



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y

ECONÓMICAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

**"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE
CAPACITACIÓN ONLINE EN LA CIUDAD DE LATACUNGA"**

Proyecto de Emprendimiento presentado previo a la obtención del Título en

Licenciatura en Administración de Empresas.

Autores:

Quevedo Ante Angie Nathalia

Yanchaliquin Quinaloa Piedad Clemencia

Tutor:

Mgs. Roberto Carlos Arias Figueroa

Latacunga - Ecuador

Octubre 2022

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Nosotras, **QUEVEDO ANTE ANGIE NATHALIA** y **YANCHALIQUIN QUINALOA PIEDAD CLEMENCIA** declaramos ser autores del presente proyecto de emprendimiento: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE CAPACITACIÓN ONLINE EN LA CIUDAD DE LATACUNGA”, siendo el Mgs. Roberto Carlos Arias Figueroa, tutor del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de nuestra exclusiva responsabilidad.



Quevedo Ante Angie Nathalia

C.I 0550369334




Yanchaliquin Quinaloa Piedad Clemencia

C.I 1805105978

AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En calidad de Tutor del Trabajo de Emprendimiento sobre el título: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE CAPACITACIÓN ONLINE EN LA CIUDAD DE LATACUNGA, de **Quevedo Ante Angie Nathalia** con cédula de ciudadanía No. 0550369334 y **Yanchaliquin Quinaloa Piedad Clemencia** con cédula de ciudadanía No. **1805105978** de la carrera Administración de Empresas, considero que dicho proyecto de emprendimiento cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Proyecto que el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, febrero 2023



MGS. ROBERTO CARLOS ARIAS FIGUEROA

CC:05021223730

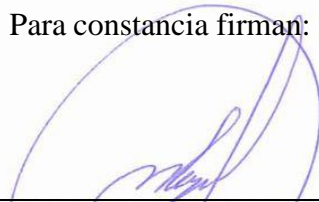
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Facultad de Ciencias Administrativas; por cuanto, el o los postulantes: **Quevedo Ante Angie Nathalia** y **Yanchaliquin Quinaloa Piedad Clemencia** con el título de Proyecto de Emprendimiento: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE CAPACITACIÓN ONLINE EN LA CIUDAD DE LATACUNGA” han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Sustentación Final del Proyecto.


Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, febrero ,2023

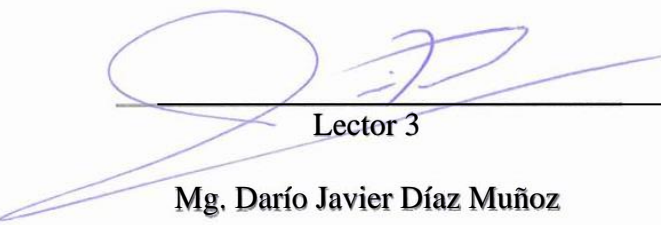
Para constancia firman:



Lector 1 (Presidente)
Mg. Marlon Rubén Tinajero
CC:050208033-6



Lector 2
Mg. Yadira Paola Borja Brazales:
CC:050278683-3



Lector 3
Mg. Darío Javier Díaz Muñoz
CC: 180286519-4

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer al dador de la vida que es Dios porque sin el nada de esto sería posible, y a mis padres que en el transcurso de todo este proceso han sabido apoyarme, guiarme y brindarme la motivación diaria para poder concluir esta meta.

A mis hoy en día colegas por hacer de este largo camino uno muy llevadero, porque sobre todo aprendimos el significado de trabajo en equipo, una cualidad que siempre nos caracterizó.

A mi apreciada Alma Mater mi querida UTC quien con sus excelentes docentes supieron direccionarme desde el principio, en especial a mi querido Tutor Msg. Roberto Arias que pese a todo siempre estuvo motivándonos al pie del cañón.

Angie

AGRADECIMIENTO

Primero que nada, quiero agradecer a Dios por la vida, agradecer a mi madre y familia por su apoyo incondicional que me ha permitido alcanzar todas mis metas personales y académicas.

Ellos son quienes siempre me han animado con su amor a perseguir mis metas y nunca rendirme ante la adversidad. También agradecer a la Universidad Técnica de Cotopaxi y de manera especial a los excelentes catedráticos quienes compartieron su conocimiento, apoyaron e impulsaron a culminar esta etapa de formación; a ellos mi sentimiento de cariño y gratitud.

Piedad

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado con todo mi amor primero a Dios, consecuentemente a mis Padres Mesías y Lida ya que esto es fruto de todo lo que han sembrado en mí, a mis hermanos Noelia y Daniel porque han sido un pilar a lo largo de este camino.

A toda mi familia, en especial por parte de mi madre quienes siempre me han apoyado cuando más lo necesitaba demostrándome el gran cariño y paciencia que sienten por mí, y eso fue de vital importancia para concluir esta meta.

Angie

DEDICATORIA

Al término de una etapa más del camino dedico este trabajo principalmente a Dios, quien me ha dado la fuerza para superar todas las dificultades, a mi madre y familia: Señora Teresa y Herman@s, quienes siempre con su infinito amor me impulsan a conquistar nuevos retos.

