no desarrollen sus capacidades enfocadas a negocios ya que no cuentan con el sustento educativo correcto que les permita generar nuevas ideas que fortalezcan sus negocios o futuros negocios.

El crecimiento fallido de educación, capacitación a desembocado en obtener un mercado de bienes y servicios débil; que no se encuentra en la capacidad de brindar la atención adecuada para que esta pueda cubrir toda la demanda de necesidades expuestas por las personas que eligen cualquier tipo de servicio o producto.

### **3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

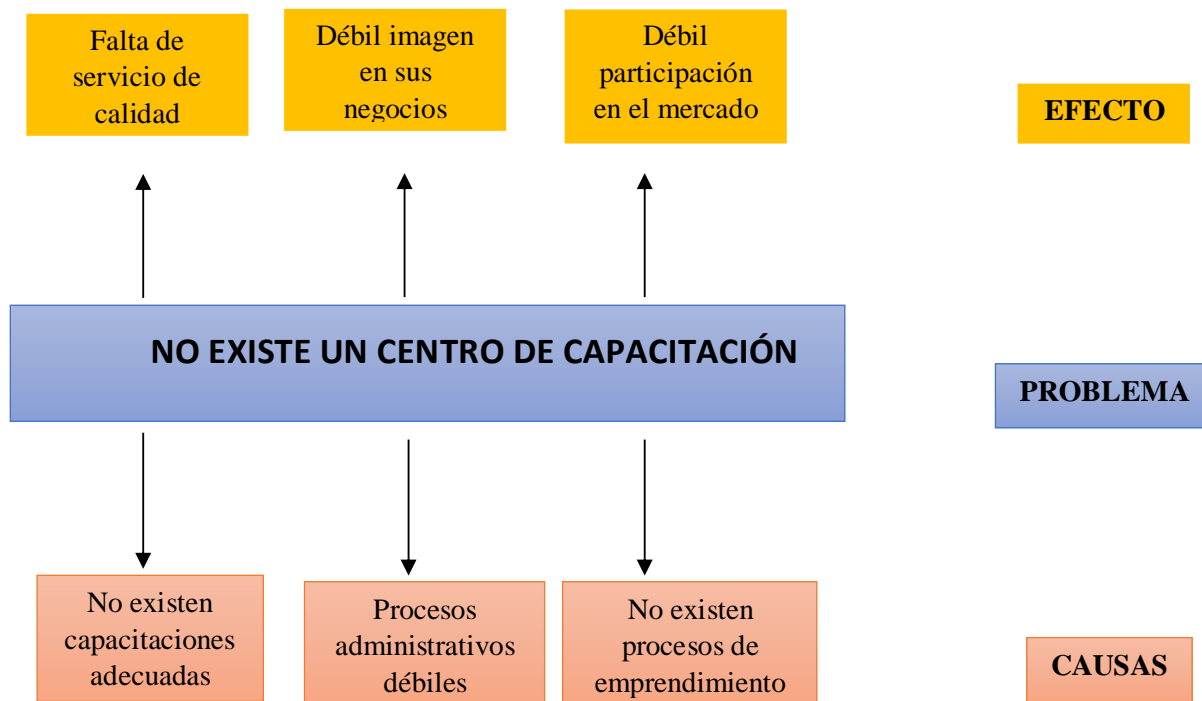
Pobladores que presentan un bajo porcentaje de capacitación, la inexistencia de un adecuado centro de capacitación, ha provocado que disminuya o no exista participación de negocios en el mercado al cual están dirigidos.

### **4. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA**

- ¿Será beneficioso para los pobladores la creación de un centro de capacitación?
- ¿Cuál será el aporte específico de la creación de un centro de capacitación para la población tabacundeña?

- ¿De qué manera afecta a los negocios la falta de una capacitación adecuada?

## 5. ANÁLISIS CRÍTICO DEL PROBLEMA



## 6. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

### OBJETIVO GENERAL

Desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de un Centro de Capacitación en el Cantón Pedro Moncayo Parroquia de Tabacundo.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Adecuar un centro de capacitación en la parroquia de Tabacundo para que los pequeños, medianos negocios puedan mejorar en gran magnitud la calidad de sus productos o servicios para mantener clientes satisfechos y fieles.
- Cumplir con todas las normas, leyes, reglamentos que establecen las diferentes dependencias para lograr un adecuado funcionamiento del centro.



- Realizar planes de capacitación para que los pobladores puedan cumplir todos los procedimientos administrativos, financieros entre otros que requiere cada uno de sus negocios para lograr obtener una población emprendedora que es capaz de satisfacer toda la demanda establecida en los mercados a los que han enfocado su actividad.

## **7. JUSTIFICACIÓN Y VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN**

El proyecto tiene como fin la investigación para realizar un estudio de factibilidad ya que ha notado un evidente porcentaje de personas que conocen nuevos procedimientos para llevar su contabilidad o nuevos procesos para actualizar todos sus métodos de desarrollo en sus negocios, para esto se pretende crear un centro que brinde capacitaciones adecuadas acordes a las necesidades de todos los pobladores, para lograr mejorar sus emprendimientos o estilos de vida; serán guías que mediante una investigación se determinará su factibilidad .

Es importante que mediante este tipo de centros las personas que pretenden iniciar negocios o ya los tienen, tengan la posibilidad de mejorarlos con capacitaciones que brinden todo el potencial en conocimientos y estrategias nuevas para potenciarlas en el mercado al cual se dirigen; y así lograremos una parroquia más productiva con ganas de superación y sobretodo con capacidades para enfrentar las nuevas innovaciones.

## **8. IDEA A DEFENDER**

El área de la capacitación consiste en un punto principal en la participación en el mercado de la educación la preparación de los emprendedores favorecerá el proceso negocio – emprendedor lo que generará estrategias que permitirán resolver con eficiencia la problemática de los distintos servicios.

## CAPÍTULO I

### 1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

#### 1.1. MARCO TEÓRICO

##### **Estudio de factibilidad**

Estudio de Factibilidad: Según Varela, “se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto”. El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso.

El estudio de factibilidad se divide en las siguientes etapas:

- Estudio de mercado
- Estudio Administrativo
- Estudio Técnico
- Estudio Legal
- Estudio Ambiental
- Estudio Financiero

**Estudio Administrativo:** El estudio administrativo consiste en determinar la planificación estratégica, estructura organizacional, definir el talento humano y procesos administrativos que necesita una empresa para su establecimiento.

**Estudio de Mercado:** Es un proceso sistemático que permite conocer las necesidades y gustos de los clientes, analizar la competencia, lanzar o mejorar un producto o servicio y ubicar en una plaza adecuada a la empresa.

**Estudio Técnico:** Consiste en hacer un análisis y determinar los aspectos necesarios para producir eficientemente un bien o servicio, los elementos que se analiza en el estudio técnico son el tamaño y localización óptimo del proyecto, tecnología, maquinaria, materia prima y procesos. El objetivo del estudio técnico es optimizar los recursos y demostrar que el producto o servicio es factible.

**Estudio Legal:** Son normas o leyes bajo las cuales se regulan actividades para la ejecución del proyecto.

**Estudio Ambiental:** Es el procedimiento que sirve para identificar, prevenir e interpretar los impactos ambientales que producirá un proyecto en su entorno en caso de ser ejecutado. Impacto ambiental. (s.f). Blog de WordPress.com.

**Estudio Financiero:** Este estudio permite realizar una evaluación económica de los recursos que se necesita para llevar a cabo un proyecto, el objetivo del estudio financiero es analizar la capacidad que tiene una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo.

**Marketing Mix:** Es una estrategia de marketing que utilizan las empresas para alcanzar una meta deseada en el mercado, está compuesto por cuatro elementos que se les denomina las cuatro (P), estos son los cuatro elementos básicos con los que el profesor de contabilidad estadounidense E. Jerome McCarthy definió el concepto de marketing.

### **Análisis Financiero**

Se puede definir como un proceso que comprende la recopilación, interpretación, comparación y estudio de los estados financieros y datos operacionales de un negocio. Esto implica el cálculo e interpretación de porcentajes, tasas, tendencias, indicadores y estados financieros complementarios o auxiliares, los cuales sirven para evaluar el desempeño financiero y operacional de la firma. (Hurtado, 2010).

## **Proyectos**

El autor (Urbina) al proyecto como “la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema, claro con tendencia a resolverse, las decisiones de un proyecto no debe basarse en un solo punto de vista, es importante tomar decisiones que lleven por buen camino el desarrollo de todo proyecto”.

### **Análisis financiero**

“El análisis financiero se define como el conjunto de técnicas utilizadas para diagnosticar la situación y perspectivas de la empresa. El fin fundamental del análisis financiero es poder tomar decisiones adecuadas en el ámbito de la empresa. Estas técnicas se basan principalmente en la información contenida en los estados financieros y pretenden realizar un diagnóstico de la empresa que permita obtener conclusiones sobre la marcha del negocio y su evolución futura” (Espejo, 2011).

### **Análisis de la situación (Diagnóstico)**

En esta parte se incluye normalmente un análisis de las fuerzas del ambiente externo, los recursos internos los grupos de consumidores que atienden la compañía, las estrategias para satisfacerlos y las medidas fundamentales del desempeño de marketing. Además se identifica y evalúa a los competidores que atienden a los mismos mercados. Muchas empresas, suelen incluir en esta parte un análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas). (Espejo, 2011).

### **Centros de capacitación**

Promueve la creación de nuevos negocios y el fortalecimiento de otros ya existentes, como una alternativa de solución al problema del desempleo y la falta de oportunidades de inserción

al mercado laboral de una gran cantidad de hombres y mujeres de escasos recursos, que habitan en sectores marginados.

### **Poder de negociación de los compradores**

En este punto se tienen problemas cuando los clientes cuentan con un producto que tiene varios sustitutos en el mercado o que puede llegar a tener un costo más alto que otros productos si tu producto llega a tener un costo más alto que otros similares en el mercado. Si los compradores están bien organizados, esto hace que sus exigencias sean cada vez más altas y que exijan incluso una reducción de precios notable. (Riquelme, 2015).

### **Análisis de factibilidad**

Permite medir que tan rentable es el proyecto de factibilidad al ser implementado y analiza si se obtendrá utilidad que el centro espera.

Para ello se considera los siguientes métodos de evaluación:

**Valor Actual Neto (VAN):** Es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable.

**Tasa Interna de Retorno (TIR):** La TIR es la tasa de descuento (TD) de un proyecto de inversión que permite que el BNA sea igual a la inversión (VAN igual a 0). La TIR es la máxima TD que puede tener un proyecto para que sea rentable, pues una mayor tasa ocasionaría que el BNA sea menor que la inversión (VAN menor que 0).

Entonces para hallar la TIR se necesitan:

- Tamaño de inversión.
- Flujo de caja neto proyectado.

## **Estructura Organizacional**

Una estructura de organización debe estar diseñada de manera que sea perfectamente claro para todos quien debe realizar determinada tarea y quien es responsable por determinados resultados; en esta forma se eliminan las dificultades que ocasiona la imprecisión en la asignación de responsabilidades y se logra un sistema de comunicación y de toma de decisiones que refleja y promueve los objetivos de la empresa. (jose.blogspot, 2011)

## **1.2. MARCO CONCEPTUAL**

### **Estrategia**

Según el autor ROVERE, M. (2012) manifiesta que un estrategia “Es el conjunto de decisiones fijadas en un determinado contexto o plano, que proceden del proceso organizacional y que integra misión, objetivos y secuencia de acciones administrativas en un todo independiente” (p.04).

Las estrategias son métodos que se utilizan para alcanzar objetivos.

### **Procesos**

Para (Just, 1996) Por lo general las compañías funcionan por departamentos, los cuales normalmente funcionan para maximizar sus propios objetivos y no los de la empresa. En la actualidad en las empresas se forman equipos interdepartamentales que administran los procesos empresariales centrales. (p. 5).

### **Recursos**

Los recursos pueden ser propios, arrendados o rentados. Muchos negocios han optado por recurrir a fuentes externas para obtener algunos medios cuya importancia no es crítica. Las compañías inteligentes identifican sus niveles de competencia centrales y los utilizan como

base para su planeación estratégica en cuanto a productos y negocios futuros. (Just, 1996, pág. 5)

### **F.O.D.A**

Una herramienta propia del análisis estratégico es el F.O.D.A, que consiste en evaluar al macro y micro entorno de la compañía.

### **Presupuesto**

Es la expresión cuantitativa del plan de marketing y de los programas de acción.

### **Capacitación**

Capacitación, o desarrollo de personal, es toda actividad realizada en una organización, respondiendo a sus necesidades, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal.

### **Centro**

Es un espacio que promueve el crecimiento y desarrollo integral de las personas, principalmente de la mujer que opera microempresas, jóvenes de bajos ingresos, y el personal de las instituciones que atiende el sector de las Micro finanzas, a través de diferentes programas, proyectos y actividades de capacitación, que facilita el desarrollo de competencias técnicas, mejora en las actitudes y desarrollo humano.

## **1.3. MARCO LEGAL Y COMERCIAL**

### **Constitución de la Republica 2008**

**Art. 26.-** La educación es un derecho de las personas a lo largo de su vida y un deber ineludible e inexcusable del Estado.

Constituye un área prioritaria de la política pública y de la inversión estatal, garantía de la igualdad e inclusión social y condición indispensable para el buen vivir. Las personas, las familias y la sociedad tienen el derecho y la responsabilidad de participar en el proceso educativo.

**Art. 33.-** El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía.

El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

### **Súper Intendencia de Compañías**

La Doctrina No. 19 de la Superintendencia de Compañías reconoce el aspecto societario del objeto social manifestando que constituye un aspecto de esencia del contrato social -es su causa- y que no puede expresarse en forma ambigua. Efectivamente requiere ser expresado en forma muy concreta.

El objeto está determinado por la categoría o categorías de actos para cuyo ejercicio se constituyó la sociedad. La actividad, en cambio, es el ejercicio efectivo de actos por la sociedad en funcionamiento.

En esta actividad, cuando los representantes exceden notoriamente el objeto social, no obligan a la sociedad; y cuando sea ilícita, se incurre en la sanción de los arts. 18, 19 y 20.

## **1.4. MARCO TEMPORAL ESPACIAL**

La presente investigación se realizará durante el primer semestre del año 2018, en la parroquia de Tabacundo.



## **1.5. MARCO METODOLÓGICO**

### **1. Unidad de análisis**

Parroquia de Tabacundo, Provincia de Pichincha.

### **2. Diseño de la investigación**

Se empleará el enfoque mixto porque permite recoger y analizar los datos cualitativos y cuantitativos obtenidos en el estudio de factibilidad.

### **3. Modalidad básica de la investigación**

A través de la investigación de campo.

De campo porque a través de este método de recopilación de datos podemos obtener información valiosa basada en la realidad, la información obtenida puede ayudarnos a acercarnos más a las necesidades y deseos de los clientes.

### **4. Tipo de investigación**

El tipo de investigación que se utilizará en el estudio será descriptivo. Descriptiva porque se pretende describir la realidad de las situaciones, eventos de las personas o grupos a los cuales se va analizar para seleccionar la técnica correcta para la recolección de datos.

### **5. Población y Muestra**

La población es la totalidad a investigar, para dar origen a los datos que servirán de información en el trabajo de investigación.

Para realizar el estudio de factibilidad se empleará datos obtenidos de la Población Económicamente Activa (PEA) de la parroquia de Tabacundo basándonos en personas mayores de edad hombres y mujeres, según datos formulados por el INEC en el último censo realizado a la población, en el año 2010.

## **6. Técnica e instrumento de investigación**

Para el proyecto de investigación se ha diseñado una encuesta basada en preguntas cerradas y de selección múltiple, el mismo que facilita al encuestado entender y tener un límite al momento de responder y al encuestador la facilidad de obtener los datos que el proyecto necesita para la tabulación y análisis de la información obtenida.

## **7. Tratamientos y análisis de datos**

Una vez procesada la información se presentarán los resultados a través de cuadros y gráficos estadísticos.

## **8. Fuentes para la recopilación de información**

La información se recolectará por medio de fuentes primarias y secundarias.

Primarias porque es necesaria para obtener información relevante y exacta la cual otorgará al encuestador la oportunidad de controlar las necesidades; a través de encuestas, entrevistas, observaciones.

Secundarias porque se utilizará documentos, informes que tenga relación con la investigación aplicada.

## CAPÍTULO II

### 2. ESTUDIO DE MERCADO

#### 2.1. Análisis del Sector

La parroquia de Tabacundo está ubicada al nororiente de la Provincia de Pichincha, es una zona con un gran porcentaje poblacional, y por su nivel de crecimiento demográfico se puede considerar altamente comercial.

Las arterias más relevantes de la parroquia de Tabacundo sin duda es el centro, el cual se ha convertido en la casa de todas las personas que desean emprender pequeños y grandes negocios.



**Figura 1** Ubicación Parroquia de Tabacundo  
**Fuente:** Google Maps

## 2.2. ANÁLISIS DEL MERCADO

### 2.2.1. Perfil del Consumidor

La población de Tabacundo entre hombres y mujeres, personas que tienen negocios y personas naturales que deseen reforzar todos sus conocimientos con nuevos métodos de aprendizaje.

### 2.2.2. Perfil de la Demanda

En la parroquia de Tabacundo existe una gran diversidad de emprendimientos, los mismos que con el tiempo se han hecho rutinarios o han desaparecido; esto ha provocado una gran disminución en la participación de cada uno de ellos en el gran mercado.

### 2.2.3. Análisis de la competencia y oferta

En el sector no existe oferta competitiva, no existe un centro que domine el mercado lo que existió es una oferta de personas que alguna vez impartieron este tipo de asesoramientos, pero no lograron satisfacer las necesidades de los clientes.

Con la creación de la nueva extensión de Instituto Tecnológico Superior HCPP se menciona una competencia en el ámbito educacional, el Instituto pretende ofertar carreras a nivel superior; pero no se considera aún competencia que afectará directamente la misión del centro que se pretende crear.



*Figura 2* ITSHCPP sede Pedro Moncayo

**Fuente:** Orellana R.

### 2.3. POBLACIÓN REFERENCIAL

La población es la totalidad a investigar, para dar origen a los datos que servirán de información en el trabajo de investigación.

Para realizar el estudio de factibilidad se empleará datos obtenidos de la Población Económicamente Activa (PEA) de la parroquia de Tabacundo basándonos en personas mayores de edad hombres y mujeres, según datos formulados por el INEC en el último censo realizado a la población, en el año 2010.

**Tabla 1**  
*Población Referencial*

<b>PROVINCIA</b>	<b>CANTÓN</b>	<b>PARROQUIA</b>	<b>Población Económicamente activa(PEA)</b>
Pichincha	Pedro Moncayo	Tabacundo	51.75%
Habitantes	33.172	7.551	

**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** Orellana R.

### 2.4. POBLACIÓN POTENCIAL

**Tabla 2**  
*Población Potencial*

<b>DATOS</b>	
Número de habitantes	7.551
Población económicamente activa	51.75%
Población Potencial	3.907

**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** Orellana R.

### 2.5. APLICACIÓN DE LA ENCUESTA

La encuesta se va aplicar a un porcentaje de la población económicamente activa de la parroquia de Tabacundo (población potencial) para esto se debe calcular la muestra.

### 2.5.1. Cálculo de la muestra

Para definir el número de encuestas a realizar se estableció como grado de confianza un 92% y un margen de error del 8%.

### 2.5.2. Nivel de confianza (Z)

De acuerdo a la tabla de distribución normal, el valor de “Z” asociado a un nivel de confianza del 92%, es de 1,75.

TABLA DE APOYO AL CALCULO DEL TAMAÑO DE UNA MUESTRA POR NIVELES DE CONFIANZA									
Certeza	95%	94%	93%	92%	91%	90%	80%	62.27%	50%
Z	1.96	1.88	1.81	1.75	1.69	1.65	1.28	1	0.6745

Figura 3 Nivel de Confianza (Z)

### 2.5.3. Población (N)

Corresponde a toda la población económicamente activa del área de influencia de la parroquia de Tabacundo.

### 2.5.4. La proporción estimada (p)

Es la probabilidad que existe que un evento ocurra, en este caso, la probabilidad que las personas están dispuestas a obtener el producto, al no contar con información previa es prudente suponer que existe una probabilidad del 50% que las personas adquieran los productos y un 50% la probabilidad de fracaso (q).

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

**En donde:**

n = tamaño de la muestra

N= población (3907)

Z= nivel de confianza (92% de acuerdo a la tabla = 1,75)

p = probabilidad de ocurrencia del suceso = (0,5)

q= probabilidad de no ocurrencia del suceso (1 – p) = (0,5)

e= error de estimación (8%) = (0,08)

**Aplicación de la fórmula**

$$n = \frac{3907 * 1,75^2 * 0,5 * 0,5}{(3907 - 1) * 0,08^2 + 1,75^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{2991}{11.70}$$

$$n = 255,64$$

El tamaño de la muestra es de 255,64 por efectos de cálculo se redondea a 256 para obtener mejores resultados.

**2.5.5. Diseño del cuestionario**

Para el proyecto de investigación se ha diseñado una encuesta basada en preguntas cerradas y de selección múltiple, el mismo que facilita al encuestado entender y tener un límite al momento de responder y al encuestador la facilidad de obtener los datos que el proyecto necesita para la tabulación y análisis de la información obtenida. **VER EN EL ANEXO 1.**

### **2.5.6. Presentación y análisis de resultados**

Los principales lugares en los que se realizó la encuesta fueron los siguientes:

- Parque central de Tabacundo
- Calles aledañas al centro de Tabacundo
- Vía principal

Población encuestada:

- Hombre y mujeres del sector mayores de edad
- Comerciantes

Días y horas dedicados a la encuesta:

- Viernes 25 de mayo (8h00 a 12h00) 5 horas
- Sábado 26 de mayo (10h00 a 15h00) 6 horas.



## ANÁLISIS DE RESULTADOS

**Pregunta 1.** ¿Considera usted que necesita prepararse para mejorar el manejo de su negocio?

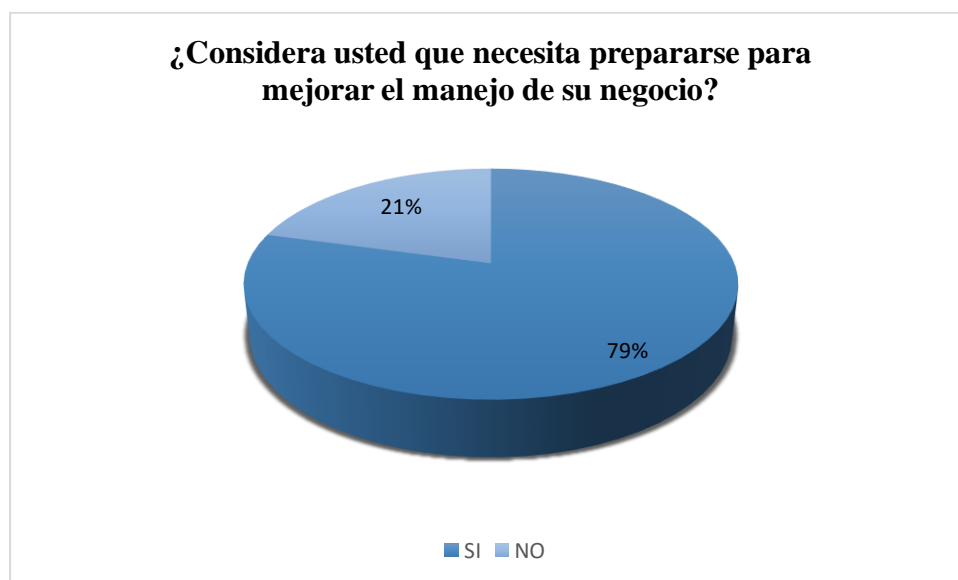
**Tabla 3**

*Preparación manejo de su negocio*

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>SI</b>	<b>203</b>	<b>79%</b>
<b>NO</b>	<b>53</b>	<b>21%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>256</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Orellana R.

**Fuente:** Encuesta población de Tabacundo.



**Figura 4** Preparación manejo de su negocio

**Elaborado por:** Orellana R.

**Fuente:** Encuesta población de Tabacundo.

**Análisis:** Más de la mitad de los encuestados respondieron que necesitan prepararse para mejorar el manejo de su negocio, mientras que los demás pobladores no les interesan realizar este tipo de procesos.

**Pregunta 2.** ¿Ha tomado algún curso de capacitación para mejorar todo el manejo de su negocio?

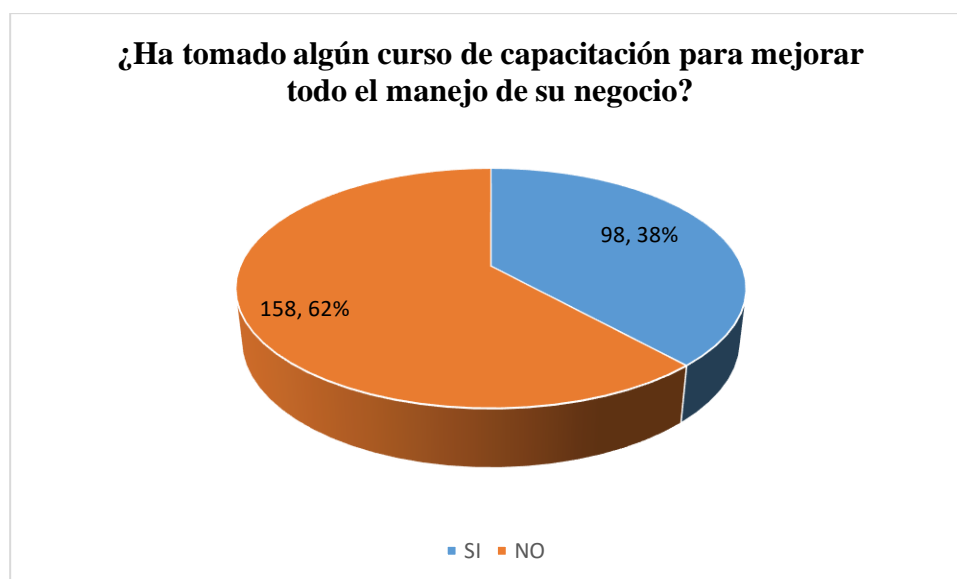
**Tabla 4**

*Capacitación para mejorar todo el manejo de su negocio*

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
SI	98	38%
NO	158	62%
<b>TOTAL</b>	<b>256</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Orellana R.

**Fuente:** Encuesta población de Tabacundo.



**Figura 5** Capacitación para mejorar todo el manejo de su negocio

**Elaborado por:** Orellana R.

**Fuente:** Encuesta población de Tabacundo.

**Análisis:** Más del 50% de encuestados respondió que no ha recibido algún curso de capacitación mientras que la población encuestada restante manifestó haber recibido algún curso.

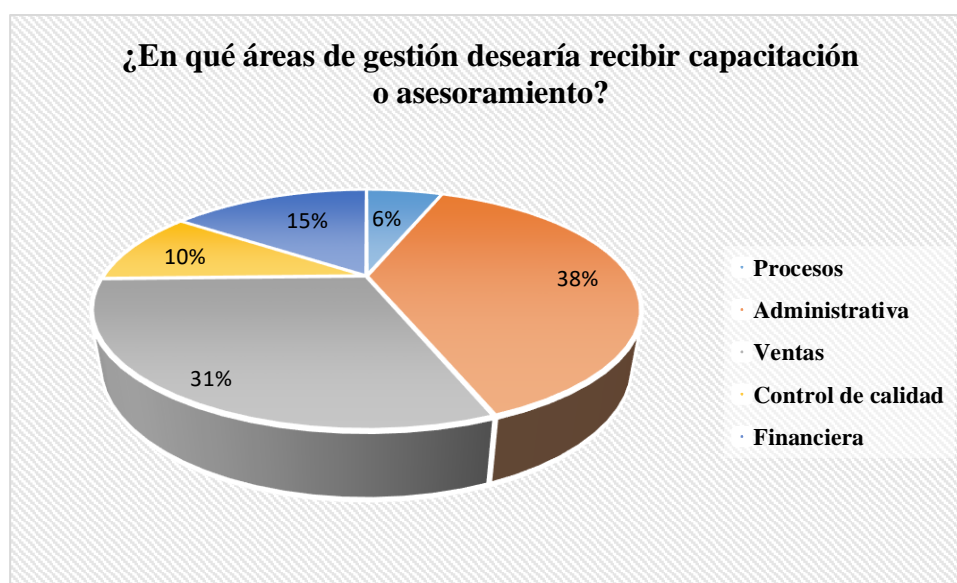
**Pregunta 3.** ¿En qué áreas de gestión desearía recibir capacitación o asesoramiento?

**Tabla 5**  
Área para capacitación

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Procesos	15	6%
Administrativa	98	38%
Ventas	78	31%
Control de calidad	26	10%
Financiera	39	15%
<b>TOTAL</b>	<b>256</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Orellana R.

**Fuente:** Encuesta población de Tabacundo.



**Figura 6** Área para capacitación

**Elaborado por:** Orellana R.

**Fuente:** Encuesta población de Tabacundo.

**Análisis:** Más de la mitad de los encuestados manifestaron que les gustaría recibir capacitación en temas específicos en el área administrativa, ventas, y financiera y los demás mostraron un porcentaje mínimo en las áreas restantes.

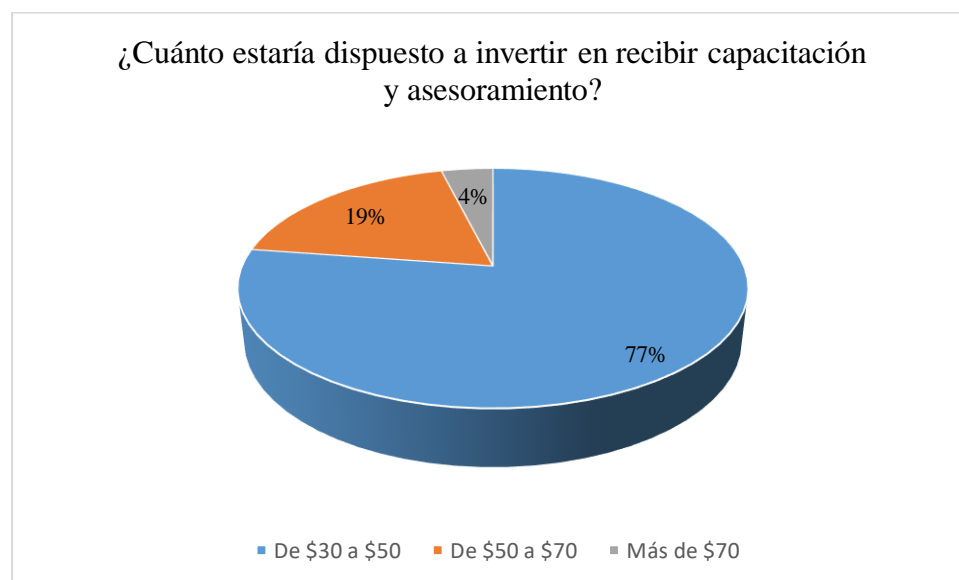
**Pregunta 3.** ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir en recibir capacitación y asesoramiento?

**Tabla 6**  
*Inversión por recibir capacitación*

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
De \$30 a\$50	198	77%
De \$50 a \$70	48	48%
Más de \$70	10	19%
<b>TOTAL</b>	<b>256</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Orellana R.

**Fuente:** Encuesta población de Tabacundo.



**Figura 7** Inversión por recibir capacitación

**Elaborado por:** Orellana R.

**Fuente:** Encuesta población de Tabacundo.

**Análisis:** El 77% de la población encuestada menciona que estaría dispuesta a invertir en su capacitación de \$30 a \$50 dólares, mientras que el porcentaje restante se inclina por un valor más elevado.

**Pregunta 5.** ¿Qué tiempo le gustaría dedicar para recibir su capacitación?

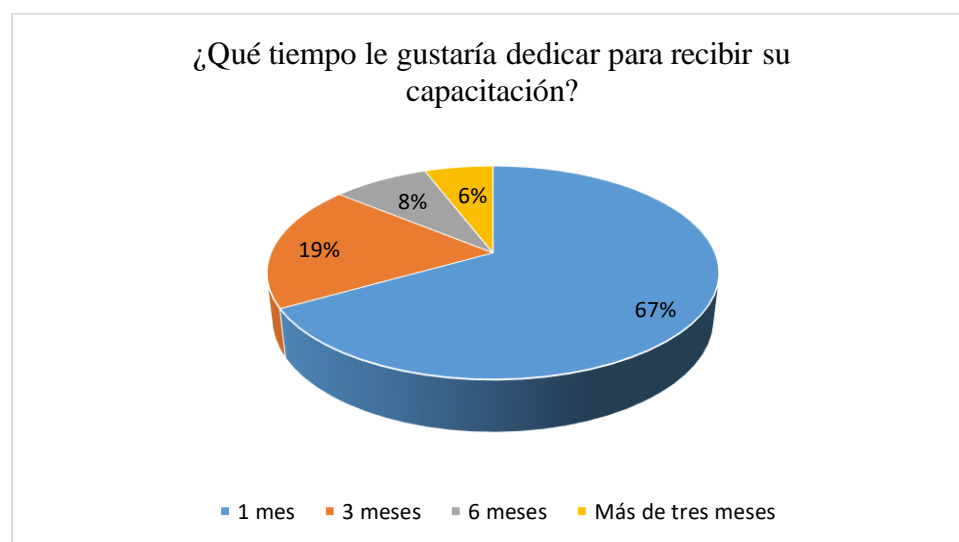
**Tabla 7**

*Tiempo de dedicación a las capacitaciones*

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
1 mes	171	67%
3 meses	49	19%
6 meses	21	8%
Más de tres meses	15	6%
<b>TOTAL</b>	<b>256</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Orellana R.

**Fuente:** Encuesta población de Tabacundo.



**Figura 8** Tiempo de dedicación a las capacitaciones

**Elaborado por:** Orellana R.

**Fuente:** Encuesta población de Tabacundo.

**Análisis:** Se determina que el 67% de los encuestados mencionan dedicar su tiempo en capacitaciones por un mes, un porcentaje notable menciona que estaría dispuesto a dedicar su tiempo a 3 meses y el porcentaje restante lo haría a partir de 4 meses.

**Pregunta 6.** ¿Qué días cree usted es conveniente recibir las capacitaciones?

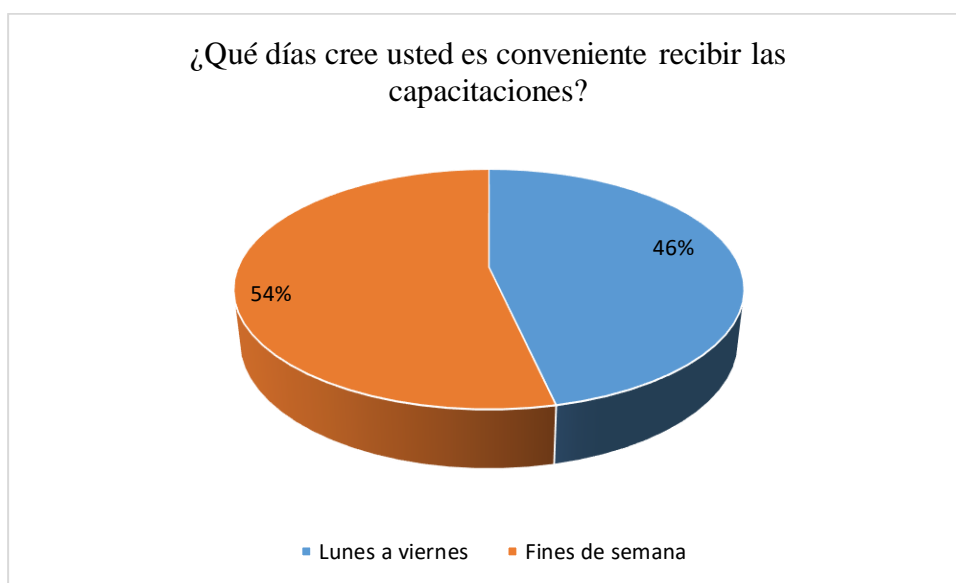
**Tabla 8**

*Días convenientes*

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Lunes a viernes	119	46%
Fines de semana	137	54%
<b>TOTAL</b>	<b>256</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Orellana R., 2018

**Fuente:** Encuesta población de Tabacundo.



**Figura 9** Días convenientes

**Elaborado por:** Orellana R.

**Fuente:** Encuesta población de Tabacundo.

**Análisis:** Más de la mitad de pobladores encuestados respondieron que estarían dispuestos a recibir las capacitaciones los fines de semana, pero existe un porcentaje relevante de personas que desearían recibir este tipo de instrumento de lunes a viernes.

**Pregunta 7.** ¿Cuál es el horario que elegiría para recibir capacitación?

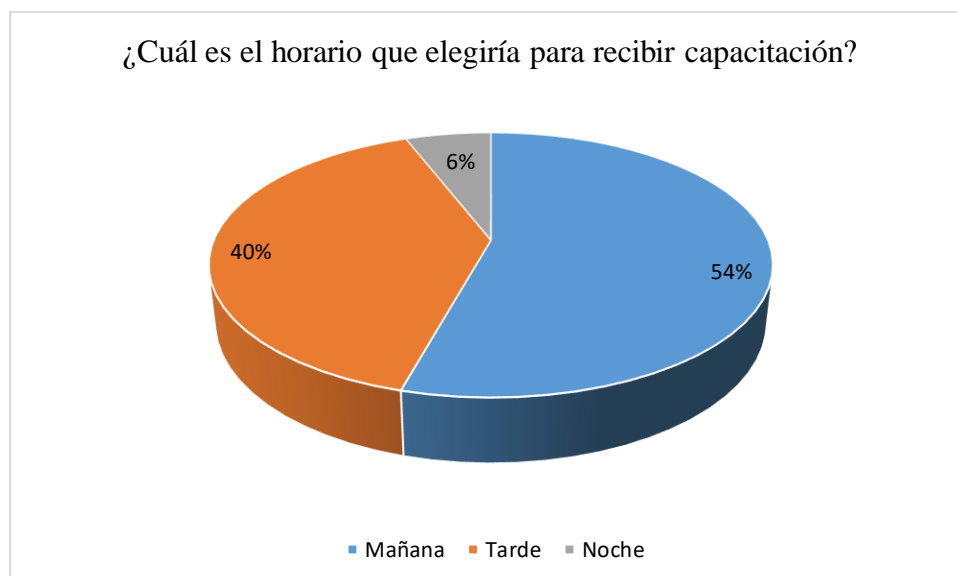
**Tabla 9**

*Horario para recibir capacitación*

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Mañana	139	54%
Tarde	102	40%
Noche	15	6%
<b>TOTAL</b>	<b>256</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Orellana R.

**Fuente:** Encuesta población de Tabacundo.



**Figura 10** Horario para recibir capacitación

**Elaborado por:** Orellana R.

**Fuente:** Encuesta población de Tabacundo.

**Análisis:** En la encuesta realizada se resalta dos horarios claves, los encuestados prefieren recibir las capacitaciones en la mañana y tarde siendo los porcentajes con más acogida mientras que la noche reveló menos acogida.