También para Cristian y mi pequeño hijo Liam, por complementar mi vida. Los Amo

Piedad

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE CAPACITACIÓN ONLINE EN LA CIUDAD DE LATACUNGA”

AUTORES:

Quevedo Ante Angie Nathalia

Yanchaliquin Quinaloa Piedad Clemencia

RESUMEN

El presente trabajo de un plan de negocio para la creación de una empresa de capacitación online a los aspirantes al sistema de educación superior presentó diferentes etapas, se realizó la idea de negocio donde se determinó las necesidades de los clientes potenciales. El plan de Mercado permitió determinar las diferentes segmentaciones, identificar las diferentes políticas del producto, precio, plaza y promoción del servicio de capacitación a los aspirantes a obtener un cupo en una institución de educación superior. Finalmente, con el plan financiero se pudo determinar la factibilidad del negocio, con una inversión de 48.350 dólares con un 57% de capital propio y un 42,42% de dinero oneroso se proyectan tres cursos de doce participantes cada tres meses, el precio del servicio es de \$400,00 aproximadamente. Se obtiene un Valor actual neto de \$105.894 lo que muestra una factibilidad financiera del proyecto, la tasa interna de retorno corrobora esta decisión ya que presenta un resultado de 47,28% que es superior en mucho al costo del financiamiento WACC. Se obtiene una relación beneficio costo por cada dólar de inversión existe un retorno de \$3,19, finalmente la inversión se recupera en dos años, ocho meses y seis días.

Palabras clave: Plan de negocio, Plan de Operaciones, Plan Financiero, Control de Gestión.

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI
FACULTY OF ADMINISTRATIVE AND ECONOMIC
SCIENCES

BUSINESS ADMINISTRATION CAREER

TOPIC: "BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF AN ONLINE TRAINING CENTER IN THE CITY OF LATACUNGA"

AUTHORS:

Quevedo Angie Nathalia

Yanchaliquin Quinaloa Piedad Clemencia

ABSTRACT

The present work of a business plan for the creation of an online training company for applicants to the higher education system presented different stages, the business idea was carried out where the needs of potential clients were determined. The Marketing plan made it possible to determine the different market segmentations and through the Marketing mix, to identify the different policies of the product, price, place and promotion of the training service for applicants to obtain a place in a higher education institution. Finally, with the financial plan it was possible to determine the feasibility of the business, with an investment of 48,350 dollars with 57% own capital and 42.42% onerous money, three courses of twelve participants are projected every three months, the price of the service is approximately \$400.00. A net present value of \$105,894 is obtained, which shows a financial feasibility of the project, the internal rate of return corroborates this decision since it presents a result of 47.28%, which is much higher than the cost of WACC financing. A cost-benefit relationship is obtained for every dollar of investment there is a return of \$3.19, finally the investment is recovered in two years, eight months and six days.

Keywords: Strategic Plan, Operations Plan, Financial Plan, Management Control, Contingency Plan.

AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal **CERTIFICO** que:

La traducción del resumen al idioma Inglés del proyecto de investigación cuyo título versa: **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE CAPACITACIÓN ONLINE EN LA CIUDAD DE LATACUNGA”** presentado por: **Quevedo Ante Angie Nathalia y Yanchaliquin Quinaloa Piedad Clemencia** egresadas de la Carrera de **Administración de Empresas**, perteneciente a la **Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas** lo realizaron bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo a las peticionarias hacer uso del presente aval para los fines académicos legales.

Latacunga, marzo del 2023

Atentamente,


MSc. Alison Mena Barthelotty
DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS-
UTCCI: 0501801252



ÍNDICE DE CONTENIDOS

DECLARACIÓN DE AUTORÍA	ii
AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
ÍNDICE DE CONTENIDOS	11
ÍNDICE DE TABLAS	15
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	17
INFORMACIÓN GENERAL	18
Idea de negocio	19
Planteamiento del problema.....	20
Formulación del Problema.....	23
Objetivos del proyecto	23
Objetivo General.....	23
Objetivos Específicos.....	23
CAPÍTULO I	24
MARCO TEÓRICO	24
Fundamentación Teórica.....	24

Antecedentes.....	24
BASES TEÓRICAS.....	28
Emprendimiento.....	29
Emprendedor.....	29
Estudio de Mercado	29
Importancia del estudio de mercado	30
Elementos del estudio de mercado.....	30
Población y muestra.....	32
Demanda y oferta.....	33
Demanda potencial insatisfecha.....	34
Plan de Negocio.....	35
Importancia del plan de negocios.....	35
Tipos de plan de negocio	36
Etapa de Plan de Negocios.....	37
Estudio Técnico	37
Tamaño y Localización.....	37
Macro Localización	38
Micro Localización	38
Ingeniería del Proyecto	38
Organigrama de le empresa.....	39
Estudio Financiero	40
Definición de Inversión.....	40

Capital de Trabajo.....	41
Fuentes de Financiamiento.	41
Estados Financieros	41
Estado de Pérdidas y Ganancias.....	41
Indicadores financieros económicos	42
Valor Actual VA.....	42
Valor Actual Neto VAN	42
Tasa interna de retorno TIR	43
Relación beneficio costo RBC	43
Costo promedio ponderado de capital.....	43
Pay Back	44
CAPÍTULO II.....	45
ESTUDIO DE MERCADO.....	45
Población	45
Muestra	45
Resultados de la Investigación.....	47
Demanda	51
Cálculo de la demanda actual.....	52
Demanda proyectada.....	52
Proyección de la oferta.....	54
Demanda insatisfecha	55
CAPÍTULO III.....	56

ESTUDIO TÉCNICO	56
El tamaño del proyecto	56
Localización de la empresa.....	57
Macro localización.....	57
Micro localización	58
Ingeniería del Proyecto	59
Especificaciones técnicas.....	59
Proceso de Funcionamiento	60
Diagrama de operaciones.....	62
La logística.....	63
Servicio al cliente.....	63
Organigrama	64
Proceso de capacitación.....	65
CAPÍTULO IV	67
ESTUDIO FINANCIERO	67
Plan Financiero	67
Plan de inversión.....	67
Plan de financiamiento.....	69
Tabla de amortización.....	69
Costos Variables	72
Costos Fijos.....	72
Cantidad a producir.....	74

Costos unitarios.....	74
Precios.....	75
Ingresos.....	76
Flujo de efectivo	76
Costo promedio ponderado de capital.....	78
Valor Actual VA.....	78
Valor Actual Neto VAN	79
Tasa interna de retorno TIR	79
Relación beneficio costo RBC	79
Pay Back	80
CONCLUSIONES	80
RECOMENDACIONES.....	81
BIBLIOGRAFÍA	83

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Simbología de Flujograma	39
Tabla N° 2 Población	45
Tabla N° 3 Plan muestral	46
Tabla N° 4 ¿Estaría usted dispuesto a contratar un servicio de capacitación a su hij@ para el examen de admisión con la modalidad online?	47

Tabla N° 5 Si su respuesta fue si, ¿Cuánto tiempo considera usted que es el adecuado para prepararse para el examen de admisión?.....	48
Tabla N° 6 Estaría dispuesto a pagar	49
Tabla N° 7 ¿Usted contempla a futuro seguir preparándose con una educación de 3er nivel?.....	49
Tabla N° 8 Si su respuesta fue afirmativa, la universidad a la que optaría ir sería...	49
Tabla N° 9 ¿Utilizaría usted la modalidad de capacitación online para el examen de admisión?.....	50
Tabla N° 10 ¿Cuál es su dominio con la Tecnología?	50
Tabla N° 11 ¿Por qué medio tecnológico recibiría usted este servicio?.....	51
Tabla N° 12 ¿Cuenta con un servicio de Internet?.....	51
Tabla N° 13 Demanda.....	51
Tabla N° 14 Demanda en persona.....	52
Tabla N° 15 Demanda Proyectada.....	52
Tabla N° 16 Oferta.....	53
Tabla N° 17 Oferta Proyectada	54
Tabla N° 18 Demanda insatisfecha.....	55
Tabla N° 19 Sistema de cobros	63
Tabla N° 20 Cargos Laborales	64
Tabla N° 21 Funciones del personal	64
Tabla N° 22 Necesidades de capacitación en la empresa	66
Tabla N° 23 Plan de inversión	68
Tabla N° 24 Plan de Financiamiento	69
Tabla N° 25 Datos para la tabla de amortización.....	70

Tabla N° 26 Tabla de amortización	71
Tabla N° 27 Costos Variables	72
Tabla N° 28 Costos Fijos	73
Tabla N° 29 Cantidad a producir	74
Tabla N° 30 Cupos anuales	74
Tabla N° 31 Costos unitarios	74
Tabla N° 32 Precio	75
Tabla N° 33 Ingresos.....	76
Tabla N° 34 Flujo de efectivo	77
Tabla N° 35 Costo promedio ponderado de capital	78

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Pregunta de contratación de servicio	48
Ilustración 2 Demanda Proyectada.....	53
Ilustración 3 Oferta Proyectada.....	54
Ilustración 4 Demanda insatisfecha	56
Ilustración 5 Macro- ubicación	58
Ilustración 6 Micro- ubicación	59
Ilustración 7 Diagrama de operaciones	62
Ilustración 8 Organigrama.....	64
Ilustración 9 Estructura de funcionamiento	69
Ilustración 10 Tasa de iteres.....	70

INTRUDUCCIÓN

INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto: “Plan de negocios para la creación de un Centro de Capacitación Online en la ciudad de Latacunga”

Fecha de inicio: 14 de octubre 2022

Fecha de finalización: marzo 2023

Lugar de ejecución: Ciudad Latacunga-provincia Cotopaxi

Facultad que auspicia: Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Carrera que auspicia: Licenciatura en Administración de Empresas

Proyecto vinculado (si corresponde): No aplica

Equipo de Trabajo:

Equipo de Trabajo:

Tutor: Mgs. Roberto Arias C.C:0502123730 **Correo:** roberto.arias@utc.edu.ec

Estudiante I: Angie Nathalia Quevedo Ante C.C: 0550369334

Teléfono: 0992048727 **Correo:** angie.quevedo9334@utc.edu.ec

Estudiante II: Piedad Clemencia Yanchaliquin Quinaloa C:C: 1805105978

Teléfono: 0963031145 **Correo:** piedad.yanchaliquin5978@utc.edu.ec

Área de Conocimiento: Ciencias Administrativas

Línea de investigación: Administración y Economía para el Desarrollo Humano y Social.

Sub líneas de investigación de la Carrera: Estrategias Administrativas, Productividad y Emprendimiento.