**Pregunta 8.** ¿Ha escuchado o conoce algún centro de capacitación?

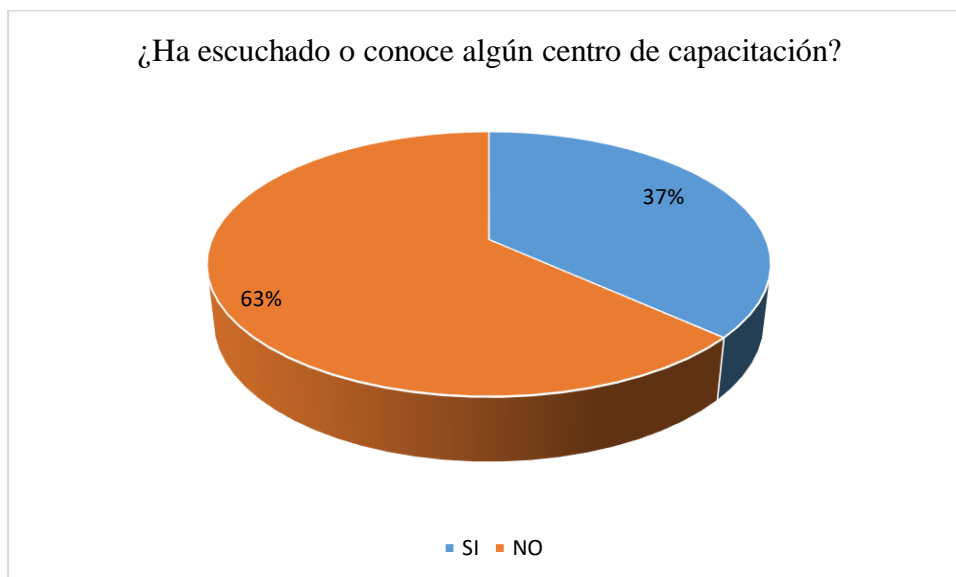
**Tabla 10**

*Ha escuchado o conoce algún centro de capacitación*

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
SI	94	37%
NO	162	63%
<b>TOTAL</b>	<b>256</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Orellana R.

**Fuente:** Encuesta población de Tabacundo.



**Figura 11** Ha escuchado o conoce algún centro de capacitación

**Elaborado por:** Orellana R.

**Fuente:** Encuesta población de Tabacundo.

**Análisis:** Más de la mitad de los encuestados mencionaron no conocer un centro de capacitación, mientras que el porcentaje restante mencionaron que si lo conocen.



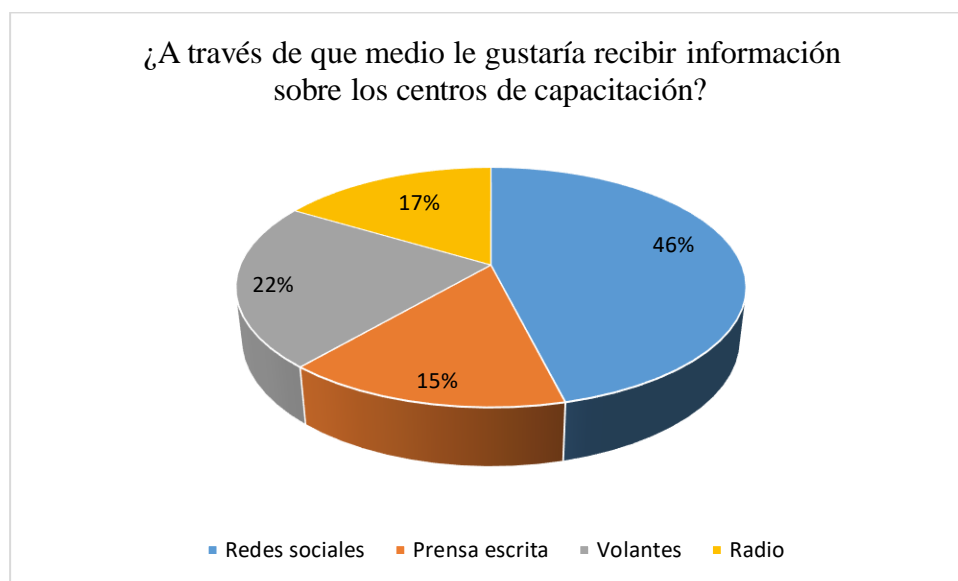
**Pregunta 9.** ¿A través de que medio le gustaría recibir información sobre los centros de capacitación?

**Tabla 11**  
*Información sobre los Centros de Capacitación*

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Redes Sociales	118	46%
Prensa escrita	39	15%
Volantes	57	22%
Radio	42	17%
<b>TOTAL</b>	<b>256</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Orellana R.

**Fuente:** Encuesta población de Tabacundo.



**Figura 12** Información sobre los Centros de Capacitación

**Elaborado por:** Orellana R.

**Fuente:** Encuesta población de Tabacundo.

**Análisis:** La mayoría de los encuestados menciona que desearían recibir información mediante las redes sociales sobre los centros de capacitación; en cambio los demás estarían gustosos de recibir información mediante volantes, prensa escrita y radio.

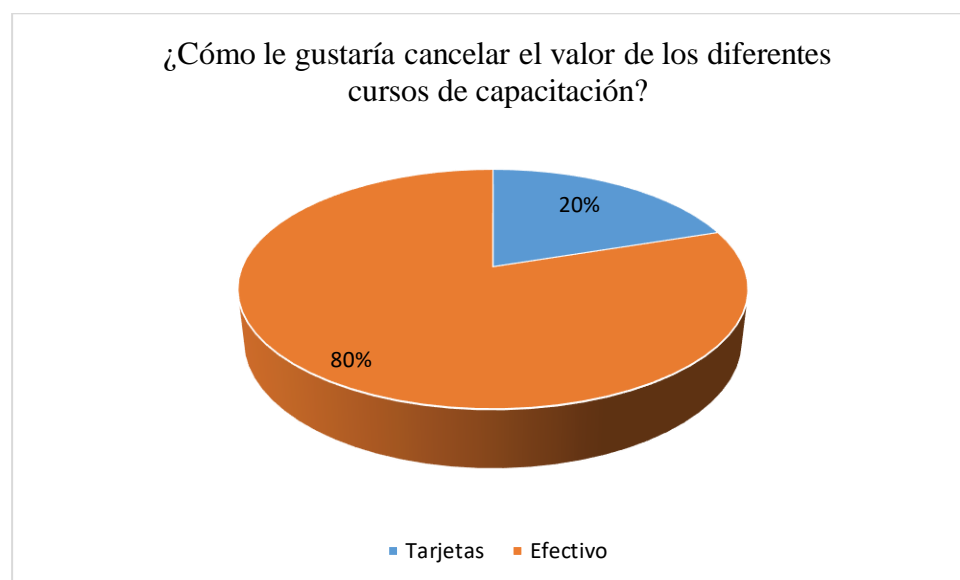
**Pregunta 10.** ¿Cómo le gustaría cancelar el valor de los diferentes cursos de capacitación?

**Tabla 12**  
*Formas de pago*

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Tarjetas	51	20%
Efectivo	205	80%
<b>TOTAL</b>	<b>256</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Orellana R.

**Fuente:** Encuesta población de Tabacundo.



**Figura 13** Formas de pago

**Elaborado por:** Orellana R.

**Fuente:** Encuesta población de Tabacundo.

**Análisis:** La mayoría de encuestados respondió estar dispuestos a cancelar el valor de la capacitación en efectivo, mientras que un significativo grupo de encuestados mencionaron cancelar con tarjetas.

### **2.5.7. Análisis e interpretación de los resultados**

La investigación se basa en un diagnóstico realizado a la población de la parroquia de Tabacundo específicamente a mujeres y hombre mayores de edad y a pequeños comerciantes, la encuesta dio como resultado que existe poca información sobre la existencia de este tipo de establecimientos lo que conlleva una mala interpretación del concepto sobre un Centro de capacitación, las personas no tienen una percepción básica de las actividades que se realizan dentro de él, los cursos y asesoramientos que pueden aplicar en sus negocios esto puede llegar a hacer la diferencia de los demás, logrando posesionarlos en el mercado mejorar su participación. Con los resultados obtenidos en la encuesta que se realizó a las personas de la parroquia de Tabacundo, se determina que el 79% de los pobladores necesitan preparación para mejorar el manejo de sus negocios, el 62% no ha tomado ningún curso de capacitación, 38% de encuestados respondieron que les gustaría recibir capacitación en las áreas administrativas, el 77% estarían dispuestos a invertir entre 30 a 50 dólares por un curso de capacitación; el 67% de los encuestados prefieren dedicar un tiempo de un mes a un curso de capacitación, el 54% recibiría este tipo de cursos los fines de semana el 54% lo haría en el horario de la mañana.

El 63% de los pobladores mencionan no haber escuchado o conocer un centro de capacitación, el 46% preferirían recibir información sobre los centros por medio de las redes sociales el 80% prefieren cancelar el valor del curso en efectivo. La entrevista realizada a algunos pobladores nos arrojó que no se aplicó una gestión de capacitación elevada, algunos de los pobladores han logrado mantenerse en el mercado a veces sin generar rentabilidad y otros han finalizado todos sus emprendimientos.

Con estos resultados se justifica la realización de un ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE CAPACITACIÓN EN EL CANTÓN PEDRO

MONCAYO, PARROQUIA DE TABACUNDO para el mejoramiento y reconocimiento en el mercado al cual está dirigido.

## CAPÍTULO III

### 3. ESTUDIO TÉCNICO

En este capítulo se analizará los diferentes parámetros técnicos que deberá cumplir el centro para su correcto funcionamiento, así como determinar los requerimientos curriculares, materiales, tecnológicos, humanos y de infraestructura, con la finalidad de diseñar y brindar un servicio de calidad para los clientes del sector.

Entre los requerimientos que se analizarán está el espacio físico que se necesitará, además se especificará la distribución para llevar a cabo las actividades de las diferentes áreas, a fin de brindar adecuadamente el servicio. El personal profesional necesario para llevar a cabo esta empresa, es otro aspecto a considerar ya que permitirá diseñar puestos, obligaciones y remuneraciones. El distinguir la cantidad de material a emplear en los diferentes eventos ayudará a minimizar los costos unitarios de producción y su incidencia en el precio final y rentabilidad de la empresa.

En resumen, el objetivo de este capítulo es diseñar como se llevará a cabo el servicio y determinar la factibilidad de la empresa.

#### 3.1. Tamaño del Proyecto

El tamaño del proyecto se emplea para medir la capacidad productiva del Centro en un tiempo considerado como normal y tomando en cuenta las características de la empresa. El porcentaje de cobertura de la demanda insatisfecha por parte del nuevo Centro de Capacitación en el primer año es bajo, para poder posicionar fuertemente a la empresa en el mercado. Se pretende dictar 60 cursos en el primer año, contando con 15 asistentes mínimo

### **3.1.1. Factores determinantes del tamaño**

Los factores que condicionan y determinan el tamaño de la empresa se detallan a continuación:

#### **3.1.1.1. El mercado**

El mercado tiene gran influencia en la definición del tamaño del proyecto. Para aportar a la determinación del tamaño se define la función demanda con sus proyecciones futuras, la finalidad es que el tamaño del proyecto responda al dinamismo que presenta la demanda.

### **3.2. Disponibilidad de recursos financieros**

Para llevar a cabo el presente proyecto se contará con el aporte del 61% de recursos propios y 39% se buscará financiamiento en alguna de las entidades financieras. La Corporación Financiera Nacional (CFN) o el Banco de Pichincha (BP) podrían ser opciones gubernamentales, aprovechando la atención y facilidades que está canalizando el gobierno al microcrédito, como se ha visto en la aplicación del crédito 555, es decir otorgar créditos de hasta 5 mil dólares a 5 años plazo, y al 5% de interés anual. Sin embargo, entre las garantías que exigen estas instituciones está el funcionamiento de la empresa por lo menos 6 meses, por tal razón se ha establecido realizar el crédito con una institución bancaria privada que oferte una tasa de interés adecuada. La institución financiera Banco del Pacífico establece una tasa de interés del 11% por lo que se ha determinado realizar el financiamiento en esta entidad. Otra opción de financiamiento, muy poco conocida y por ende poco empleada por los empresarios de la microempresa y de pequeñas empresas, es el financiamiento a través del mercado financiero, que constituye una fuente con menor costo financiero que las demás opciones.

### 3.3. Disponibilidad de mano de obra

El Centro de Capacitación contará con los servicios que prestarán diferentes profesionales de distintas ramas gerenciales. Para contar con la participación oportuna de estos profesionales, se estructurará una base de datos especificando la formación, experiencia, área de enseñanza y disponibilidad de tiempo; esto permitirá diseñar los objetivos de aprendizaje, programas y horarios de los diferentes eventos de capacitación y asesorías.

### 3.4. Definición de las capacidades de servicios

La capacidad de producción se define como el volumen de producción de bienes y/o servicios que le son posible generar a una unidad productiva de acuerdo con la infraestructura que cuenta.

La capacidad de un proceso puede ser definida de las siguientes maneras:

**1. Capacidad instalada o de diseño:** es la tasa máxima de producción posible para un proceso, considerando el 100 % de eficiencia de la fuerza laboral, instalaciones y equipos.

**2. Capacidad efectiva:** es la capacidad instalada considerando los tiempos improductivos derivadas por las condiciones de operación de los procesos.

La capacidad instalada del Centro de Capacitación estará definida por la cantidad de cursos que podrá dictar al año, considerando los porcentajes de crecimiento determinados mediante la información del estudio de mercado. Para el primer año se determinó que la capacidad instalada sea de 60 cursos, tomando un crecimiento del 10% en el segundo año con respecto al primer año, y 5% anual para el resto del periodo de evaluación.

### 3.5. Localización del proyecto

Para el presente proyecto se ha elegido el Cantón Pedro Moncayo, Parroquia de Tabacundo ya que se presenta como un sector altamente comercial por el constante crecimiento poblacional y crecimiento económico.

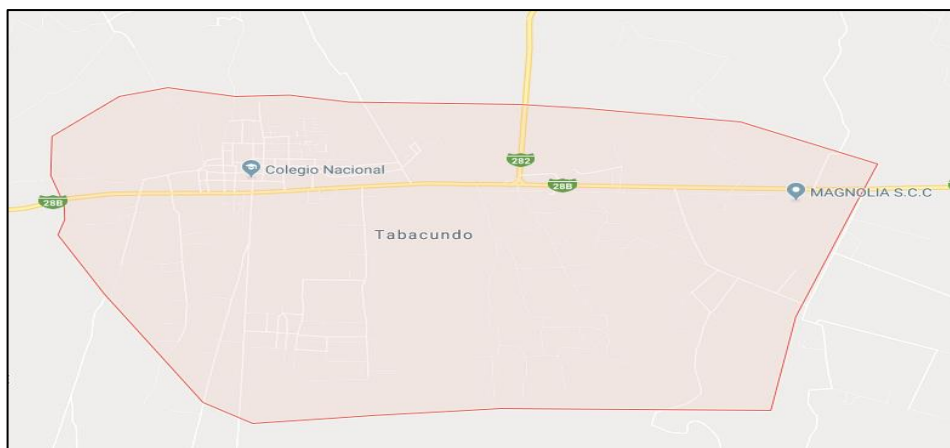
#### 3.5.1. Macro localización del proyecto

A continuación, se presenta el mapa de localización del Cantón Pedro Moncayo y la parroquia de Tabacundo.



**Figura 14** Macro localización Cantón Pedro Moncayo  
**Fuente:** Google Maps





**Figura 15** Macro localización Parroquia de Tabacundo  
**Fuente:** Google Maps

**Tabla 13**  
 Macro localización del proyecto

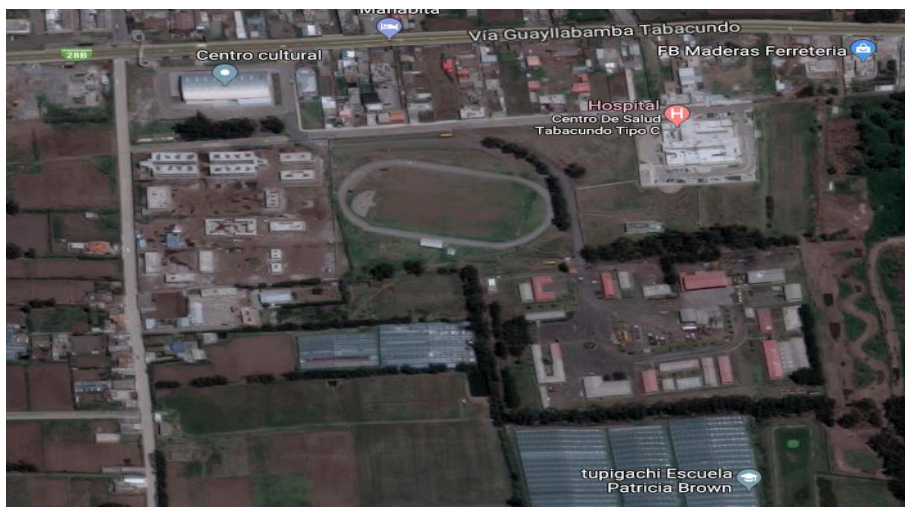
<b>MACRO LOCALIZACIÓN</b>	
<b>PAÍS</b>	ECUADOR
<b>PROVINCIA</b>	PICHINCHA
<b>CANTÓN</b>	PEDRO MONCAYO
<b>ZONA</b>	URBANA
<b>PARROQUIA</b>	TABACUNDO

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** Orellana R.

### 3.5.2. Micro localización del proyecto

En la Parroquia de Tabacundo se eligió al Centro por ser una zona netamente comercial en la que se puede involucrar a posibles clientes.



**Figura 16** Micro localización Centro de Tabacundo  
**Fuente:** Google Maps

**Tabla 14***Micro Localización del Proyecto*

<b>MICRO LOCALIZACIÓN</b>	
<b>PARROQUIA</b>	<b>TABACUNDO</b>
<b>CALLES</b>	<b>VÍA GUAYLLABAMBA CALLE SIMÓN BOLÍVAR</b>

**Fuente:** Investigación directa**Elaborado por:** Orellana R.

Para la elección del proyecto se ha tomado en cuentas varios aspectos los que han sido considerados como primordiales para la ubicación, siendo los siguientes:

**Tabla 15***Matriz de Alternativas*

<b>MATRIZ DE ALTERNATIVAS</b>				
<b>Alternativas</b>	<b>Factores</b>	<b>Calificación</b>	<b>Peso</b>	<b>Total</b>
<b>Vía</b>	Flujo peatonal 30%	3	0,30	0,90
	Seguridad 25%	2	0,25	0,50
<b>Guayllabamba</b>	Zona de Parqueo 15%	2	0,15	0,30
	Zona Comercial 30%	4	0,30	1,20
<b>Panamericana</b>	Flujo peatonal 30%	5	0,30	1,50
<b>Calle</b>	Seguridad 25%	4	0,25	1,00
<b>Jaramillo y</b>	Zona de Parqueo 15%	4	0,15	0,60
<b>Calle Simón</b>	Zona Comercial 30%	5	0,30	1,50
<b>Bolívar</b>				

**Fuente:** Investigación directa**Elaborado por:** Orellana R.

Respecto a la ponderación de todos los factores se debe ubicar el proyecto en la Calle Jaramillo y Calle Simón Bolívar de la Parroquia de Tabacundo.

### **3.6. Infraestructura**

El Centro de Capacitación no cuenta con una infraestructura propia, para lo cual se pretende arrendar un local que se acople a todas sus necesidades y exigencias del servicio que se va a ofertar.

La infraestructura adecuada para brindar el servicio de capacitación constituye un factor importante, pues de esta dependerá también la capacidad de servicio que se pueda ofertar.