Idea de negocio

El presente proyecto tiene como objetivo establecer un “Plan de negocios para la creación de un Centro de Capacitación Online en la ciudad de Latacunga”, este centro de capacitación está orientado a los bachilleres de tercer año que tengan interés de incorporarse al sistema de educación superior. que con la finalidad de proyectar la preparación sistemática que propicie el avance de las competencias requeridas en el desempeño profesional, ofertando una educación de calidad, esta idea nace a partir de la necesidad que limita aquellos individuos que no disponen de un tiempo suficiente debido a varios factores, como de las barreras geográficas, su desempeño laboral, su situación económica, cargas familiares, entre otros, para poder prepararse de forma presencial.

El proyecto inicia con la determinación del mercado objetivo para la provisión de este servicio, luego se realiza un estudio técnico donde se define la infraestructura física requerida, la organización de personal y los medios necesarios para poner en funcionamiento del centro de capacitación online. Finalmente se realiza un estudio económico y financiero para calcular índices como el VAN, TIR, B/C, los cuales definirán si la empresa es viable o no. Así visibilizando la ejecución de un proceso administrativo ordenado con sus etapas de planeación, organización, dirección y control, los cuales se van ejecutando de manera secuencial para que el proyecto tenga el éxito deseado.

El proyecto consiste en generar estrategias para el desarrollo de nuevos clientes de la empresa de capacitación NIC PREUNIVERSITARIO a un mediano y largo plazo, ya que la empresa tiene posibilidades de competir y extenderse

dentro del mercado local mediante ya que nuevos bachilleres desean prepararse para poder ingresar al sistema de educación superior.

Planteamiento del problema

En la actualidad para mantenerse en el mercado de manera competitiva no se deben enfocar los esfuerzos solo en las ventas de los productos, también se debe conocer de forma detallada el mercado al cual la empresa se dirige, es importante entender las necesidades del consumidor, gustos, preferencias y hábitos de compra al momento de elegir un producto dentro de la empresa se ha identificado diversos motivos que frena la búsqueda de nuevos mercados.

La deficiente gestión administrativa y de ventas en la empresa es ocasionado por no poseer personal capacitado que cumpla con las actividades de forma correcta a las que están asignadas limitando el proceso de producción a datos irregulares de ventas impidiendo el crecimiento de la empresa en el mercado.

Uno de los principales retos que asume Ecuador es el de mejorar la oferta de la educación superior con el fin de evitar la alta deserción de estudiantes que no pueden ingresar ya sea por estudiantes recién graduados de la educación secundaria o por estudiantes previamente graduados.

Para ello se han creado preuniversitarios, centros de capacitación para poder ayudarlos en los conocimientos que les faltan. Estos centros de estudios solo prestan su servicio de manera presencial, adicional a ello muchas personas que viven lejos no pueden acercarse al mismo, entonces como se está en la era digital se ha visto la opción de crear capacitaciones virtuales donde el estudiante aparte de no tener que viajar podrá ingresar a visualizar la clase desde la comodidad de su hogar.

Este método educativo es una revolucionaria modalidad de capacitación que posibilitó Internet, y que hoy se posiciona como la forma de capacitación predominante en el futuro (e-learning, 2021). La educación online se ha convertido en una aliada perfecta tanto de instituciones de educación formal como de organizaciones enfocadas al campo de la formación profesional y laboral, convirtiéndose en un fenómeno de gran importancia en todo el mundo debido a lo atractivo y accesible que resulta para las direcciones corporativas y de recursos humanos. Además, analistas del área coinciden en que esto les brinda a las personas la oportunidad de ser más competitivas en el mercado laboral y les permite proseguir con sus diferentes quehaceres personales. En la actualidad y tras la pandemia provocada por el COVID 19, la educación se ha modernizado y acoplado a la tecnología, los estudiantes de este tiempo manejan muy bien las herramientas tecnológicas, las cuáles es una ventaja para mejorar la calidad de educación en el país.

De acuerdo con los últimos datos de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (ICT), se manifiesta: “La adopción de Internet se ha acelerado durante la pandemia. En 2019, el 54 % de la población mundial utiliza Internet. Y en 2021, 63 % de la población”. (ICT, 2021, pag.1). Esto significa que la pandemia incrementó un uso acelerado de Tic 's y de una mejora significativa en el ecosistema tecnológico.

Para la eficiente utilización de la educación virtual se crea varias herramientas digitales que le permite al estudiante tener una educación garantizada de calidad, plataformas educativas como microsoft team's, zoom, meet; hace pocos años atrás eran consideradas como herramientas secundarias para la educación, pero gracias a la

pandemia los estudiantes y docentes se vieron prácticamente obligados a utilizarlas y convirtiéndolas en necesarias e imprescindibles para la educación virtual.

Los entornos virtuales de aprendizaje por naturaleza son más flexibles, que las tradicionales organizaciones educativas, por lo que pueden responder mejor a los requerimientos cambiantes de los alumnos y a sus necesidades de aprendizaje.

En Ecuador generalmente la educación virtual ha sido más usada a nivel superior y en el ámbito de la educación no formal, por ello la ejecución de un sistema educativo a distancia simboliza un objetivo retador en los distintos niveles.