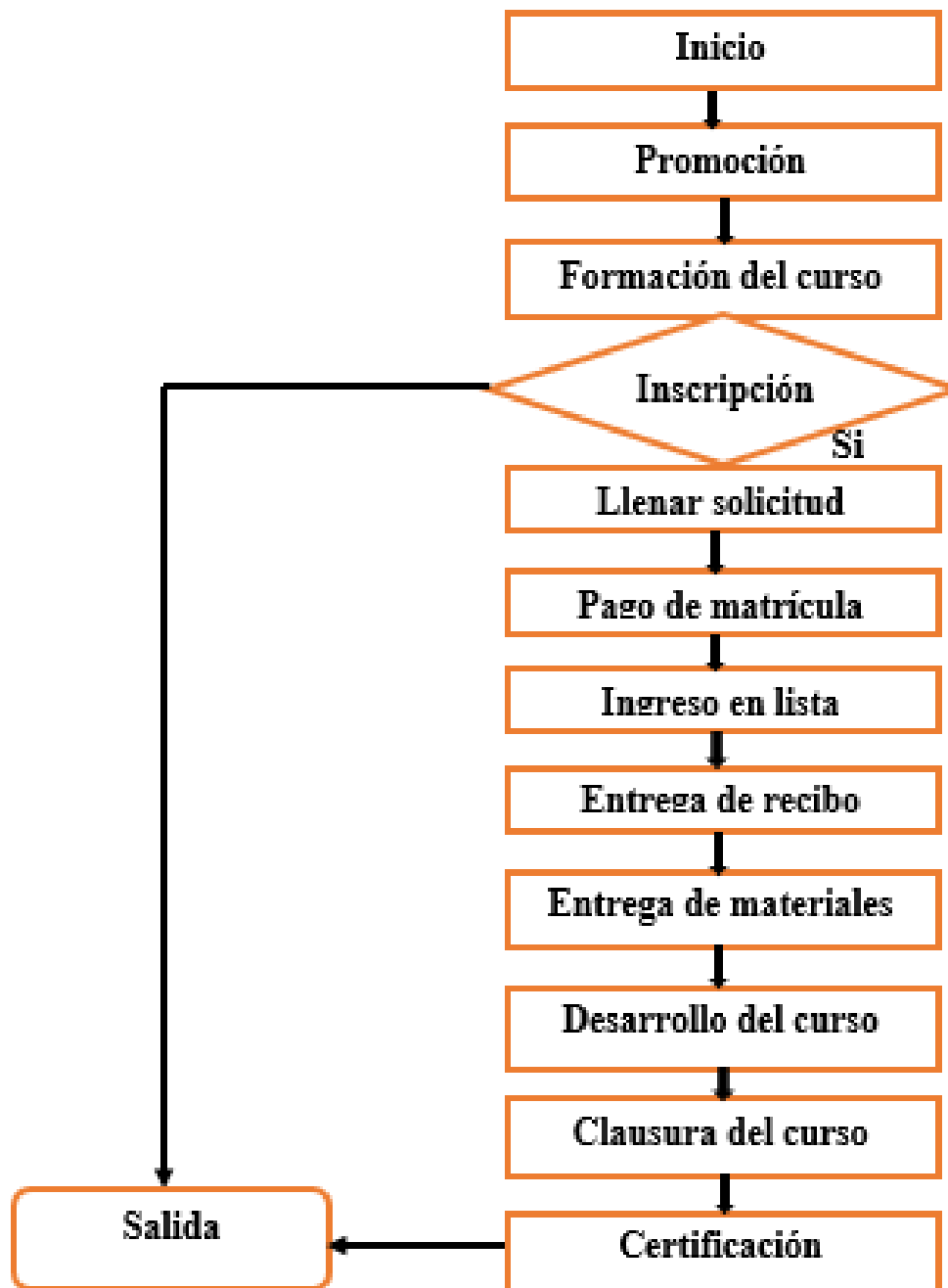
La infraestructura apropiada debe contar con un mínimo de 150 m<sup>2</sup>, en la cual debe adecuarse 2 aulas para los eventos de capacitación y charlas formativas, asesorías, área de gerencia y atención al público, 2 baños, sala de espera. La infraestructura permitirá definir la distribución de la planta del Centro de Capacitación para brindar un servicio de calidad y otorgar confort y agrado a los asistentes. El contar con un área de estacionamiento le daría mayores ventajas a una localización que a otra.

### **3.7. Ingeniería del proyecto**

La ingeniería del proyecto permite definir la forma en que se desarrollarán los procesos del servicio que ofrece el Centro de Capacitación y la manera de llevar a cabo las actividades gerenciales, para brindar un servicio con la calidad propuesta por la empresa. La ingeniería del proyecto se permitirá definir los espacios necesarios, así como el material directo y la mano de obra que se necesitará para llevar a cabo los procesos.

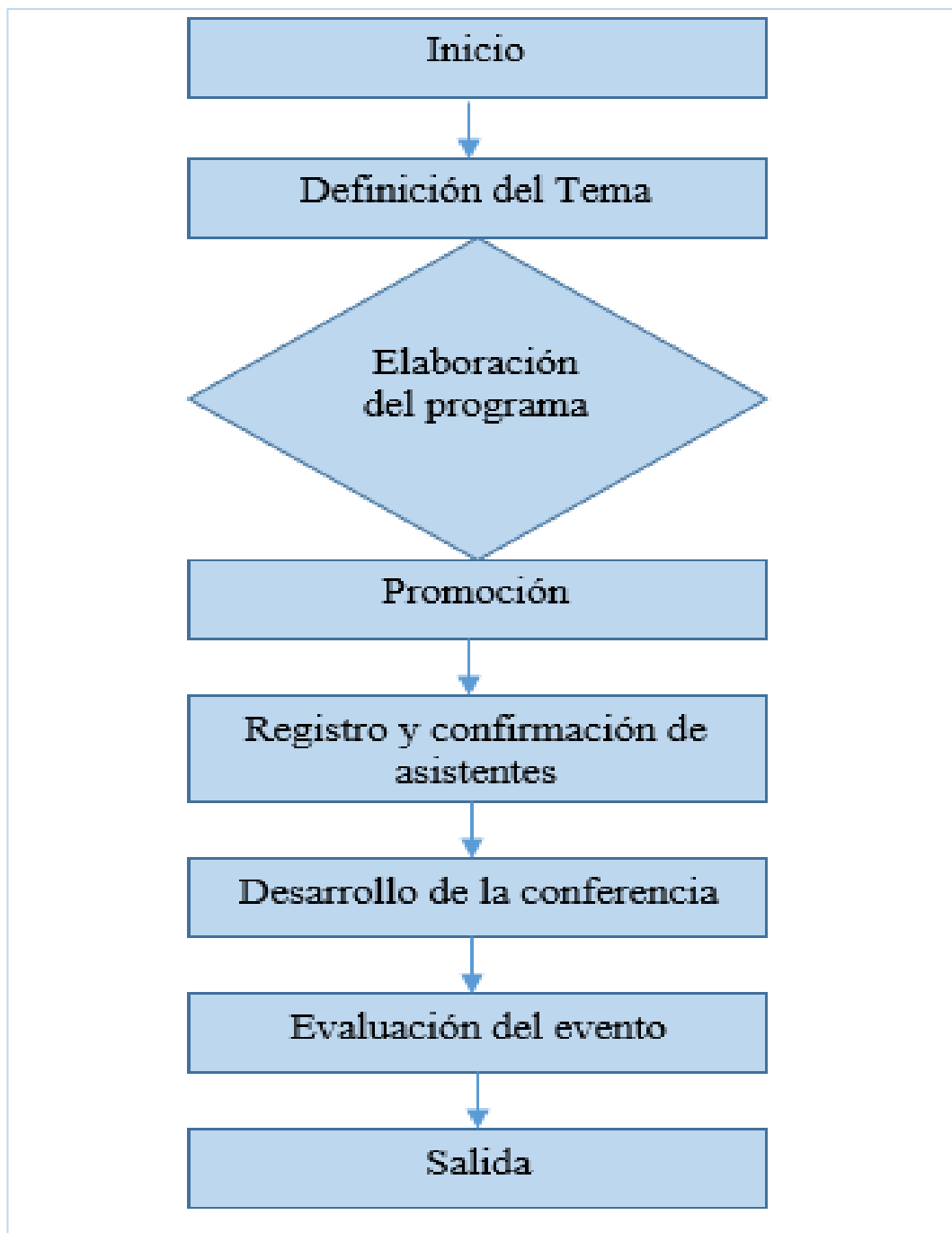
### 3.7.1. Diagramas de flujo

#### 3.7.1.1. Diagrama de flujo: Cursos de capacitación



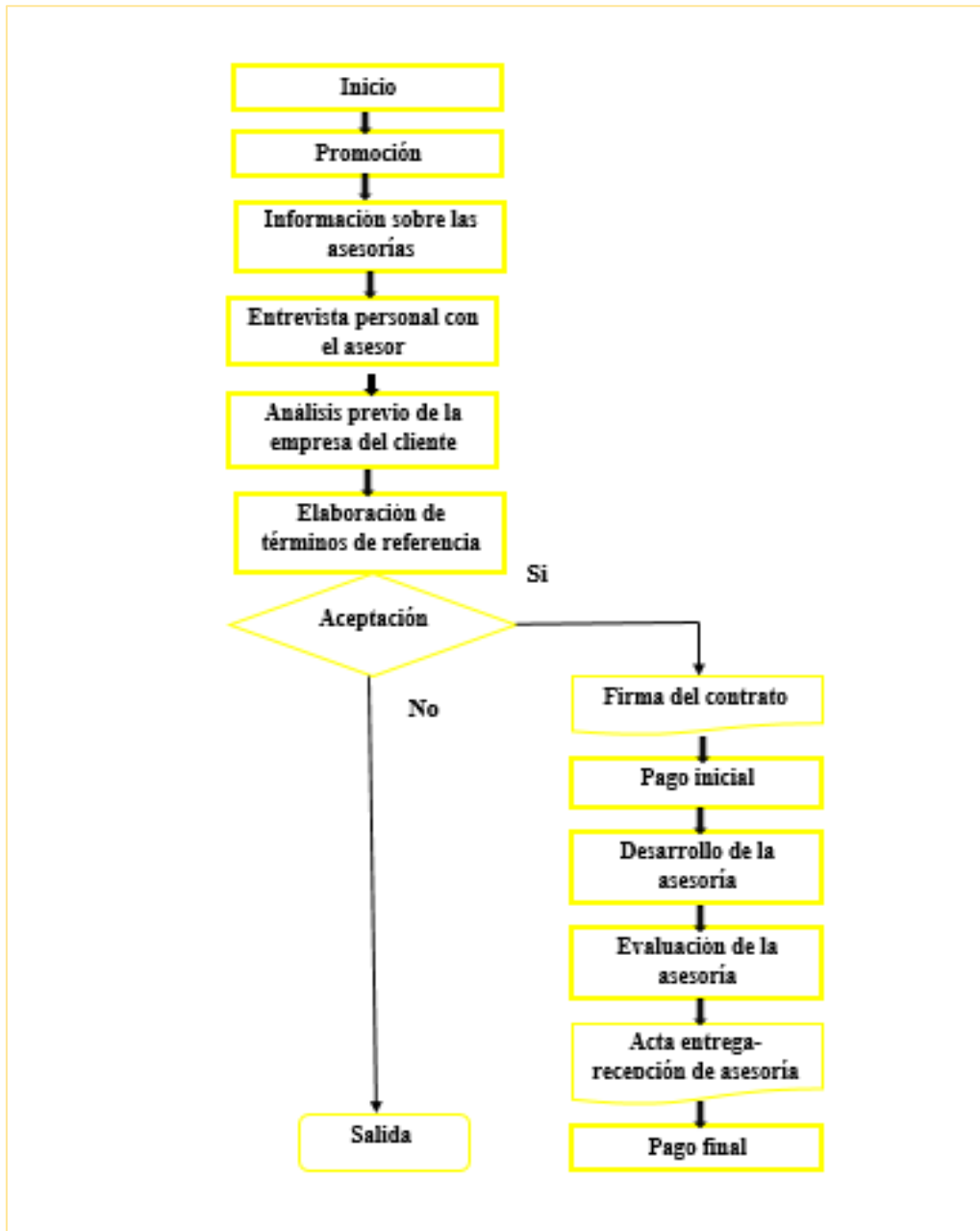
*Figura 17* Diagrama de flujo Cursos de capacitaciones  
Elaborado por: Orellana R. 2018

### 3.7.1.2. Diagrama de flujo charlas promocionales



*Figura 18* Diagrama de flujo charlas promocionales  
Elaborado por: Orellana R. 2018

### 3.7.1.3. Diagrama de flujo Asesorías Técnicas



*Figura 19* Diagrama de Flujo Asesorías Técnicas  
Elaborado por: Orellana R. 2018

### **3.7.2. Proceso del servicio**

El proceso está diseñado para tres tipos de eventos que el centro de capacitación ha propuesto para capacitar y darse a conocer al público, sin embargo, los tres cuentan con una base estructural similar.

En lo que respecta a todos los cursos de capacitación el proceso inicia con la promoción de los mismos, con la finalidad de incentivar al usuario visitar el centro, posteriormente se entregará información profunda y detallada sobre el tipo de cursos a dictarse y se otorgará la solicitud de inscripción; si el usuario elige asistir al curso procede a cancelar el valor del mismo con el recibo se le otorgará todo el material de apoyo a ser utilizado durante el tiempo dedicado al curso.

Al concluir todo el proceso de capacitación se realizará una clausura en la cual se entregará los certificados.

Para empezar el tema de charlas se define todos los temas a tratar y los objetivos que se pretende alcanzar con este proceso, se procede a elaborar todo el contenido para el desarrollo de la charla, se confirma la asistencia el proceso finaliza con la evaluación del proceso.

En referencia a las asesoría se impartirá con la promoción e información adecuada, por tratarse de un servicio personalizado se contará con la participación de profesionales en una entrevista que permita tomar decisiones que permitan solucionar los problemas de los clientes, posteriormente se requiere de establecer términos de referencia para desarrollar y evaluar el proceso de toda la asesoría; si el cliente está satisfecho se procede a firmar el contrato como el pago inicial el mismo que se propone ser el 45% del total. Se procede a iniciar la asesoría, al

concluir el proceso se procede a realizar la evaluación para conocer los resultados, se procede a realizar el último pago y concluye con el acta entrega recepción de todo el proceso.

### 3.7.2.1. Cadena de Valor

La cadena de valor del proceso en el servicio se determina por dos actividades primarias y secundarias.

**Actividades primarias:** son todas aquellas actividades que conforman la creación del servicio tales como:

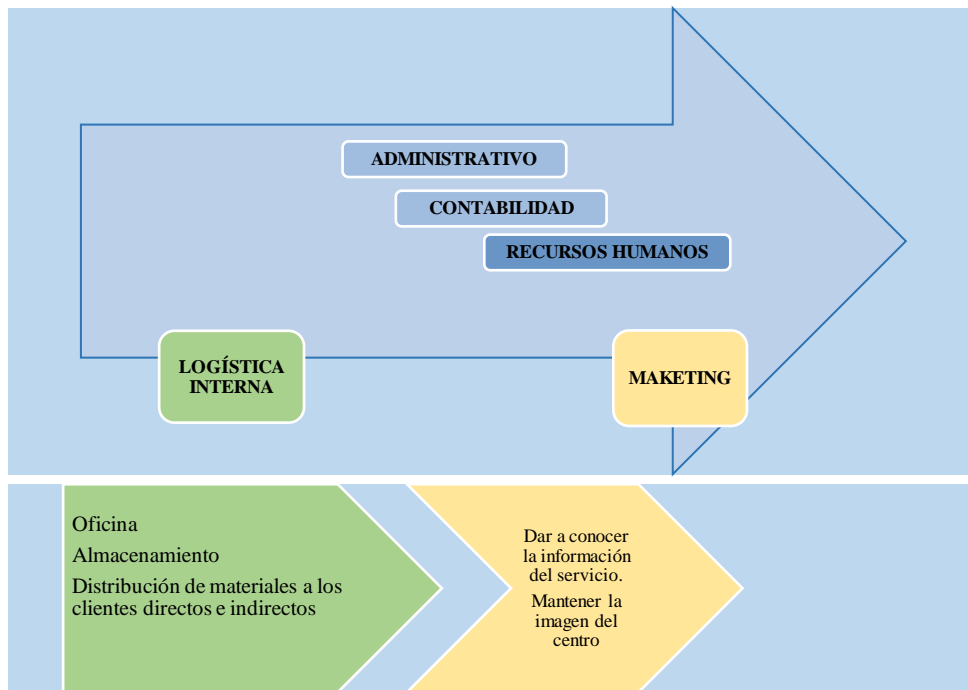
**Logística interna** encargada de direccionar la oficina, abastecimiento, almacenamiento y distribución de todos los materiales directos e indirectos de los clientes que asistirán a las capacitaciones

**Marketing** es la encargada de dar a conocer toda la información sobre el servicio que oferta el centro de capacitación.

El proceso del servicio para el centro de capacitación estará acompañado por los siguientes departamentos:

- **Administrativo** gestionará la planificación estratégica del centro metas, y los objetivos por cumplir.
- **Contabilidad** Apoya en las actividades financieras, legales y tributarias.
- **Recursos humanos** Orientada a la búsqueda, contratación y motivación de los profesionales que dictarán los cursos y desarrollarán las asesorías, así como de los ayudantes.





**Figura 20** Cadena de valor  
**Elaborado por:** Orellana R., 2018

### 3.7.3. Distribución de la planta del centro de capacitación

Para la conformación del espacio físico del Centro de Capacitación se requiere de 6 espacios claves distribuidos de la siguiente manera:

#### Espacio N°1

**Ingreso:** el ingreso constará de una puerta de vidrio el cual tendrá el logotipo del centro y el lema institucional, además está conformado por el pasillo.

#### Espacio N° 2

**Oficina:** Se implementará un escritorio, computador, muebles y un teléfono.

#### Espacio N° 3

**Sala de espera:** La sala de espera estará conformada por un sillón que permita tener comodidad al momento de esperar por el servicio, una cafetera, una mesa de centro; esto brindará a nuestros clientes la oportunidad de esperar en un ambiente cómodo y relajado.

#### Espacio N° 4

**Aulas:** Se pretende establecer dos puntos clave en el cual se dividen dos aulas, las cuales estarán conformadas por 10 mesas y 10 sillas, 1 televisión, y pizarrón una mesa; esto logrará que las personas que necesiten de capacitación puedan acceder sin ningún problema.

#### Espacio N° 5

**Baños:** Se otorgará dos baños los el cual se dividirá entre hombres y mujeres, esto para mayor higiene y libre acceso por parte de los clientes, estará conformado por los inodoros, dispensadores de gel, papel y jabón.

#### Espacio N° 6

Se otorga este espacio a los corredores de aulas en ellos se colocará bancas, dispensadores de gel que permita asegurar la estabilidad y permanencia de los clientes.



*Figura 21* Distribución de la planta del centro de capacitación

**Elaborado por:** Orellana R., 2018

**Fuente:** planner5d.com

### 3.7.4. Requerimiento para los espacios

**Tabla 16**

*Espacio N°1 Ingreso*

---

**Materiales / Bienes Inmuebles**

Puerta de vidrio

Logotipo, lema institucional

---

**Elaborado por:** Orellana R., 2018

**Tabla 17**

*Espacio N°2 Oficina*

---

**Materiales / Bienes Inmuebles**

Estación de trabajo

Estación de computación

Librero 2 puertas

Teléfono inalámbrico

Credenza 2 puertas

Esferos

Resmas de papel

Borradores de pizarrón

Marcadores

Proyector

Carpetas de cartón

Grapadora

Perforadora

Clips

Goma

---

**Elaborado por:** Orellana R., 2018

**Tabla 18**  
*Espacio N°3 Sala de espera*

---

**Materiales / Bienes Inmuebles**

Sillón 3 espacios

Cafetera

Té

Vasos

Café

Servilleta

---

**Tabla 19**  
*Espacio N°4 Aulas*

---

**Materiales / Bienes Inmuebles**

Sillas

Mesas

Televisiones

Pizarrones

Escritorios

Focos

---

**Elaborado por:** Orellana R., 2018

**Tabla 20**  
*Espacio 4 Baños*

---

**Materiales / Bienes Inmuebles**

Inodoros

Dispensadores de gel

Dispensadores de jabón

Dispensadores de papel

Papel

---

**Elaborado por:** Orellana R., 2018

**Tabla 21**  
*Espacio N°6 Corredores*

---

**Materiales / Bienes Inmuebles**

Bancas

---

**Elaborado por:** Orellana R., 2018

## CAPÍTULO IV

### 4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

#### 4.1. Nombre o Razón Social

Se refiere al nombre comercial y personalidad jurídica que tendrá el nuevo Centro y con el que se dará a conocer en el medio.

El nombre seleccionado para el centro es: **CENTRO DE CAPACITACIÓN “EXCELLENCE”**.

El nombre se basa en el giro del negocio, el cual busca la excelencia en todos los procesos a realizarse.

##### 4.1.1. Logotipo



*Figura 22* Logotipo  
Elaborado por: Orellana R., 2018

**Significado:** El logotipo contiene un sol que expresa una ardua actividad laboral y un significado monetario, el libro expresa sabiduría, las ilusiones de superación y continuo esfuerzo por aprender.

##### 4.1.2. Slogan

***“Mejorando tu calidad de vida”***

**Significado:** Hace referencia a la misión del centro que es mejorar las actividades de cada cliente otorgándoles mejor estabilidad y conocimientos de calidad que pueden ser impartidos e implantados en su emprendimiento.

#### 4.1.3. Tipo de empresa

El Centro de Capacitación “EXCELLENCE” es una empresa dedicada a brindar servicios de capacitación y asesoramiento, de forma personalizada y con participación de todos nuestros clientes, por medio de cursos, charlas y asesorías.

Por lo que se puede definir al centro como un ente ubicado en el sector de servicios prestados de capacitación a las microempresas.

## 4.2. Enfoque estratégico

### 4.2.1. Misión

Somos un centro que provee servicios de capacitación y asesoramiento al emprendedor, que aprovechando las innovaciones tecnológicas del mercado hemos desarrollado técnicas administrativas y habilidades gerenciales dentro de los panoramas éticos que requiere el servicio; constituyéndonos en apoyo confiable para los emprendedores

*Figura 23* Misión Centro de Capacitación  
Elaborado por: Orellana R., 2018

### 4.2.2. Visión

Ser una organización líder en la capacitación y asesoramiento a emprendedores y microempresarios a nivel regional, mediante la continua investigación que permita aportar en gran magnitud el crecimiento del sector empresarial.

*Figura 24* Visión Centro de Capacitación  
Elaborado por: Orellana R., 2018

### 4.3. Objetivos estratégicos

- Ofrecer un servicio de calidad con costos accesibles para todos los micro-emprendedores del sector de Tabacundo.
- Posicionar el nombre del centro “EXCELLENCE” de manera permanente en el mercado objetivo de servicios.
- Ingresar al mercado como alternativa innovadora en el servicio de capacitación y asesoramiento a todos los empresarios, emprendedores que busquen mejorar el proceso de sus negocios.

### 4.4. Principios y Valores

Los principios son elementos éticos aplicados, que guían las decisiones de la empresa y definen su liderazgo.

Los valores son parte de la empresa y es el grado de importancia que se le asigna a un objeto o a un acto moral que realiza el ser humano.

#### 4.4.1.1. Principios de “EXCELLENCE”

- ✓ **Respeto:** Determinado como la base de toda relación humana, incorporándolo en todas las actividades de “EXCELLENCE”
- ✓ **Innovación e investigación:** Aplicada en las actividades para alcanzar la competitividad.
- ✓ **Cooperación y trabajo en equipo:** Es el apoyo mutuo entre todos los trabajadores de “EXCELLENCE” que nos permite brindar un servicio de alta calidad a nuestros clientes.



#### 4.4.1.2. Valores de “EXCELLENCE”

- **Puntualidad:** Exige a los miembros del centro al valor de responsabilidad al momento de entrar y salir, pero específicamente a los clientes al momento de recibir las capacitaciones y asesoramientos.
- **Calidad:** El servicio brindado debe ser con excelencia.
- **Comunicación:** Hace referencia a la comunicación interna y externa tanto como los miembros del Centro como los clientes esta debe ser sincera y con gran fluidez.
- **Seguridad:** Crear vínculos de confianza, que los clientes siempre estén satisfechos.
- **Honestidad:** Siempre la verdad como ley principal para que esta sea la herramienta de confianza del Centro.
- **Credibilidad:** Ofrece trabajo eficiente para lograr satisfacer a todos los clientes cumplir con todas sus necesidades y que confíen en el servicio.

#### 4.5. Análisis FODA

Tabla 22  
FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Precios económicos</li> <li>• Variedad de cursos.</li> <li>• Continua investigación.</li> <li>• Desarrollo de destrezas y varias habilidades.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No tener un lugar propio para las instalaciones del centro.</li> <li>• Se necesita adecuar la infraestructura del centro.</li> </ul>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS

- 
- Desarrollo profesional
  - Posibilidad de crecimiento educativo.
  - Atención a distintos sectores de la parroquia de Tabacundo.
  - Vinculación con el sector productivo.
  - Crisis económica
  - Falta de compromiso por parte de los participantes
  - Competencia con mejor tecnología.

---

Elaborado por: Orellana R., 2018

## **4.6. Estructura Organizacional**

Una estructura de organización debe estar diseñada de manera que sea perfectamente claro para todos quien debe realizar determinada tarea y quien es responsable por determinados resultados; en esta forma se eliminan las dificultades que ocasiona la imprecisión en la asignación de responsabilidades y se logra un sistema de comunicación y de toma de decisiones que refleja y promueve los objetivos de la empresa. (jose.blogspot, 2011).

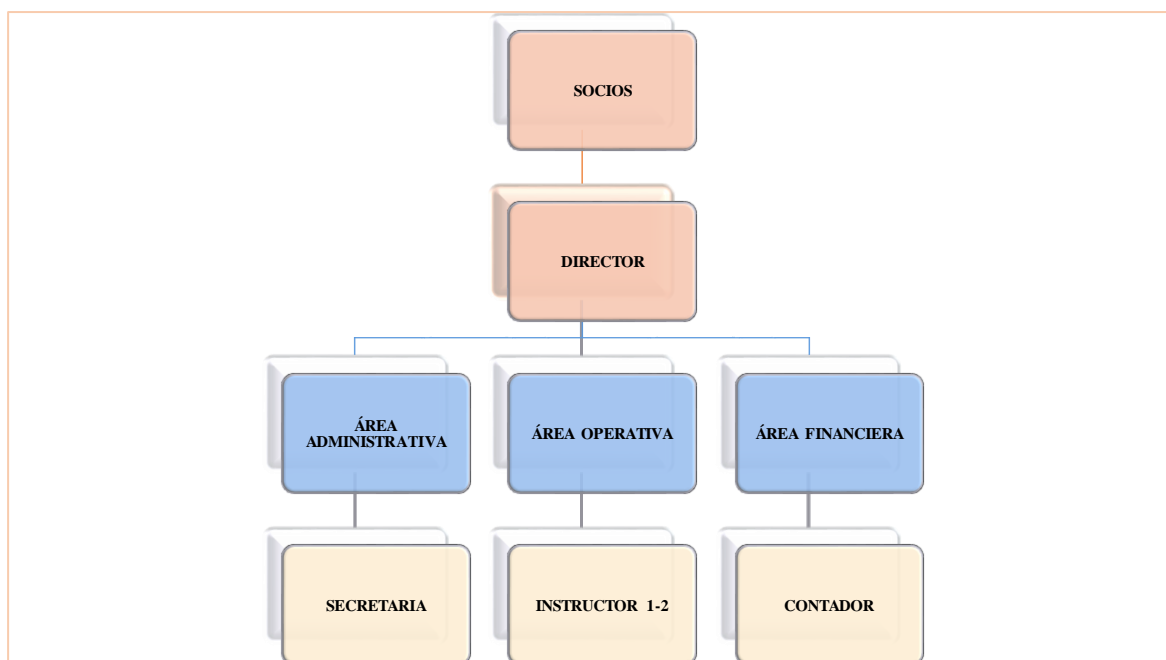
### **4.6.1. Organigrama Estructural**

Es importante definir los cargos, funciones y jerarquías con la finalidad de establecer un sistema adecuado que abarque las actividades correspondientes para optimizar el servicio y cumplir con las necesidades de los clientes.

Se ha establecido una estructura de organización de tal forma que permita a los trabajadores entender y definir el alcance de sus funciones. Con esto se pretende minimizar las causas, que afectan la calidad del servicio.

A continuación, se detalla los cargos designados dentro del centro:

- Socios
- Director
- Secretaria
- Instructores



**Figura 25** Organigrama Estructural  
**Elaborado por:** Orellana R., 2018

#### 4.6.2. Organigrama funcional

\*Aprobación de inversión o reinversión.

\*Nominación del director.

-Representación legal y comercial.

- Gestión e inversión en la adquisición de activos.

- Contratación y cese de expositores.

- Manejo de cuentas bancarias.

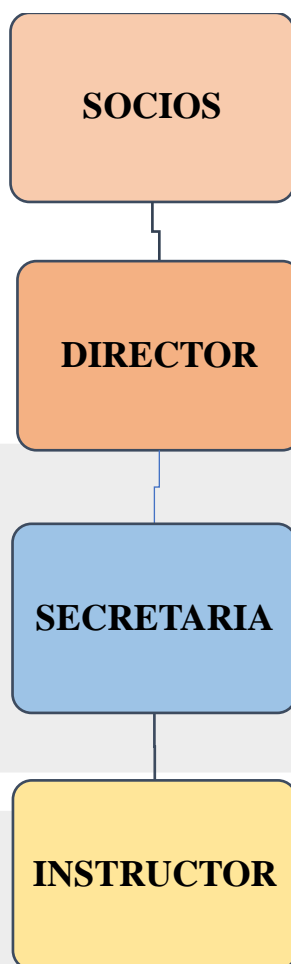
- Toma de decisiones en la planeación empresarial.

- Recibir, clasificar y distribuir correspondencia, carpetas, informes y folletos, firmar los comprobantes de recibo y archivarlos.

- Atención al cliente e información certera sobre EXCELLENCE.

- Emisión de boletas y facturas, cobrar y verificar el dinero recibido.

Transmitir de la forma más explícita los conocimientos necesarios para alcanzar los objetivos de aprendizaje de los asistentes.



**Figura 26** Organigrama Funcional  
Elaborado por: Orellana R., 2018

#### 4.7. Descripción del Puesto

**Nombre del cargo:** *Socios*

**Descripción del cargo:** Es el puesto en el cual se centra el mayor poder de decisión dentro del centro de capacitación “EXCELLENCE”.

Su labor se centra en la toma de decisiones y en la planificación estratégica del centro, sus decisiones están centradas en lo que es inversión de factores productivos que garanticen la calidad del servicio brindado por “EXCELLENCE”.

**Género:** Indistinto

**Experiencia:** no necesaria

**Cualidades:** Excelente presencia, responsable, organizado y puntual

**Descripción de funciones:**

- Planeación empresarial.
- Planificación estratégica.
- Aprobación de informe sobre gestión empresarial.
- Aprobación de inversión o reinversión.
- Nominación del director.

*Nombre del cargo: Director*

**Descripción del cargo:** Es un mando superior, está encargado de dirigir todo el factor que involucran la actividad del centro, es decir todo lo referente al personal, expositores, levantamiento de inventario de activos, supervisión y gestión de actividades de mantenimiento, desarrollo, organización, administración de personal.

**Perfil del cargo:** Edad: 23 a 35 años

**Género:** Indistinto

**Formación académica:** Tecnólogo en Administración de Empresas

**Experiencia:** no necesaria

**Disponibilidad:** Tiempo completo

**Cualidades:** Excelente presencia, responsable, organizado y puntual

**Descripción de funciones:**

- Representación legal y comercial.

- Gestión e inversión en la adquisición de activos.
- Establecer relaciones comerciales y operativas.
- Contratación y cese de expositores.
- Manejo de cuentas bancarias.
- Toma de decisiones en la planeación empresarial.
- Planificación Estratégica.
- Decisión de sanciones.
- Contratación de servicios.
- Administración del personal.
- Administración de los activos.
- Supervisión y gestión de actividades de mantenimiento.
- Supervisión de las relaciones comerciales y operativas.
- Adquisición de materiales y servicios para los eventos de capacitación, asesorías y charlas.
- Definir horarios de expositores.
- Manejo de cuentas bancarias.
- Supervisión de atención al cliente.
- Control de la prestación de los servicios.

**Nombre del cargo:** *Secretaria*

**Descripción del cargo:** Es un mando medio, se encarga de la atención al cliente, archivo de documentos, cobranzas y gestión sobre la entrega de los servicios que requiere el centro para su funcionamiento, otorgar información sobre los eventos.

**Perfil del cargo:** Edad: 23 a 35 años

**Género:** Femenino

**Formación académica:** Bachiller

**Experiencia:** 1 año de experiencia

**Disponibilidad:** Tiempo completo

**Cualidades:** Excelente presencia, responsable, organizada y puntual.

**Descripción de funciones:**

- Recibir, clasificar y distribuir correspondencia, carpetas, informes y folletos, firmar los comprobantes de recibo y archivarlos.
- Atención al cliente e información certera sobre “EXCELLENCE”.
- Emisión de boletas y facturas, cobrar y verificar el dinero recibido.
- Responsabilidad sobre el dinero emitir el reporte diario de caja.
- Enviar documentación para elaboración de informes.
- Organizar y mantener los archivos de documentos, cartas y registros, determinar la localización de documentación cuando se necesite.
- Informar de los compromisos al superior.
- Mantener los elementos necesarios al cargo: material de oficina, servicios generales, solicitudes y pedidos, recordar a su superior los diferentes compromisos existentes.
- Ejecutar otras tareas relacionadas con las descritas, según el criterio de su superior.

**Nombre del cargo:** *Instructor*

**Descripción del cargo:** Los profesionales que colaborarán en la prestación de servicio de capacitación, asesorías del centro de capacitación “EXCELLENCE” constituyen parte del personal permanente del centro, por lo que se ha detallado las funciones básicas que deberán cumplir para colaborar con “EXCELLENCE”.

**Perfil del cargo:** sin límite de edad.

**Género:** Indistinto

**Formación académica:** Tercer Nivel, Cuarto Nivel

**Experiencia:** 1 año de experiencia

**Disponibilidad:** Tiempo completo

**Cualidades:** Excelente presencia, responsable, organizada y puntual.

**Descripción de funciones:**

- Transmitir de la forma más explícita los conocimientos necesarios para alcanzar los objetivos de aprendizaje de los asistentes.
- Comentar experiencias.
- Prestar la ayuda necesaria para alcanzar los objetivos de crecimiento de las microempresas participantes de las asesorías.
- Presentar formas innovadoras de la forma de impartir los cursos de capacitación.  
Establecer confianza con los asistentes de los diferentes eventos.
- Presentar controles de asistencia personal y de los asistentes, entregados por “EXCELLENCE”.
- Presentar controles del desarrollo de los eventos en los que estuvieren participando.



- Presentar evaluación y desarrollo de aprendizaje de los participantes.
- Diseñar y crear condiciones para la instrucción.
- Mantener y conducir la instrucción.
- Manejar las técnicas de evaluación.
- Evaluar y modificar sus parámetros para mejorar la calidad de los aprendizajes.

**Tabla 23**  
*Rol de Pagos Personal del Centro de Capacitación*

PERSONAL								
CARGO	SALARIO	A. PATRONAL	MENSUAL	PERÍODO	ANUAL	DÉCIMO CUARTO	DÉCIMO TERCERO	TOTAL
Director	\$ 700,00	78,05	\$ 778,05	1 año	\$ 9.336,60	58,33	\$ 700,00	\$10.094,93
Secretaria	\$ 386,00	43,04	\$ 429,04	1 año	\$ 5.148,48	32,16	\$ 386,00	\$ 5.566,64
<b>TOTAL</b>								<b>\$ 15.661,57</b>
Instructor 1	\$ 450,00	50,18	\$ 500,18	1 año	\$ 6.002,16	37,50	\$ 450,00	\$ 6. 489,66
Instructor 2	\$ 450,00	50,18	\$ 500,18	1 año	\$ 6.002,16	37,50	\$ 450,00	\$ 6. 489,66
<b>TOTAL</b>								<b>\$ 12.979,32</b>

**Fuente:** Ministerio de Relaciones Laborables

**Elaborado por:** Orellana R., 2018

#### 4.8. Políticas de la empresa

- Satisfacer las necesidades de nuestros participantes
- Verificar y cumplir todos los procesos establecidos en la programación de cada curso, asesoría y charlas que brinde el centro de capacitación.
- Garantizar calidad en el servicio de capacitación.
- El centro cumplirá con todos los requisitos acordados con los participantes.
- Mejora continua que permita brindar siempre un servicio de calidad.

## CAPÍTULO V

### 4. ESTUDIO LEGAL

La base legal de la empresa se refiere a su constitución y su personalidad jurídica, así como los aspectos legales que permitirá a la empresa desarrollar sus actividades.

Se decidió constituir el Centro de Capacitación bajo la modalidad de Compañía Limitada, cuyo trámite se demora aproximadamente 60 días.

“La sociedad de RESPONSABILIDAD LIMITADA es una forma societaria cuyo origen y algunas de sus características son propias de las sociedades personalistas, la responsabilidad de los socios está limitada a su aporte. El capital está dividido en participaciones iguales, acumulables e indivisibles, que no pueden ser incorporadas en títulos valores, ni denominarse acciones.

El número de socios mínimo dos no puede exceder de quince y no responden personalmente por las obligaciones sociales. El capital mínimo con que ha de constituirse la compañía es de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América, está representado por participaciones y se integra a los aportes de cada uno de los socios quienes no responden personalmente de las deudas sociales. El aporte puede ser en efectivo y/o en bienes (muebles, enseres, maquinarias y equipos).

En la sociedad de responsabilidad limitada el capital no es sólo funcional, sino fundacional, la determinación del capital en el momento fundacional de la sociedad tiene una importancia de primer orden por cuanto sirve para indicar a los acreedores cuál es el patrimonio que ha de servir de garantía para las deudas contraídas por los administradores de la sociedad a nombre de ésta.

Los trámites que debe realizar el nuevo centro de capacitación para legalizar su constitución y desarrollo de actividades se detallan a continuación:

1. “Aprobación de la denominación de la compañía, para lo cual el abogado presenta varias alternativas a la Superintendencia de Compañías, para la aprobación de una de ellas, una vez que este organismo compruebe que no existe otra denominación semejante.
2. Elaboración del proyecto de minuta que contiene los Estatutos que han de regir los destinos de la compañía, siendo necesario el asesoramiento y la firma de un abogado.
3. Aprobación de los Estatutos por parte del Departamento de Compañías Limitadas de la Superintendencia de Compañías.
4. Apertura de la cuenta de integración de capital en un banco de la localidad en donde se ubicará la compañía.
5. Los Estatutos aprobados por la Superintendencia de Compañías se elevan a escritura pública ante un notario de la localidad en donde la compañía realizará sus actos de comercio, con la firma de los socios fundadores.
6. Un ejemplar de la escritura pública de constitución de la compañía ingresa a la Superintendencia de Compañías para la obtención de la resolución de constitución.
7. Publicación de un extracto de la escritura conferida por la
8. Superintendencia de Compañías, por una sola vez, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía.
9. Obtención de la patente municipal, en cualquier oficina municipal de la ciudad en donde se vaya a instalar el negocio, a fin de que pueda ejercer sus actos de comercio.
10. Afiliación a la Cámara de Producción que corresponda al giro del negocio.
11. Inscripción de la escritura de constitución de la compañía en el Registro Mercantil.
12. Obtención del Registro Único de Contribuyente en el Servicio de Rentas Internas del Ministerio de Finanzas.

13. Elección de Presidente y gerente de la compañía mediante convocatoria a Asamblea General de Socios.
14. Elaboración e inscripción de estos nombramientos en el Registro Mercantil.
15. Adjuntar a la tercera copia certificada de constitución inscrita en el Registro Mercantil, los nombramientos debidamente inscritos e ingresar a la Superintendencia de Compañías para el registro en el departamento de Sociedades.
16. Obtención del oficio que otorga la Superintendencia, dirigido al banco donde se ha abierto la cuenta de integración de capital, para que se pueda movilizar los fondos, es decir, de una cuenta corriente a nombre de la compañía.