La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, aprobada en septiembre de 2015 por la Asamblea General de las Naciones Unidas y declarada política pública en Ecuador, ya determinaba como meta educativa los programas de formación profesional a través de las tecnologías de la información y las comunicaciones (Changuín, 2020). Hoy por hoy esto cobra mayor importancia, pues la comunidad educativa camina hacia un nuevo formato, que pondrá a prueba no solo la disciplina de adolescentes frente a una computadora, sino también la adaptabilidad de los maestros a un aula digital, situación lejana e impensable tiempos atrás.

En la ciudad de Latacunga el servicio de la educación en online es una actividad que está en pleno crecimiento; actualmente funcionan los siguientes centros de capacitación: (El Búho, Appol, Educarte, Cogede, Si Educa), tomando en cuenta que estos centros no están enfocados en la modalidad virtual, sin embargo representan una pequeña brecha competitiva.

El problema central detectado en el presente proyecto es el limitado y deficiente nivel de servicio de la educación en línea que existente en la ciudad de Latacunga; entre las causas que originan este problema podemos mencionar que las

competencias no están plenamente constituidas ni estructuradas; el personal no está netamente capacitado acorde a los cambios del avance tecnológico para brindar un servicio adecuado. Los efectos generados de esta problemática son clientes insatisfechos, retrasos en el aprendizaje, mala calidad del servicio y mala inversión del tiempo previsto para el aprendizaje requerido. Con estos antecedentes el proyecto pretende implementar un centro de capacitación online que esté presto a brindar un servicio de calidad y diferenciado, ya que el proyecto contempla la implementación de una verdadera infraestructura operativa y organizacional, con personal capacitado, suficientes medios tecnológicos y herramientas adecuadas, de tal forma que se garantice la integridad de las enseñanzas, el aprendizaje oportuno y se satisfaga las necesidades y expectativas de los clientes.

Formulación del Problema

¿Es factible la creación de un centro de capacitación online en la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi?

Objetivos del proyecto

Objetivo General

Elaborar un Plan de Negocios para la creación de un centro de capacitación online que permita fortalecer los conocimientos a los bachilleres aspirantes a la educación superior en la ciudad de Latacunga.

Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente los conceptos sobre educación online y el plan de negocios.
- Efectuar un estudio de mercado y un estudio técnico de la empresa NIC PREUNIVERSITARIO.

- Desarrollar una evaluación financiera del plan de negocios mediante la aplicación de los indicadores financieros para el conocimiento de la viabilidad económica y financiera de la inversión

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

Fundamentación Teórica

Antecedentes

El estudio de investigación efectuado por los autores Ada Luz Herrera Auca Laura Mallqui Ocaña Jackelin Lisbeth Palomino Reyna Iván Roberto Zamora Morales, con el tema Plan de negocio para la Implementación de una plataforma virtual de clases académicas particulares “EduKT365”, dirigidas a alumnos de educación secundaria, determina que, existe un incremento de 2.8% de alumnos matriculados en escuelas privadas y una disminución en este mismo porcentaje de las escuelas públicas, lo cual demuestra que existe interés por parte de los padres de familia en invertir, en la medida de sus posibilidades, en nuevas opciones de servicios educativos de calidad. Se desarrolló un análisis de la competencia en el mercado que demostró una falta de maduración de los competidores. Para determinar el mercado potencial, utilizaron fuentes secundarias, (MINEDU) donde se identificó una población de 727,686 alumnos de nivel secundaria en Lima Metropolitana y a través de la investigación cuantitativa se determinó que el 54% de los alumnos requiere reforzamiento académico, determinándose un mercado potencial de 392,950 alumnos y un mercado disponible de 271,335 alumnos. El modelo de negocio se monetiza a través del cobro de una comisión por clase impartida, la cual variará en función al tipo

de servicio prestado (Clases de 60min, 30 min o 15min). Para la implementación del modelo del proyecto se requiere una inversión inicial de S/ 1,403,409. Se especifica que el proyecto crea valor para sus accionistas resultando un VANE de S/ 425,459 y una TIRE de 23% respecto a una evaluación de flujos económicos a 10 años, considerando una tasa de descuento de 20%. Los autores sostienen que sus inversiones serán recuperadas a partir del tercer año de operación. También recomiendan, que, para una expansión internacional del proyecto, se inicie con una evaluación en los países de la Comunidad Andina, debido a la similitud cultural y a la suscripción vigente de tratados de Libre Comercio con dichos países, debido a la afluencia futura de la página se considera viable rentabilizar las visitas de clientes a través de publicidad o convenios especiales. (Herrera Ada, Mallqui Laura, Palomino Jackelin & Zamora Ivan, 2016)

En 2016, Wilma Beatriz Molina Carrión fue la protagonista del proyecto de una organización de servicios académicos con tareas dirigidas y nivelación en línea para niños de primaria del Distrito Metropolitano de Quito. En el proyecto se hace uso de los métodos Deductivo; Inductivo; Descriptivo y Estadístico, las técnicas aplicadas fueron la Observación Directa; las Encuestas, un total de 400 aplicadas a la muestra de las familias del D.M de Quito y a 10 empresas que son la competencia directa de “SMART CHILDREN ON-LINE” el plan de estudio de mercado determinó la Demanda y la Oferta, así como también la Demanda Insatisfecha existente; con un promedio de consumo de 108 veces anuales por familia. En el Estudio Técnico, se determinó que para la prestación del Servicio, la empresa, atenderá con un número de 7 docentes, un total de 9.100 niños invirtiendo en promedio de 3 a 4 horas en su primer año de vida útil. La localización del proyecto será en el Cantón Rumiñahui, Parroquia

Sangolquí, Sector Cashapamba. En el Estudio Financiero indica que para la creación de la empresa se requiere una inversión de \$ 140.072 dólares, especificando los activos fijos, diferidos y el capital circulante necesario, los cuales serán financiados con capital propio \$ 25.000 y los \$ 115.072 a través de un préstamo con Banco de Guayaquil. En la Evaluación Financiera los respectivos indicadores muestran un proyecto rentable y sostenible, en base a un VAN de \$214.261,34, una TIR de 55,38%; un RBC de \$3,04 y el tiempo de recuperación de será en 3 años 5 meses 19 días a partir de la puesta en marcha del proyecto. La autora concluye que hay la demanda necesaria y es económicamente rentable, además permitiría generar fuentes de trabajo. (Molina, 2016)

El estudio de “FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE TAREAS DIRIGIDAS ENFOCADO A ESTUDIANTES DE PRIMARIA EN LA CIUDAD DE LATACUNGA” realizado por la autora Molina Pérez Katy Jacqueline, determinó que la situación problemática actual referente al cumplimiento eficiente de las tareas escolares de los estudiantes de Educación Básica Elemental y Educación Básica Media, se genera principalmente debido a que la mayoría de los educandos realizan sus tareas de clase sin el acompañamiento de una persona adulta. Mediante el estudio de mercado se determinó que de una población total de 17.945 el 49% es decir 8.793 jefes de familia tienen hijos de 6 a 11 años de edad y que de ellos el 80% equivalente a 7.034 son considerados como clientes potenciales, que manifiesta su frecuencia de consumo de 3 veces por semana, lo que equivale a 5.487 jefes de familia. Se ha determinado que la demanda anual actualmente es de 790.108 horas clases de tareas dirigidas y la oferta actual es de 68.880, la demanda insatisfecha es de 3.055 servicios de tareas dirigidas diarios y con una penetración de mercado del 17% la

empresa está en la capacidad de ofertar 519 y en el quinto año 622 servicios en una jornada de 8 horas diarias durante 5 días a la semana. En cuanto al estudio técnico se determina que el servicio proporcionará tareas dirigidas estará orientado en asignaturas de matemáticas, inglés y lengua y literatura con atención de lunes a viernes en dos jornadas de 08:00 a 12:00 am y de 14:00 a 18:00 pm. En lo que conforma el estudio financiero, la Evaluación Financiera con sus respectivos indicadores muestran un proyecto rentable y sostenible, en base a un VAN de \$361.012,64, una TIR de 27,02%, un RBC de \$1,57 y el tiempo de recuperación de será en 3 años 2 meses 19 días a partir de la puesta en marcha del proyecto. La autora recomienda aplicar todas las ventajas competitivas diferenciadoras que posee la empresa para incluir positivamente en los clientes potenciales, lograr su preferencia y recomendación con otros clientes (Molina, 2020)

Otro aporte importante en el año 2020 lo realizan Aldaz Guamán Evelyn Yuliana y Pazmiño Túqueres René Iván, con el estudio de investigación para la Implementación de la Plataforma Tawasipro para clases personalizadas de Matemática y Física, como apoyo en el Examen Ser Bachiller de los estudiantes del Distrito Metropolitano de Quito, mediante el cual se ha evidenciado que existe una necesidad de refuerzo académico en las asignaturas de Matemática y Física y para la cual se evidencia la necesidad de implementar plataformas para clases personalizadas. Por tanto, Como parte del proceso de recolección de datos para este proyecto se elaboró instrumentos online, mismos que fueron validados por tres expertos, y la muestra empleada alcanzó un número superior a 300 estudiantes, La muestra seleccionada de los fue de 317 estudiantes de tercero de bachillerato en total. Recomiendan las autoras Diseñar e implementar este tipo de plataformas virtuales, no solamente para las

asignaturas de Matemática y Física, sino que también a largo plazo para las demás asignaturas relevantes para el Examen Ser Bachiller y similares. (Aldaz Evelyn & Pazmiño René, 2020)

En el año 2020, Ouedraogo Ian autor del proyecto, “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE CAPACITACIÓN OCUPACIONAL PARA EL CRECIMIENTO DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DEL SUR DE QUITO Y MACHACHI”, Tras su investigación realizada mediante la utilización de una metodología cualitativo y cuantitativo determino una población de 18063 Pymes ubicadas en el Sur de Quito y Machachi representando un mercado potencial, el precio del servicio del centro de capacitación será de 480usd por los 6 meses. Esto se traducirá a un valor de 80usd mensuales durante 6 meses. De acuerdo al estudio financiero se determinó que la inversión total para el presente proyecto es de \$33,832 de los cuales \$2000 serán invertidos con capital propio y \$31,832 serán financiados por medio de la Cooperativa Andalucía el cual cobrará un interés anual del 8.50%. Este préstamo se solicitará a un tiempo de 5 años con un plan de pagos mensuales (12 pagos por año). El autor determina que es factible la creación de un centro de capacitación ocupacional enfocado en la mejora de las Pymes mediante una alianza estratégica con Guayasamin Institute ya que se calcula una tasa interna de retorno del 49.29% y un periodo de recuperación de 2.17 años. (Ouedraogo, 2020)