**En la escritura pública de constitución se expresará lo siguiente:**

1. Los nombres, apellidos y estado civil de los socios, si fueren personas naturales, o la denominación objetiva o razón social, si fueren personas jurídicas y, en ambos casos, la nacionalidad y el domicilio.
2. La denominación objetiva o la razón social de la compañía.
3. El objetivo social, debidamente concretado.
4. La duración de la compañía
5. El domicilio de la compañía.
6. El importe del capital social con la expresión del número de las participaciones en que estuviere dividido y el valor nominal de las mismas.
7. La indicación de las participaciones que cada socio suscriba y pague en numerario o en especie, el valor atribuido a éstas y la parte del capital no pagado, la forma y el plazo para integrarlo.
8. La forma en que se organizará la administración y la fiscalización de la compañía y la indicación de los funcionarios que tenga la representación legal.

9. La forma de deliberar y tomar resoluciones en la junta general de socios y el modo de convocarla y constituirarla.
10. Los demás pactos lícitos y condiciones especiales que los socios juzguen conveniente establecer, siempre que no se oponga a lo dispuesto en la Ley.

**Los requisitos para obtener el RUC son los siguientes:**

- Copia y original de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del representante legal.
- Nombramiento del representante legal.
- Copia de un documento que certifique la dirección del establecimiento donde se desarrollará la actividad comercial.
- Copia del estatuto con la certificación correspondiente.

**Para la consecución de la patente municipal se necesita:**

- Original y copia de la escritura de constitución de la compañía.
- Original y copia de la resolución de la Superintendencia de Compañías.
- Copias de la cédula de ciudadanía del representante legal.

Debido a que se entregará certificados de asistencia, el nuevo Centro de Capacitación debe conseguir el permiso por parte de la Dirección Nacional de Educación Popular Permanente, los requisitos para ello son:

- a) Solicitud al Director Nacional de Educación Popular Permanente o al Jefe de la División de Educación Popular Permanente de Pichincha, correspondiente según el caso.
- b) Estudio socio-económico y ocupacional de la localidad donde va a funcionar el curso.
- c) Diseño de trabajo a realizarse, especificando la concerniente a:

- Datos informativos.
  - Plan de trabajo.
  - Objetivos.
  - Actividades.
  - Tiempo de duración.
  - Horario de trabajo.
- d) Programa analítico por cursos.
- e) Documento de idoneidad de los profesionales que van a realizar el curso, seminario, taller, etc.
- Cuadro H1 y H2, que contenga la información laboral del docente. Adjuntar copias certificadas de los títulos del personal (el de mayor jerarquía).
- f) Presupuesto: ingresos y egresos.
- g) Contratos de trabajos legalizados.
- h) Contratos de arrendamiento o títulos de propiedad de los locales legalizados.
- i) Inventarios de equipos, maquinaria, muebles y otros.
- j) Informe del Supervisor Provincial de Educación Popular
- k) Permanente, sobre aspectos técnicos administrativos y materiales, con el Visto Bueno del Jefe de la División.

## **5. MARKETING ESTRATÉGICO**

### **5.1. Segmentación de Mercado**

Las variables que se ha considerado son las siguientes:

#### **5.1.1. Características demográficas:**

**Sexo:** Masculino, Femenino

**Edad:** Sin límite de edad

**Educación:** Primaria, Secundaria, en adelante.

**Nivel socio-económico:** Bajo, medio

#### **5.1.2. Características geográficas:**

**País:** Ecuador

**Región:** Sierra

**Provincia:** Pichincha

**Sector:** Tabacundo

#### **5.1.3. Características psicográficas:**

**Estilos de vida:** Personas con deseo de superación que desean encontrar un servicio que ayude a mejorar su calidad de vida y negocios.

**Condición de vida:** Económicamente activa.

#### **5.1.4. Características conductuales:**

Microempresarios que desean obtener conocimientos para aplicarlos a cada uno de sus procesos en negocios que buscan brindar servicios y cumplir con las exigencias del mercado.

### **5.2. Marketing Mix**

Constituye en estrategias que lograrán llegar al público que requiere de este tipo de servicio; para cumplir con todas las necesidades manifiestas y elevar en gran proporción su participación en el mercado y generar a su vez reconocimiento e incremento en sus ingresos; para el proceso de marketing mix se aplicará las 4Ps.

### 5.2.1. Precio

El precio es la única variable del marketing mix que genera ingresos y además ayuda a definir la política comercial que generará el centro.

El precio del servicio de capacitación tiene relación con las siguientes variables:

1. El contenido del curso.
2. El prestigio del instructor.
3. La duración de los eventos.
4. El material a entregar.
5. La logística necesaria para efectuar los eventos.

Para el cálculo del precio se considera la siguiente formula:

$$P = C * \left( \frac{100}{100 - R} \right)$$

**Donde:**

**P** = es el precio de venta que queremos calcular

**C** = es el costo del producto

**R** = es la rentabilidad o el margen de ganancia.

El precio establecido permitirá desarrollar las actividades del Centro cumpliendo las expectativas de la empresa y del cliente.



### **5.2.2. Plaza**

El Centro de Capacitación “EXCELLENCE” estará ubicado en el sector norte de la Provincia de Pichincha, por ser un sector en el que se ha observado una mayor proliferación de micro-emprendimientos y personas con alto porcentaje de incentivo a la formación en instrumentalización.

### **5.2.3. Promoción**

La actividad del centro no permite considerar como principal estrategia las promociones ya que se el centro está iniciando su actividad que no permite establecer algunas promociones en el servicio, cabe recalcar que se podría establecer algunas alianzas con el sector productivo que apoyen el micro emprendimiento de nuestros participantes.

### **5.2.4. Servicio**

Establecer una programación en donde el cliente sea parte del equipo de trabajo y no solamente considerado la persona que cancela por el servicio, además contar con una constante publicidad y de esta forma estar siempre posicionado en la mente de los clientes y posibles clientes.

El centro monitoreará constantemente la prestación del servicio, esta es una forma de mostrar interés por la satisfacción del cliente y el cumplimiento de nuestras metas.

### **5.2.5. Publicidad**

Para promover la publicidad en el centro de capacitación “EXCELLENCE”, se realizará páginas en redes sociales, volantes, promoción de visión y misión del centro, cuñas radiales, publicaciones en prensa escrita.

## CAPÍTULO VI

### 6. ESTUDIO FINANCIERO

Se puede definir como un proceso que comprende la recopilación, interpretación, comparación y estudio de los estados financieros y datos operacionales de un negocio. Esto implica el cálculo e interpretación de porcentajes, tasas, tendencias, indicadores y estados financieros complementarios o auxiliares, los cuales sirven para evaluar el desempeño financiero y operacional de la firma. (Hurtado, 2010).

La realización de este estudio permitirá estimar la rentabilidad de la inversión en el Centro de Capacitación. Para llevarlo a cabo se recopilará la información generada en los capítulos anteriores, y que involucran valores monetarios que influyen en el funcionamiento del Centro de Capacitación, se establecerán los presupuestos de inversión y operación.

El presupuesto de inversión detalla los valores de los activos fijos, diferidos y del capital de operación. En cambio, el presupuesto de operación detalla los ingresos y egresos que ocasiona el desarrollo de las actividades del proyecto.

#### 6.1. Presupuesto

El presupuesto cuantifica las actividades a futuro que el centro de capacitación realizará para su desarrollo óptimo, basándose en las estimaciones generadas en los estudios realizados anteriormente.

##### 6.1.1. Presupuesto de Inversión

El presupuesto de inversión muestra las estimaciones monetarias y los desembolsos que se requerirán y realizarán para conformar la infraestructura del centro de capacitación, así como la instalación de equipos de oficina, diseño de ambientes, servicios, trámites de constitución y legalización del Centro, activos intangibles, entre otros.

En el presupuesto de inversión total se debe considerar los activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo que serán necesarios para comenzar con las actividades del centro.

### 6.1.1.1. Activos Fijos

Los activos fijos son todos los bienes tangibles que el centro de capacitación necesitará para brindar el servicio de apoyo, capacitación y desarrollo de los participantes (clientes).

En el siguiente cuadro se muestran los activos en que se deberá considerar:

**Tabla 24**  
*Activos Fijos*

<b>ACTIVOS FIJOS</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>VALOR</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
Estación de Trabajo	1	\$ 320	320,00
Escritorios	2	\$ 175	350,00
Silla giratoria semiergonómica	2	\$ 45	90,00
Sillas sencillas de atención al público	4	\$ 18	72,00
Credenza 2 puertas	1	\$ 140	140,00
Mesas y sillas para estudiantes	40	\$ 45	1.800,00
Sillón tres espacios	1	\$ 162	162,00
Pizarrones 80x122cm	2	\$ 51	102,00
Librero	1	\$ 280	280,00
<b>Total</b>			<b>3.316,00</b>
<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>			
Computadoras de escritorio	3	\$ 6.079	18.237,60
Impresora HP multifunción	1	397,25	397,25
<b>Total</b>			<b>18.634,85</b>
<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>			
Teléfono fijo	1	\$18,00	\$18,00
<b>Total</b>			<b>\$18,00</b>
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>			
Proyector EPSON	1	\$524,44	\$524,44
<b>Total</b>			<b>\$524,44</b>
<b>ADECUACIONES Y ARREGLOS FISICOS</b>			
Colocación de Divisiones Oficina	1	500,00	500,00
Pintura	2	40,00	80,00
<b>Total</b>			<b>580,00</b>
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>			<b>\$23.073,29</b>

Fuente: Cotizaciones

Elaborado por: Orellana R., 2018

### 6.1.1.2. Inversión Inicial

Es la cantidad de dinero que será necesario invertir para poner en marcha la creación del centro de capacitación.

**Tabla 25**  
*Inversión Inicial*

<b>COSTO INVERSION INICIAL</b>	
<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>
<b><u>ACTIVOS FIJOS</u></b>	
<b><u>MUEBLES Y ENSERES</u></b>	
Estación de Trabajo	320
Escritorios	350
Silla giratoria semiergonómica	90
Sillas sencillas de atención al público	72
Credenza 2 puertas	140
Mesas y sillas para estudiantes	1.800,00
Sillón tres espacios	162
Pizarrones 80x122cm	102
Librero	280
<b>Total</b>	<b>\$ 3.316,00</b>
<b><u>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</u></b>	
computadoras de escritorio	18237,60
Impresora Cano multifunción	397,25
<b>Total</b>	<b>\$ 18.634,85</b>
<b><u>EQUIPOS DE OFICINA</u></b>	
Teléfonos	18,00
<b>Total</b>	<b>\$ 524,44</b>
<b><u>ADECUACIONES Y ARREGLOS FISICOS</u></b>	
Colocación de Divisiones Oficina	500
Pintura	80
<b>Total</b>	<b>580</b>
<b><u>TOTAL ACTIVOS FIJOS</u></b>	<b>\$ 23.073,29</b>
<b><u>ACTIVOS DIFERIDOS</u></b>	
Gastos de Constitución	600,00
Patentes y licencias	150,00
Gastos Pre operativos	200,00
<b><u>TOTAL DE GASTOS CONSTITUCIÓN</u></b>	<b>\$ 950,00</b>
<b><u>CAPITAL DE TRABAJO</u></b>	
COSTO DEL SERVICIO	2.208,57
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	3.972,00
GASTOS DE VENTAS	400,00
<b><u>TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO NETO</u></b>	<b>\$6.580,57</b>
<b><u>TOTAL INVERSION INICIAL</u></b>	<b>\$ 30.603,86</b>

**Fuente:** Cotizaciones, Investigación Propia  
**Elaborado por:** Orellana R., 2018

### 6.1.1.3. Activos diferidos

Constituyen aquellos activos que no se pueden palpar físicamente, pero constituyen parte de la inversión a los cuales se les otorga un valor monetario.

Entre los activos diferidos que se serán parte de la inversión se detalla los siguientes:

**Tabla 26**  
*Activos Diferidos*

<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>VALOR</b>
Gastos de constitución	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Patentes y licencias	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Gastos Pre operativos	1	\$ 200,00	\$ 200,00
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>			<b>\$ 950,00</b>

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Orellana R., 2018

### 6.1.2. Capital de Trabajo

Es la cantidad de dinero que tendrá que invertir el centro para llevar a cabo durante los primeros meses, se consideró todos aquellos requerimientos para llevar a cabo la actividad sin ninguna dificultad.

**Tabla 27**  
*Servicios*

<b>Concepto</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor total</b>
Servicio de agua	M3/mes	0,52	588	\$ 305,76
Servicio eléctrico	Kwh/mes	0,12	5784	\$ 694,08
Servicio telefónico	Minutos/mes	0,03	1200	\$ 36,00
Servicio internet	Valor/mes	25,00	12	\$ 300,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 1.335,84</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** Orellana R., 2018

- Gasto anual en servicios: \$ 1.335,84

**Tabla 28**  
*Capital de Trabajo*

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>		
<b>VALOR EN DÓLARES</b>		
<b>Concepto</b>		<b>Valor</b>
<b>COSTO DEL SERVICIO</b>	\$ 86.815,31	\$ 86.815,31
<b>COSTOS DIRECTOS</b>		
Sueldos y salarios	56.325,26	
MP	12.419,52	
CIF	11.407,36	
SERVICIOS BASICOS	6.663,17	
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>	30.921,58	\$ 30.921,58
Sueldos administrativos	28.162,63	
Viáticos	1.200,00	
Energía Eléctrica	832,90	
Internet	43,20	
Teléfono	360,00	
Suministros de oficina	220,85	
Arriendo	102,00	
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	1.718,00	\$ 1.718,00
Gastos de ventas	1.718,00	
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO ANUAL</b>		\$ 119.454,89
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>		<b>\$ 9.954,57</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** Orellana R., 2018

### 6.1.3. Presupuesto de Gastos

El valor para el período de análisis (5 años).

#### 6.1.3.1.

Se refiere a los montos monetarios que intervienen en los costos de producción necesarios para la creación del Centro de Capacitación.

**Tabla 29**  
*Servicios Básicos*

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	AÑO 1	1,53% AÑO 2	1,53% AÑO 3	1,53% AÑO 4	1,53% AÑO 5
Luz	Kw / hr	5.784,00	0,12	694,08	8.328,96	8.456,39	8.585,78	8.717,14	8.850,51
Teléfono	min	1.200,00	0,03	36,00	432,00	438,61	445,32	452,13	459,05
Internet	megas	12,00	25,00	300,00	3.600,00	3.655,08	3.711,00	3.767,78	3.825,43
Agua	m3	588,00	0,52	305,76	3.669,12	3.725,26	3.782,25	3.840,12	3.898,88
<b>TOTAL</b>				<b>1.335,84</b>	<b>16.030,08</b>	<b>16.275,34</b>	<b>16.524,35</b>	<b>16.777,18</b>	<b>17.033,87</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** Orellana R., 2018

**Tabla 30**  
*Mantenimiento de Activos Fijos*

CONCEPTO	VALOR DEL ACTIVO	%	VALOR MENSUAL	AÑO 1	1,53% AÑO 2	1,53% AÑO 3	1,53% AÑO 4	1,53% AÑO 5
MUEBLES Y ENSERES	3316	2,00%	66,32	795,84	808,02	820,38	832,93	845,67
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	18634,85	2,00%	372,70	4.472,36	4.540,79	4.610,27	4.680,80	4.752,42
EQUIPOS DE OFICINA	18	2,00%	0,36	4,32	4,39	4,45	4,52	4,59
MAQUINARIA Y EQUIPO	524,44	3,00%	15,73	188,80	191,69	194,62	197,60	200,62
ADECUACIONES Y ARREGLOS FISICOS	580	1,00%	5,80	69,60	70,66	71,75	72,84	73,96
<b>TOTAL</b>				<b>5.530,92</b>	<b>5.615,55</b>	<b>5.701,46</b>	<b>5.788,70</b>	<b>5.877,26</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** Orellana R., 2018

### 6.1.3.2. Gastos Administrativos

Son aquellos que tienen que ver directamente con la administración general y no con sus actividades operativas.

**Tabla 31**  
*Rol de Pagos Trabajadores*

Recurso Humano	Sueldo Mensual	Total	Aport. Individual 9,45%	Sueldo mensual	Total Anual
<b>ADMINISTRATIVOS</b>					
Director	700,00	700,00	66,15	633,85	7606,20
Secretaria	386,00	386,00	36,48	349,52	4194,28
<b>PRODUCCION</b>					
Instructor 1	450,00	450,00	42,53	407,48	4889,70
Instructor 2	450,00	450,00	42,53	407,48	4889,70
<b>Total</b>	<b>1986,00</b>	<b>1986,00</b>	<b>187,68</b>	<b>1798,32</b>	<b>21579,88</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** Orellana R., 2018

**Tabla 32**  
*Proyección de Sueldos y Salarios*

<b>Proyección de Sueldos y Salarios</b>					
Recurso Humano	Año 1	0,0153	0,0153	0,0153	0,0153
		Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>ADMINISTRATIVOS</b>					
1 Director	10.034,40	10187,93	10343,80	10502,06	10662,74
1 Secretaria	5.697,43	5784,60	5873,11	5962,97	6054,20
1 Instructor 1	6.215,40	6310,50	6407,05	6505,07	6604,60
1 Instructor 2	6.215,40	6310,50	6407,05	6505,07	6604,60
<b>total</b>	<b>28.162,63</b>	<b>28593,52</b>	<b>29031,00</b>	<b>29475,18</b>	<b>29926,15</b>
<b>TOTAL</b>	<b>56.325,26</b>	<b>57.187,04</b>	<b>58.062,00</b>	<b>58.950,35</b>	<b>59.852,29</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Orellana R., 2018

**Tabla 33**  
*Provisiones Mensuales y Anuales*

No. De Trabajadores	Recurso Humano	Aport. Patronal 12,05%	Bono de Escolaridad 14 to	Bono Navideño 13 to	Vacaciones	Provisión Mensual	Provisión Anual
1	Director	84,35	30,50	58,33	29,17	202,35	2428,20
1	Secretaria	46,513	30,50	32,17	16,08	125,26	1503,16
1	instructor 1	54,225	0,00	37,50	18,75	110,48	1325,70
1	instructor 2	54,225	0,00	37,50	18,75	110,48	1325,70
<b>Total</b>		<b>239,31</b>	<b>61,00</b>	<b>165,50</b>	<b>82,75</b>	<b>548,56</b>	<b>6582,76</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Orellana R., 2018

### 6.1.3.3. Depreciación

La depreciación es el mecanismo mediante el cual se reconoce el desgaste y pérdida de valor que sufre un bien o un activo por el uso que se haga de el con el paso del tiempo.

**Tabla 34**  
*Depreciación*

ACTIVO	VALOR	VALOR RESIDUAL	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MUEBLES Y ENSERES	3.316,00	331,60	5	596,88	596,88	596,88	596,88	596,88	596,88
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	18.634,85	1.863,49	3	5.590,46	5.590,46	5.590,46	5.590,46	5.590,46	5.590,46
EQUIPOS DE OFICINA	18,00	1,80	5	3,24	3,24	3,24	3,24	3,24	3,24
MAQUINARIA Y EQUIPO	524,44	157,33	10	36,71	36,71	36,71	36,71	36,71	36,71
ADECUACIONES Y ARREGLOS FISICOS	580,00	-							
	<b>23.073,29</b>	<b>2.196,89</b>		<b>6.227,29</b>	<b>6.227,29</b>	<b>6.227,29</b>	<b>6.227,29</b>	<b>6.227,29</b>	<b>6.227,29</b>
					<b>6.227,29</b>	<b>12.454,57</b>	<b>18.681,86</b>	<b>24.909,14</b>	<b>31.136,43</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Orellana R., 2018



### 6.1.3.4. Gasto de Amortización

Es distribuir el coste de una inversión como gasto a lo largo de los períodos en que esa inversión va a permitir obtener ingresos.