BASES TEÓRICAS

Dado que el presente proyecto está orientado al plan de negocios será necesario aclarar algunos conceptos que sirvan de apoyo a la lectura interpretativa del corpus. De este modo creemos que la conjunción de variables y sus conceptos darán un mayor

aporte al presente trabajo. Las bases teóricas que dan sustento al proyecto son las siguientes:

Emprendimiento

Según (Parra, 2014), Para muchas personas, el espíritu empresarial les permite desarrollar su potencial personal y habilidades específicas, aprender a tomar decisiones, administrar recursos, administrar sus presupuestos, mejorar su poder adquisitivo y aumentar su capacidad para interactuar con otros y crear autosuficiencia. Y la libertad económica más allá de generar grandes ingresos, además, los emprendimientos son capaces de contribuir al desarrollo de la sociedad, haciendo que la economía sea verdaderamente activa. (pág. 107)

Emprendedor.

El emprendedor es capaz de tener un espíritu que este orientado a la creación, innovación y la creatividad sin importar si estamos hablando de una empresa lucrativa o una no lucrativa, en ambos casos los emprendedores son competentes en visualizar algo que los demás no pueden ver y efectivamente se comprometen consigo mismos para hacer realidad sus visiones. (Arrayales, 2007). Es decir, el emprendedor debe ser de mente abierta en la que sea capaz de enseñar las habilidades y virtudes que debe adoptar y lo faculte para perseverar hasta alcanzar sus metas.

Estudio de Mercado

Según (Pursell, 2021) un estudio de mercado es un conjunto de acciones que una empresa utiliza a nivel comercial para obtener información actualizada sobre las necesidades de sus consumidores, es una técnica ideal para el desarrollo de productos y conocer los hábitos del público objetivo. Es decir, se refiere a un análisis completo de los requerimientos del cliente dentro de un mercado, la cual permite determinar los gustos y preferencias del consumidor.

La investigación de mercado se considera un primer paso fundamental para la implementación de un plan de factibilidad como parte de un estudio comprensión meticulosa del mercado para recopilar información vital.

Al desarrollar la investigación de mercado, el analista debe recopilar, procesar y analizar la información relacionada a distintos aspectos de la mercadotecnia. Puesto que, el propósito es la elaboración de un plan estratégico que de paso al lanzamiento o el posicionamiento de productos. (Molina, 2016)

Importancia del estudio de mercado

Para (Technova, 2015) el estudio de mercado se centra en analizar la oferta y la demanda de un bien o servicio dentro de un mercado con el fin de determinar la penetración que éste puede tener en el mercado real. De esta forma se podrán conocer tanto las oportunidades como los riesgos.

Este estudio de mercado, permitirá conocer, los clientes potenciales, el producto y sus sustitutos a su vez ayuda a determinar Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, con un fin muy claro. Y conocer si existe una demanda insatisfecha, las cuales determinaran los gustos y preferencias de los consumidores.

Elementos del estudio de mercado

Para una adecuada investigación, es importante tener una comprensión clara de los elementos del estudio de mercado, para ello es necesario realizar una serie de pasos fundamentales, los mismos que serán descritos en detalle más adelante.

Definición del Servicio: Es un bien intangible que permite satisfacer las necesidades del consumidor, logrando establecer un beneficio entre clientes y el productor del servicio.

Para (Pursell, 2021) El elemento «Producto» en un estudio de mercado determina todos los detalles sobre lo que vas a ofrecer a tu público objetivo:

¿Qué necesidades satisface?

¿Cuál su ventaja competitiva?

¿Cuál será su calidad?

¿Cuál será su diseño?

¿Qué características lo destacarán?

Todos estos detalles son útiles para la investigación de mercado. Las conclusiones a las que se llegue pueden determinar cuál será el costo, quién sería el consumidor ideal para adquirirlo y qué cualidades otorgar a los participantes.

Definición Precio: (MarketerosLatam, 2021) define que “el precio es lo que le cuesta al cliente adquirir el bien o el servicio”. Es decir, es la proporción de dinero que el consumidor está dispuesto a pagar por un bien o servicio definido para satisfacer sus necesidades.

Definición Plaza: Para (MarketerosLatam, 2021) “comprende una serie de características relacionadas a los canales de distribución, proveedores, competencia, entre otros”. Por ende, al analizar la venta de un producto o servicio, se estudia cómo entregar el producto al consumidor de forma inmediata y cómoda, por lo que en este estudio se busca la mejor opción para distribuir un nuevo servicio, teniendo en cuenta los aspectos más importantes en el mercado.

Definición Promoción: Se enfoca en capturar la atención del comprador mientras permite la distribución de su producto para lograr un compromiso continuo. Según (MarketerosLatam, 2021) la promoción “consta de todo el procedimiento que realiza la empresa para hacer llegar el producto al consumidor”

Población y muestra

Definición Población

“La población es un conjunto de elementos que contienen ciertas características que se pretenden estudiar” (Ventura-León, 2017), por ende, se entiende como al conjunto de personas que está en nuestro universo y su estudio nos permite determinar el tamaño de la muestra para aplicar el cuestionario y saber los gustos y preferencias de consumo de un servicio/producto.