**Tabla 35**  
*Amortización*

ACTIVO	VALOR	% AMORT.	AMORTIZACIÓN
Gastos de Constitución	600	100,00%	600
Patentes y licencias	150	100,00%	150
Gastos Pre operativos	200	100,00%	200
<b>TOTAL</b>	<b>950</b>		<b>950</b>

Elaborado por: Orellana R., 2018

**Tabla 36**  
*Proyección Amortización*

AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos de Constitución	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Patentes y licencias	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
Gastos Pre operativos	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
<b>TOTAL</b>	<b>198,00</b>	<b>190,00</b>	<b>190,00</b>	<b>190,00</b>	<b>190,00</b>
<b>ACUM</b>	198,00	388,00	578,00	768,00	958,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Orellana R., 2018

### 6.1.3.5. Gastos de Venta

Son los gastos que incurren al realizar el proceso de capacitación en este proceso se utilizará vallas publicitarias y volantes para otorgar a nuestros posibles clientes la facilidad de información.

**Tabla 37**  
*Gastos de Publicidad*

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Vallas publicitarias	vallas	10	35	\$ 350,00	350,00	355,36	360,79	366,31	371,92
Volantes	hojas	200	0,12	\$ 24,00	288,00	292,41	296,88	301,42	306,03

banners	3	30	\$ 90,00	1.080,00	1.096,52	1.113,30	1.130,33	1.147,63
<b>TOTAL</b>				<b>1.718,00</b>	<b>1.388,93</b>	<b>1.410,18</b>	<b>1.431,76</b>	<b>1.453,66</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** Orellana R., 2018

### 6.1.3.6. Gasto Movilización y otros

Se refiere al gasto utilizado para trasladarnos de un lugar a otro cuando se realice las diferentes actividades.

**Tabla 38**

*Amortización*

**Elaborado por:** Orellana R., 2018

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	AÑO 1	1,53% AÑO 2	1,53% AÑO 3	1,53% AÑO 4	1,53% AÑO 5
MOVILIZACION	2	2	50	100	1200	1218,36	1237	1255,93	1275,14
<b>TOTAL</b>				100	<b>1200</b>	<b>1218,36</b>	<b>1237</b>	<b>1255,93</b>	<b>1275,14</b>

### 6.1.3.7. Suministros de Oficina

Son todos los materiales a utilizar en el proceso para obtener resultados eficientes.

**Tabla 39**

*Suministros de Oficina*

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	AÑO 1	1,53% AÑO 2	1,53% AÑO 3	1,53% AÑO 4	1,53% AÑO 5
Resmas de Papel Bond	20	3,5	70	70	71,07	72,16	73,26	74,38
Archivadores	20	3,5	70	70	71,07	72,16	73,26	74,38
Folders	12	0,6	7,2	7,2	7,31	7,42	7,54	7,65
Cinta adhesiva	6	2,5	15	15	15,23	15,46	15,7	15,94
Grapadoras	2	3	6	6	6,09	6,19	6,28	6,38
Grapas	2	1,8	3,6	3,6	3,66	3,71	3,77	3,83
Crema para contar billetes	2	2,5	5	5	5,08	5,15	5,23	5,31
Perforadoras	2	3	6	6	6,09	6,19	6,28	6,38
Lápices	6	0,7	4,2	4,2	4,26	4,33	4,4	4,46
Borradores	6	0,3	1,8	1,8	1,83	1,86	1,88	1,91
Esferos	12	0,3	3,6	3,6	3,66	3,71	3,77	3,83
Tintas para sellos	2	1,75	3,5	3,5	3,55	3,61	3,66	3,72
Correctores	5	1	5	5	5,08	5,15	5,23	5,31
Pizarra	1	10	10	10	10,15	10,31	10,47	10,63
Borrador de Pizarra	1	0,95	0,95	0,95	0,96	0,98	0,99	1,01
Marcadores	4	0,75	3	3	3,05	3,09	3,14	3,19
Clips estándar y mariposa	100	0,02	2	2	2,03	2,06	2,09	2,13

Almohadillas para sellos	2	2	4	4	4,06	4,12	4,19	4,25
<b>Total</b>			<b>220,85</b>	<b>220,85</b>	<b>224,23</b>	<b>227,66</b>	<b>231,14</b>	<b>234,68</b>

**Elaborado por:** Orellana R., 2018

### 6.1.3.8. Gastos Fijos - Arriendo

Es el valor monetario a utilizar para obtener el servicio de infraestructura adecuada para el centro.

**Tabla 40**

*Arriendo*

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	AÑO 1	1,53% AÑO 2	1,53% AÑO 3	1,53% AÑO 4	1,53% AÑO 5
ARRIENDO	12	850	10.200,00	10356,06	10514,51	10675,38	10838,71
<b>Total</b>			<b>10.200,00</b>	<b>10356,06</b>	<b>10514,51</b>	<b>10675,38</b>	<b>10838,71</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** Orellana R., 2018

### 6.1.4. Costos

El costo, también llamado coste, es el gasto económico ocasionado por la producción de algún bien o la oferta de algún servicio. Este concepto incluye la compra de insumos, el pago de la mano de trabajo, los gastos en las producción y administrativos, entre otras actividades.

**Tabla 41**

*Costos directos*

	Cantidad	Precio	Cantidad Mensual	Total Costo	Total Anual
Suministros	12	\$ 220,85	1	\$ 220,85	\$ 2.650,20
mantenimiento	12	\$ 1.626,99	1	\$1.626,99	\$ 19.523,88
		<b>TOTAL</b>		<b>\$1.847,84</b>	<b>\$ 22.174,08</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** Orellana R., 2018

**Tabla 42**  
*Proyecciones anuales de costos directos*

Materia Prima	Precio	Total	Cantidad	Tota costo	Total anual
Sueldos y salarios	\$407,48	\$4.890,00	2	814,96	\$ 9.779,52
suministros de oficina	\$220,00	\$2.640,00	1	220	\$ 2.640,00
<b>TOTAL</b>					<b>\$12.419,52</b>

**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** Orellana R., 2018

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
12.419,52	12.609,54	12.802,46	12.998,34	13.197,22

**Tabla 43**  
*Costos Indirectos*

COSTOS INDIRECTOS	CANTIDAD	TOTAL COSTO
Trabajadores	2	\$ 5.697,43
Alquiler del Local	1	\$ 850,00
Servicios Básicos	4	\$ 6.227,29
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 12.774,72</b>

**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** Orellana R., 2018

**Tabla 44**  
*Proyecciones anuales costos indirectos*

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
12.774,72	12.970,17	13.168,62	13.370,10	13.574,66

**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** Orellana R., 2018

### 6.1.5. Proyección de Gastos y Costos

**Tabla 45**  
*Proyección de Gastos y Costos*

Costos y Gastos	Años				
	1	2	3	4	5
Tasa de inflación promedio	1,530%	1,530%	1,530%	1,530%	1,530%
<b><u>COSTOS DIRECTOS</u></b>					
Sueldos y salarios	56.325,26	57.187,04	58.062,00	58.950,35	59.852,29
MP	12.419,52	12.609,54	12.802,46	12.998,34	13.197,22
CIF	12.774,72	12.970,17	13.168,62	13.370,10	13.574,66

SERVICIOS BASICOS	6.663,17	7.610,75	7.727,20	7.845,42	7.965,46
<b>SUBTOTAL</b>	<b>88.182,67</b>	<b>90.377,51</b>	<b>91.760,28</b>	<b>93.164,21</b>	<b>94.589,63</b>
<b><u>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</u></b>					
Sueldos administrativos	28.162,63	28.593,52	29.031,00	29.475,18	29.926,15
Viáticos	1.200,00	1.218,36	1.237,00	1.255,93	1.275,14
Amortizaciones	198,00	190,00	190,00	190,00	190,00
Depreciaciones	6.227,29	6.227,29	6.227,29	6.227,29	6.227,29
Mantenimiento	5.530,92	5.615,55	5.701,46	5.788,70	5.877,26
Energía Eléctrica	832,90	845,64	858,58	871,71	885,05
Internet	43,20	43,86	44,53	45,21	45,91
Teléfono	360,00	365,51	371,10	376,78	382,54
Suministros de oficina	220,85	224,23	227,66	231,14	234,68
Arriendo	102,00	103,56	105,15	106,75	108,39
<b>SUBTOTAL</b>	<b>42.877,79</b>	<b>43.427,51</b>	<b>43.993,77</b>	<b>44.568,69</b>	<b>45.152,40</b>
<b><u>GASTOS DE VENTAS</u></b>					
Gastos de ventas	1.718,00	1.388,93	1.410,18	1.431,76	1.453,66
<b>SUBTOTAL</b>	<b>1.718,00</b>	<b>1.388,93</b>	<b>1.410,18</b>	<b>1.431,76</b>	<b>1.453,66</b>
<b><u>GASTOS DE FINANCIEROS</u></b>					
Gasto Intereses	2.472,64	2.103,65	1.680,46	1.195,09	638,43
<b>TOTAL DE COSTOS Y GASTOS</b>	<b>\$135.251,10</b>	<b>\$137.297,60</b>	<b>\$138.844,68</b>	<b>140.359,75</b>	<b>141.834,13</b>
	<b>\$47.068,43</b>	<b>\$46.920,09</b>	<b>\$47.084,40</b>	<b>\$47.195,54</b>	<b>\$47.244,50</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Orellana R., 2018

## 6.1.4. Financiamiento

### 6.1.4.1. Inversión Total

Como se indicó anteriormente la inversión total que se requiere para la creación del centro de capacitación es de \$ 14.317,46 monto que será financiado en su totalidad por capital propio invertido por los socios y préstamo a una entidad financiera.

**Tabla 46**

*Inversión Total*

<b>ESTADO DE FUENTES Y USOS DE RECURSOS</b>			
<b>Rubros de inversión</b>	<b>Usos de fondos</b>	<b>Fuentes de financiamiento</b>	
		<b>55%</b> <b>Recursos terceros</b>	<b>45%</b> <b>Recursos propios</b>
Activos fijos	6.786,89	3.732,79	3.054,10
Activos diferidos	950,00	522,50	427,50
Capital de trabajo	6.580,57	3.619,31	2.961,26
<b>TOTAL INVERSION</b>	<b>14.317,46</b>	<b>7.874,60</b>	<b>6.442,86</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** Orellana R., 2018

### 6.1.6.2. Estructura del Financiamiento

**Tabla 47**

*Estructura del Financiamiento*

<b>ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO</b>		
<b>FUENTES</b>	<b>VALOR</b>	<b>%</b>
Recursos propios	6.442,86	45%
Recursos terceros	7.874,60	55%

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** Orellana R., 2018

### 6.1.6.3. Costo de capital

Es la tasa de rendimiento que obtendrá el centro de capacitación sobre sus inversiones para que el valor en el mercado no sea alterado.

**Tabla 48**

*Costo de Capital*

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>	<b>%</b>	<b>COSTO</b>	<b>CPPC</b>
Capital propio	6.442,86	45,00%	4,53%	2,04%
Recursos terceros	7.874,60	55,00%	14,69%	8,08%
<b>TOTAL</b>	<b>14.317,46</b>	<b>100,00%</b>	<b>19,22%</b>	<b>10,12%</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** Orellana R., 2018

#### 6.1.6.4. Amortización

Es la cantidad de dinero que el centro deberá cancelar durante el período de 3 años la misma que se utilizó para completar el capital de trabajo.

**Tabla 49**  
Amortización

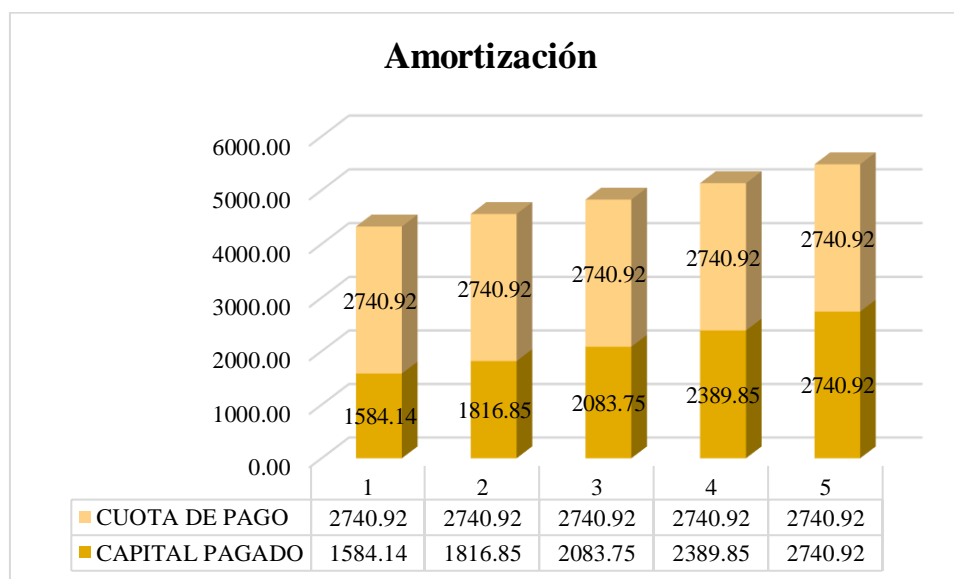
TABLA DE AMORTIZACIÓN					
<b>DATOS:</b>					7874,60
<b>PRÉSTAMO</b>	7.874,60				0,1469
<b>TASA</b>	14,69%				0,00
<b>Años</b>	4				2740,92

Año	Deuda	Interés vencido	Capital pagado	Cuota de pago	Saldo
1	7874,60	1156,78	1584,14	2740,92	6290,46
2	6290,46	924,07	1816,85	2740,92	4473,60
3	4473,60	657,17	2083,75	2740,92	2389,85
4	2389,85	351,07	2389,85	2740,92	0,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Orellana R., 2018



**Figura 27** Amortización

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Orellana R., 2018

#### 6.1.7. Presupuesto de Ingresos

Este presupuesto detalla la cantidad y precio de los eventos que representarán los ingresos de “EXCELLENCE”, en el periodo de evaluación del Centro de Capacitación, considerando:

- 10% de crecimiento en el segundo año respecto al primer año de funcionamiento.
- Mínimo 15 asistentes a los cursos de capacitación.
- Las asesorías constituyen un servicio complementario que pueden variar según su complejidad, sin embargo, se ha definido como precio promedio un valor de 400 dólares por asesoría.
- Las charlas constituyen un proceso de incentivación hacia el trabajo, emprendimiento y se ha definido la cantidad de 20 asistentes por charla.

Los ingresos anuales serán presentados de la siguiente manera:

**Tabla 50**  
*Ingresos Año 1*

<b>INGRESOS AÑO 1</b>				
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad de Participantes</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total Mensual</b>	<b>Cantidad Anual</b>
CAPACITACIÓN	15	\$ 65,00	\$ 975,00	\$ 11.700,00
ASESORÍA	5	\$ 400,00	\$ 2.000,00	\$ 24.000,00
CHARLAS	20	\$ 15,00	\$ 300,00	\$ 3.600,00
	<b>TOTAL</b>		<b>\$ 3.275,00</b>	<b>\$ 39.300,00</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** Orellana R., 2018

**Tabla 51**  
*Ingresos Anuales*

<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
39.300,00	43.230,00	47.553,00	52.308,30	57.539,13

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** Orellana R., 2018



## 6.1.8. Estados Financieros

### 6.1.8.1. Balance General

Tabla 52  
Balance de Situación Inicial

<b>BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL</b>			
<b><u>ACTIVO CORRIENTE</u></b>		<b><u>PASIVO CORRIENTE</u></b>	
Caja y Bancos	\$ 6.580,57	Participación trabajadores utilidades	-
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>6.580,57</b>	Impuesto Renta	-
		<b>PASIVO LARGO PLAZO</b>	<b>16.832,12</b>
<b><u>ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS</u></b>		<b>TOTAL DE PASIVOS</b>	<b>16.832,12</b>
MUEBLES Y ENSERES	3.316,00		
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	18.634,85	<b><u>PATRIMONIO</u></b>	
EQUIPOS DE OFICINA	18,00	Capital social pagado	13.771,74
MAQUINARIA Y EQUIPO	524,44	Reserva Legal	-
HERRAMIENTAS	-	Utilidad Retenida	-
VEHÍCULOS	-	Utilidad Retenida del Periodo	-
BIENES INMUEBLES	-	Utilidad (pérdida) neta	-
ADECUACIONES Y ARREGLOS FISICOS	580,00		-
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS</b>	<b>23.073,29</b>	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>13.771,74</b>
(-) Depreciaciones	-		
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS NETOS</b>	<b>23.073,29</b>		
<b><u>ACTIVOS DIFERIDOS</u></b>			
Gastos de Constitución	600		
Patentes y licencias	150		
	0	0	
Gastos Pre operativos	200		
	0	0	
(-)Amortizaciones	-		
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>950,00</b>		
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>30.603,86</b>	<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>30.603,86</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Orellana R., 2018

### **6.1.9. Estados financieros Projectados**

Los estados financieros proyectados son pronósticos de un escenario futuro que tendrá el Centro de Capacitación, basados en información estructurada en base a presupuestos y proformas.

Los estados financieros que a continuación se presentarán son el Estado de Resultados y el Flujo de Fondos de “EXCELLENCE”, tanto para el proyecto como para el inversionista, que permitirá en el primer caso definir la rentabilidad del proyecto y en el segundo, definir la justificación de financiamiento.

**Tabla 53**  
*Flujo de Caja*

	0	1	2	3	4	5
<b>A. INGRESOS OPERACIONALES</b>						
Recuperación por ventas		158.400,00	174.240,00	191.664,00	210.830,40	231.913,44
<b>Parcial</b>		<b>\$ 158.400,00</b>	<b>\$ 174.240,00</b>	<b>\$ 191.664,00</b>	<b>\$ 210.830,40</b>	<b>\$ 231.913,44</b>
<b>B. EGRESOS OPERACIONALES</b>						
Costos del Servicio		88.182,67	90.377,51	91.760,28	93.164,21	94.589,63
Gastos de Administración		42.877,79	43.427,51	43.993,77	44.568,69	45.152,40
Gastos de Ventas		1.718,00	1.388,93	1.410,18	1.431,76	1.453,66
(-) Depreciaciones		6.227,29	6.227,29	6.227,29	6.227,29	6.227,29
(-) Amortizaciones		198,40	190,38	190,38	190,38	190,38
<b>Parcial</b>		<b>\$ 126.352,78</b>	<b>\$ 128.776,28</b>	<b>\$ 130.746,56</b>	<b>\$ 132.746,99</b>	<b>\$ 134.778,03</b>
<b>C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)</b>		<b>\$ 32.047,22</b>	<b>\$ 45.463,72</b>	<b>\$ 60.917,44</b>	<b>\$ 78.083,41</b>	<b>\$ 97.135,41</b>
<b>D. INGRESOS NO OPERACIONALES</b>						
Crédito	16.832,12					
Capital Social	13.771,74					
<b>Parcial</b>	<b>\$ 30.603,86</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>
<b>E. EGRESOS NO OPERACIONALES</b>						
<b>Pago intereses</b>		2.472,64	2.103,65	1.680,46	1.195,09	638,43
<b>Pago principal (capital) de los pasivos</b>		2.511,84	2.880,83	3.304,02	3.789,38	4.346,05
Pago participación trabajadores			3.472,34	5.541,36	7.922,90	10.570,60
Pago de impuesto a la renta			4.919,14	7.850,26	11.224,10	14.975,01
<b>ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS</b>						
MUEBLES Y ENSERES	3316					
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	18634,85					
EQUIPOS DE OFICINA	18,00					
MAQUINARIA Y EQUIPO	524,44					
ADECUACIONES Y ARREGLOS FISICOS	580,00					
ACTIVOS DIFERIDOS	950,00					

	<b>Parcial</b>	<b>\$ 24.023,29</b>	<b>\$ 4.984,48</b>	<b>\$ 13.375,96</b>	<b>\$ 18.376,10</b>	<b>\$ 24.131,48</b>	<b>\$ 30.530,09</b>
<b>F. FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)</b>		<b>\$ 6.580,57</b>	<b>(\$ 4.984,48)</b>	<b>(\$ 13.375,96)</b>	<b>(\$ 18.376,10)</b>	<b>(\$ 24.131,48)</b>	<b>(\$ 30.530,09)</b>
<b>G. FLUJO NETO GENERADO (C+F)</b>		<b>\$ 6.580,57</b>	<b>\$ 27.062,74</b>	<b>\$ 32.087,76</b>	<b>\$ 42.541,34</b>	<b>\$ 53.951,93</b>	<b>\$ 66.605,32</b>
<b>H. SALDO INICIAL DE CAJA</b>		\$ 0,00	\$ 6.580,57	\$ 33.643,31	\$ 65.731,08	\$ 108.272,41	\$ 162.224,34
<b>I. SALDO FINAL DE CAJA (G+H)</b>		<b>\$ 6.580,57</b>	<b>\$ 33.643,31</b>	<b>\$ 65.731,08</b>	<b>\$ 108.272,41</b>	<b>\$ 162.224,34</b>	<b>\$ 228.829,67</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Orellana R., 2018

### 6.1.10. Estado de Pérdidas y Ganancias

**Tabla 54**

*Estado de Pérdidas y ganancias*

<b>ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS</b>					
<b>INGRESOS</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Tasa de inflación promedio</b>	<b>1,530%</b>	<b>1,530%</b>	<b>1,530%</b>	<b>1,530%</b>	<b>1,530%</b>
<b>Ventas Totales</b>	<b>158400,00</b>	<b>174240,00</b>	<b>191664,00</b>	<b>210830,40</b>	<b>231913,44</b>
(-) Costos de Producción	88182,67	90377,51	91760,28	93164,21	94589,63
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>70217,33</b>	<b>83862,49</b>	<b>99903,72</b>	<b>117666,19</b>	<b>137323,81</b>
<b><u>GASTOS DE OPERACIÓN</u></b>					
Gastos de Administración	<b>42877,79</b>	<b>43427,51</b>	<b>43993,77</b>	<b>44568,69</b>	<b>45152,40</b>
Gastos de Ventas	<b>1718,00</b>	<b>1388,93</b>	<b>1410,18</b>	<b>1431,76</b>	<b>1453,66</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>25621,54</b>	<b>39046,05</b>	<b>54499,77</b>	<b>71665,74</b>	<b>90717,75</b>
Gasto Financiero	2472,64	2103,65	1680,46	1195,09	638,43
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>23148,90</b>	<b>36942,40</b>	<b>52819,32</b>	<b>70470,65</b>	<b>90079,31</b>
15 % Participación Laboral	3472,34	5541,36	7922,90	10570,60	13511,90
<b>UTILIDAD DESPUÉS DE PART. LABORAL</b>	<b>19676,57</b>	<b>31401,04</b>	<b>44896,42</b>	<b>59900,05</b>	<b>76567,42</b>
25% Impuesto a la Renta	4919,14	7850,26	11224,10	14975,01	19141,85
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$14.757,43</b>	<b>\$23.550,78</b>	<b>\$33.672,31</b>	<b>\$44.925,04</b>	<b>\$57.425,56</b>
(-) Reserva legal 5%		\$1.177,54	\$1.683,62	\$2.246,25	\$2.871,28
(=) Utilidad/Perdida Retenida		\$22.373,24	\$31.988,70	\$42.678,79	\$54.554,28

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** Orellana R., 2018

### 6.1.11. Balance General Proyectado

Hace referencia a la estructura económica de “EXCELLENCE” en unos años.

**Tabla 55**  
*Balance General Proyectado*

	0	1	2	3	4	5
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>						
Caja y Bancos	6.580,57	33.643,31	65.731,08	108.272,41	162.224,34	228.829,67
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	6580,57	33643,31	65731,08	108272,41	162224,34	228829,67
<b>ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS</b>						
MUEBLES Y ENSERES	3316,00	3316,00	3316,00	3316,00	3316,00	3316,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	18634,85	18634,85	18634,85	18634,85	18634,85	18634,85
EQUIPOS DE OFICINA	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	524,44	524,44	524,44	524,44	524,44	524,44
ADECUACIONES Y ARREGLOS FISICOS	580,00	580,00	580,00	580,00	580,00	580,00
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS</b>	23073,29	23073,29	23073,29	23073,29	23073,29	23073,29
<b>(-) Depreciaciones</b>		6227,29	12454,57	18681,86	24909,14	31136,43
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS NETOS</b>	23073,29	16846,00	10618,72	4391,43	-1835,85	-8063,14
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>						
Gastos de Constitución	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Patentes y licencias	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
Gastos Pre operativos	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
<b>(-)Amortizaciones</b>		198,40	388,78	579,16	769,54	959,92
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	950,00	751,60	561,22	370,84	180,46	-9,92
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	30603,86	51240,92	76911,02	113034,69	160568,95	220756,61
<b>PASIVO CORRIENTE</b>						
Participación trabajadores utilidades		3472,34	5541,36	7922,90	10570,60	13511,90
Impuesto Renta		4919,14	7850,26	11224,10	14975,01	19141,85

<b>PASIVO LARGO PLAZO</b>	16832,12	14320,28	11439,45	8135,43	4346,05	
<b>TOTAL DE PASIVOS</b>	16832,12	22711,76	24831,07	27282,43	29891,66	32653,75
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital social pagado	13771,74	13771,74	13771,74	13771,74	13771,74	13771,74
Reserva Legal		737,87	1915,41	3599,03	5845,28	8716,56
Utilidad Retenida			14.019,55	36.392,80	68.381,50	111.060,28
Utilidad Retenida del Periodo						
Utilidad (pérdida) neta		14.019,55	22.373,24	31.988,70	42.678,79	54.554,28
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	13771,74	28529,16	52079,95	85752,26	130677,30	188102,86
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	\$30.603,86	\$51.240,92	\$76.911,02	\$113.034,69	\$160.568,95	\$220.756,61

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** Orellana R., 2018

### 6.1.12. Flujo de Fondos

Es importante llegar a determinar el flujo de caja para en función de ello analizar la factibilidad e impacto que tiene la implementación del centro de capacitación en función del incremento de los ingresos que genere el proyecto; la inversión y gastos que este genera.

**Tabla 56**  
*Flujo de Fondos*

Flujo de Fondos	0	1	2	3	4	5
Capital de Operación	-10068,52083					
Inversión Diferida	950,00					
Inversión Fija	8.794,89					
Intereses Pagados			(2.472,64)	(2.103,65)	(1.680,46)	(1.195,09)
Participación de Trabajadores			(3.472,34)	(5.541,36)	(7.922,90)	(10.570,60)
Impuesto a la Renta			-4919,14	-7850,26	-11224,10	-14975,01
Flujo Operacional (ingresos - egresos)		32047,2236	45463,7198	60917,4369	78083,4086	97135,41384
Capital de Operación						15332,99653
Valor de desecho						-8063,14
Flujo Neto (precios constantes)	-17913,41083	32047,2236	34599,6036	45422,1657	57255,9511	77.664,57
Flujo de Neto Acumulado		14133,8128	48733,4163	94155,5821	151411,533	229076,1

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Orellana R., 2018

### 6.1.13. Determinación de la tasa de descuento

**Tabla 57**  
*Determinación de la tasa de descuento*

DETERMINACIÓN DE LA TASA DE DESCUENTO DEL INVERSIONISTA				
TMAR = Costo del Capital + Premio al Riesgo				
COSTO DEL CAPITAL				
DETALLE	VALOR	%	COSTO	CPPC
Recursos propios	13.771,74	45,00%	4,53%	2,04%
Recursos terceros	16.832,12	55,00%	14,69%	8,08%
<b>TOTAL</b>	<b>30.603,86</b>	<b>100,00%</b>	<b>19,22%</b>	<b>10,12%</b>
	CPPC	10,12%		
	Premio al riesgo	7,00%		
	Inflación	2,68%		
	<b>Tasa de descuento</b>	<b>19,80%</b>		

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Orellana R., 2018



### 6.1.14. Análisis de factibilidad

Permite medir que tan rentable es la creación del centro de capacitación y analizar si se obtendrá utilidad que el centro espera.

Para ello se considera los siguientes métodos de evaluación:

- Valor Actual Neto (VAN)
- Tasa Interna de Retorno (TIR)

#### 6.1.14.1. Cálculo de VAN

Se pretende verificar la factibilidad de la creación del Centro de Capacitación de la siguiente manera:

**Tabla 58**  
VAN

VALOR ACTUAL NETO		
AÑOS	FLUJO DE CAJA	VAN
TASA DE DESCUENTO	19,80%	$M = C/(1+i)^n$
Inversión Inicial	-17.913,41	-17.913,41
Año 1	27.062,74	22.590,31
Año 2	32.087,76	22.358,38
Año 3	42.541,34	24.743,57
Año 4	53.951,93	26.194,41
Año 5	66.605,32	26.993,62
<b>VAN</b>		<b>104.966,89</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** Orellana R., 2018

Al tener un VAN superior a 0 se puede concluir que la creación del centro de capacitación es factible.

**Tabla 59**  
Comprobación

AÑOS	COMPROBACION FLUJO DE CAJA 171,31%	TIR
Inversión Inicial	-17.913,41	-17.913,41
Año 1	27.062,74	9.974,96
Año 2	32.087,76	4.359,31
Año 3	42.541,34	2.130,24
Año 4	53.951,93	995,78

Año 5	66.605,32	453,11
<b>VAN</b>		<b>0,00</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Orellana R., 2018

Al ser la tasa interna de retorno mayor a la tasa de descuento que es del 12% puedo concluir que es rentable la implementación del centro de capacitación algo que se puede apreciar muy claramente ya que la inversión es mínima.

**Tabla 60**

*Ingresos Actualizados*

<b>INGRESOS ACTUALIZADOS</b>		
<b>AÑOS</b>	<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>VAN</b>
<b>TASA DE DESCUENTO</b>	<b>19,80%</b>	<b><math>M = C/(1+i)^n</math></b>
Año 1	158.400,00	132.222,57
Año 2	174.240,00	121.408,40
Año 3	191.664,00	111.478,69
Año 4	210.830,40	102.361,10
Año 5	231.913,44	93.989,23
<b>TOTAL INGRESOS ACTUALIZADOS</b>		<b>561.459,99</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Orellana R., 2018

**Tabla 61**

*Egresos Actualizados*

<b>EGRESOS ACTUALIZADOS</b>		
<b>AÑOS</b>	<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>VAN</b>
<b>TASA DE DESCUENTO</b>	<b>19,80%</b>	<b><math>M = C/(1+i)^n</math></b>
Año 1	135.251,10	112.899,29
Año 2	137.297,60	95.667,36
Año 3	138.844,68	80.757,07
Año 4	140.359,75	68.146,62
Año 5	141.834,13	57.482,14
<b>TOTAL EGRESOS ACTUALIZADOS</b>		<b>414.952,48</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Orellana R., 2018

---

<b>RELACIÓN BENEFICIO - COSTO=</b>	Ingresos Actualizados
	Egresos actualizados
<b>RELACIÓN BENEFICIO - COSTO =</b>	561.459,99
	414.952,48
<b>RELACIÓN BENEFICIO - COSTO =</b>	<b>1,35</b>

---

**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** Orellana R., 2018

**Tabla 62**  
*Inversión*

---

<b>Años</b>	<b>Inversión</b>	<b>Flujos de caja actualizados</b>	<b>Flujos de caja acumulados</b>
			<b>-17.913,41</b>
1	27.062,74	22.590,31	22.590,31
2	32.087,76	22.358,38	44.948,69
3	42.541,34	24.743,57	69.692,27
4	53.951,93	26.194,41	95.886,68
5	66.605,32	26.993,62	122.880,30
PRI	3,344441133		
Meses	3,344441133	40,13329359	
Días	40,13329359		

---

**Fuente:** Investigación directa  
**Elaborado por:** Orellana R., 2018

### 6.1.15. Indicadores Financieros

Analizan desde un punto de vista individual el estado del centro de capacitación

“EXCELLENCE.

**Tabla 63**  
*Indicadores Financieros*

---

<b>INDICADORES FINANCIEROS</b>							
<b>INDICADOR</b>	<b>FÓRMULA DE CALCULO</b>		<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>LIQUIDEZ</b>							
<b>1. Liquidez corriente</b>	Activo corriente / Pasivo Corriente	dólares	0,39	1,48	2,65	3,97	5,43
<b>ENDEUDAMIENTO</b>							

---

<b>2. Endeudamiento largo plazo</b>	Pasivo largo plazo / Activo total	55,00%	27,95%	14,87%	7,20%	2,71%
<b>RENTABILIDAD</b>						
<b>3. Rendimiento Activo Total</b>	Utilidad neta / Activo Promedio	48,22%	45,96%	43,78%	39,74%	35,76%
<b>4. Rendimiento del Patrimonio</b>	Utilidad neta / Patrimonio promedio	107,16%	82,55%	64,66%	52,39%	43,94%
<b>5. Margen Utilidad Bruta</b>	Ventas - Costo de Ventas / Ventas	44,33%	48,13%	52,12%	55,81%	59,21%
<b>6. Margen Utilidad neta.</b>	Utilidad neta / Ventas	8,69%	16,37%	27,17%	40,67%	56,35%

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** Orellana R., 2018

## CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Se indica las actividades desarrolladas y las que se realizará con la implementación del proyecto de factibilidad.

**Tabla 64**

*Cronograma de actividades*

I. INFORMACIÓN GENERAL		PROYECTO DE FACTIBILIDAD												
<b>Empresa:</b>		"EXCELLENCE"												
<b>Proyecto:</b>		Proyecto De Factibilidad Para La Creación De Un Centro De Capacitación												
<b>Responsable:</b>		Orellana Lalvay Ricardo David												
II. OBJETIVOS														
<b>Perspectiva estratégica:</b>		Perspectiva cliente												
<b>Objetivo General del proyecto de factibilidad</b>		Desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de un centro de capacitación en el Cantón Pedro Moncayo, Parroquia de Tabacundo.												
<b>Descripción:</b>		Creación de un centro de capacitación, realizar el estudio de factibilidad, aplicación de la propuesta.												
IV. PROPUESTA EN ACCIÓN														
ACTIVIDAD / TIEMPO	S 1	S 2	S 3	S 4	S 5	S 6	S 7	S 8	S 9	S 10	S 11	S 12	RESPONSABLE	
<b>Diseño de la propuesta</b>	■												Ricardo Orellana	
<b>Levantamiento de Información real</b>		■											Ricardo Orellana	
<b>Diseño del Proyecto primera fase ( Tema, Objetivos, Idea a defender capítulo 1)</b>			■										Ricardo Orellana	
<b>Capítulo 2 ( Información para diseño de capítulo)</b>				■									Ricardo Orellana	
<b>Diseño de la encuesta</b>					■								Ricardo Orellana	
<b>Implementación de la Encuesta</b>						■							Ricardo Orellana	
<b>Tabulación y análisis de la Encuesta</b>							■						Ricardo Orellana	
<b>Estudio Técnico</b>								■					Ricardo Orellana	
<b>Estudio Administrativo</b>									■				Ricardo Orellana	

Estudio Legal																		Ricardo Orellana
Estudio Financiero																		Ricardo Orellana
Implementación de la Propuesta																		Ricardo Orellana
Fecha de inicio:	jul-18																	
Fecha de culminación:	jul-23																	
V. OBSERVACIONES	Después del financiamiento, el proyecto será ejecutado sin ninguna novedad ya que se pretende su creación para brindar el servicio que la población requiere.																	

Fuente: Asesoramiento Educativo  
 Elaborado por: Orellana R., 2018

## CONCLUSIONES

- Se ha desarrollado una estructura organizacional muy simple pero muy ágil la misma que responderá a la demanda exigente el mercado.
- El proyecto de creación del centro de capacitación no requiere de una inversión elevada la cual corresponde a \$ 17.913,41 la cual requiere del 45% que pertenecen a recursos propios y el 55% a crédito el cual está dentro de todos los requerimientos que manifiestan las entidades financieras.
- El precio promedio establecido por cada participante es de \$ 30 a \$150 en nivel de capacitación lo que permite establecer los ingresos en este periodo.
- El proyecto es muy sensible a la disminución de asistentes o de cursos realizados, para un número de 20 asistentes el proyecto se torna no viable.
- Fomentar constantemente en todo el personal del Centro la ideología de considerar al cliente como el activo más valioso.
- Poner mucho énfasis en la publicidad para captar un mayor número de participantes por curso.

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda contar con una planta de instructores que sean de calidad y que deseen compartir sus experiencias en beneficio del sector emprendedor.
- Realizar alianzas estratégicas con organismos gubernamentales que apoyen el trabajo de los microempresarios y emprendedores de la parroquia de Tabacundo.
- Capacitar al personal constantemente para que constituya un personal eficiente que busca el servicio de capacitación.
- Se recomienda ejecutar el proyecto toda vez que se ha demostrado la factibilidad de mercado.



## BIBLIOGRAFÍA

- Espejo, L. F. (2011). *Mercadotecnia*. MacGraw Hill.
- Experto, G. (8 de Abril de 2001). *¿Qué es el estudio de factibilidad en un proyecto?* Obtenido de *¿Qué es el estudio de factibilidad en un proyecto?*: [www.gestiopolis.com/que-es-el-estudio-de-factibilidad-en-un-proyecto](http://www.gestiopolis.com/que-es-el-estudio-de-factibilidad-en-un-proyecto)
- Hurtado, C. A. (2010). *Análisis Financiero*. Bogotá: San Mateo.
- jose.blogspot. (20 de Enero de 2011). *Administración*. Obtenido de *Organización*: <http://administracionjose.blogspot.com/2011/01/45-organizacion.html>
- Just, P. K. (1996). *Dirección de mercadotecnia*. Vol. 7. Prentice hall.
- Riquelme, M. (Junio de 2015). *Las 5 Fuerzas de Porter – Clave para el Éxito de la Empresa*. Obtenido de *Las 5 Fuerzas de Porter – Clave para el Éxito de la Empresa*: <http://www.5fuerzasdeporter.com/>
- Urbina, G. B. (s.f.). *Evaluación de Proyectos*. Obtenido de *Evaluación de Proyectos*.
- Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. (2018). *Metodología de la Investigación: Las Rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: Edamsa Impresiones, S.A de C.V.
- Niño Rojas, V. (2011). *Metodología de la Investigación Diseño y ejecución*. Ediciones de la u.
- Ñaupas Paitán , H., Mejía Mejía, E., Novoa Ramírez, E., & Villagómez Paucar, A. (2014). *Metodología de la Investigación Cuantitativa-Cualitativa y Redacción de la Tesis*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Labajo, E. (2017). *El Método Científico I*. Obtenido de <https://www.ucm.es/data/cont/docs/107-2017-02-08-El%20M%C3%A9todo%20Cient%C3%ADfico%20I.pdf>

# ANEXOS

**ANEXOS****ENCUESTA A LA POBLACIÓN SOBRE EL NUEVO CENTRO DE  
CAPACITACIÓN**

**Objetivo:** Conocer el grado de aceptación que tiene la creación de un centro de capacitación para los pobladores de la parroquia de Tabacundo.

---

**INSTRUCCIONES:** Lea detenidamente las preguntas y seleccione las respuestas dependiendo de su situación.

1. ¿Considera usted que necesita prepararse para mejorar el manejo de su negocio?

SI

NO

2. ¿Ha tomado algún curso de capacitación para mejorar todo el manejo de su negocio?

SI

NO

3. ¿En qué áreas de gestión desearía recibir capacitación o asesoramiento?

Procesos

Administrativa

Ventas

Control de calidad

Financiera

4. ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir en recibir capacitación y asesoramiento?

De \$30 a \$50

De \$50 a \$70

Más de \$70

5. ¿Qué tiempo le gustaría dedicar para recibir su capacitación?

- 1 mes
- 3 meses
- 6 meses
- Más de tres meses

6. ¿Qué días cree usted es conveniente recibir las capacitaciones?

- Lunes a viernes
- Fines de semana

7. ¿Cuál es el horario que elegiría para recibir capacitación?

- Mañana
- Tarde
- Noche

8. ¿Ha escuchado o conoce algún centro de capacitación?

- SI
- NO

9. ¿A través de que medio le gustaría recibir información sobre los centros de capacitación?

- Redes sociales
- Prensa escrita
- Volantes
- Radio

10. ¿Cómo le gustaría cancelar el valor de los diferentes cursos de capacitación?

- Tarjetas
- Efectivo