Según (Moya, 2014) a la población se la puede definir con un conjunto de individuos como (personas, animales, objetos, sucesos, fenómenos, entre otros) que pueden conformar el ámbito de una investigación, en definitiva, la población permite tomar una muestra con el fin de realizar un estudio y de esa manera poder realizar las respectivas investigaciones.

Definición Muestra

“En toda investigación siempre debe determinarse el número específico de participantes que será necesario incluir a fin de lograr los objetivos planteados desde un principio” (Novales, 2006). Pues el cálculo de muestra nos permite tomar una parte de la población por el cual se determinará el número de encuestas que se requiere aplicar para una determina investigación.

La muestra intencional. "En este tipo de muestreo, todas las unidades que componen la población no tienen la misma posibilidad de ser seleccionada "también es conocido como muestreo por conveniencia, no es aleatorio, razón por la que se desconoce la probabilidad de selección de cada unidad o elemento de la población" Pineda, et (1994).

Demanda y oferta

Demanda

(Foullon, 2020), menciona que la demanda, es la cantidad de bienes y servicios que se adquieren en un determinado mercado de una economía; se comprará poco si el precio es alto, se consumirá mucho si el precio es bajo. Es decir, las necesidades y deseos del consumidor que necesita obtener para intercambiar el valor monetario de un determinado producto o servicio se denomina demanda y puede manifestarse en determinados entornos, como la adquisición online o las compras directas, donde no se ven involucrados intermediarios, que venden directamente al transportista, es decir. el consumidor final.

También se menciona que, la demanda es una relación negativa o inversa entre el precio de un bien y la cantidad demandada de dicho bien. Así, cuando el precio de un bien aumenta, los consumidores están cada vez menos dispuestos a pagar ese mayor precio por ese determinado bien, lo que genera que la demanda del mismo decaiga (Castro, 2021).

Según (MarketerosLatam, 2021) define a la demanda como la “cantidad de producto o servicio que solicite el cliente, permite tener una idea de la cantidad a producir o brindar”. Es decir, la demanda define la cantidad y calidad de bienes o servicios que pueden ser consumidos a diferentes precios dentro del mercado y hace referencia a realizar un estudio que permita establecer la capacidad adquisitiva, el tiempo y la cantidad monetaria que los compradores están dispuestos a comprar para satisfacer sus necesidades. Para la cuantificación de la demanda se debe utilizar algunas herramientas como son: entrevistas, encuestas y la observación para obtener datos que nos ayude a determinar la demanda.

La oferta

La oferta hace referencia a “la cantidad que puedes ofrecer o brindar para satisfacer la demanda, haciendo referencia al manejo de recursos y de la competencia”, el análisis de la oferta determina la cantidad de producto y servicio que los productores están dispuestos poner a disposición de los posibles compradores para satisfacer sus necesidades insatisfechas a precios que establece el mercado. (MarketerosLatam, 2021).

Para (Foullon, 2020), la oferta la define como “ los bienes y servicios que se ofertan en el mercado a un precio determinado”. Dado que, la oferta de un producto depende de las distintas cantidades que el productor está dispuesto y es capaz de ofrecer en el mercado a un precio determinado en función de los distintos niveles de precios. Una oferta contiene un conjunto de posibles opciones que pueden combinar dos variables, precio y cantidad.

Cabe destacar que, la ley de la oferta muestra las cantidades que se venderán a un precio determinado. Pero contrariamente a la ley de la demanda, la relación de oferta es ascendente. Lo que significa que cuanto mayor sea el precio, mayor será la cantidad ofrecida. Los productores ofrecen más a un precio más alto porque vender una cantidad mayor a un precio más alto aumenta los ingresos.

Demanda potencial insatisfecha

La demanda insatisfecha nos da a conocer la cantidad de servicio o producto que el consumidor pueda adquirir en un cierto tiempo, la demanda insatisfecha a su vez permite posicionar el producto/servicio en el mercado.

El cálculo que se realiza para obtener la demanda insatisfecha es la diferencia existente entre la demanda proyectada y la oferta proyectada

Plan de Negocio

Encontrar iniciativas empresariales no es fácil. Por lo tanto, debe ser considerado como un determinante potencial del éxito o fracaso de una empresa. Al buscar una idea de negocio, es imperativo primero validar las fortalezas, capacidades y habilidades individuales del emprendedor, luego planificar qué hacer a continuación y comprometer los recursos necesarios para su uso. Los escenarios establecen dónde competirá la nueva empresa, votan los objetivos a alcanzar y diseñan tácticas para lograrlos. (Zorita & Huarte, 2013)

Por otro lado (Weinberger Villamarin, 2009), es un expediente redactado de forma clara, rigurosa y sencilla, resultado de un proceso de planificación. Este plan de negocios se usa para administrar un negocio, ya que le muestra desde los objetivos que desea lograr hasta las actividades diarias que se diseñarán para lograrlos.

Importancia del plan de negocios

Una estrategia de negocios es esencial para una organización, ya que define y constriñe las tácticas generales de la empresa para poder lograr sus objetivos en un período de tiempo definido. Le ayuda a visualizar escenarios, prever, capacitar y asumir trabajos. De lo contrario, puede ser como actuar a ciegas, poniendo en peligro la permanencia de la organización, y en algunos casos asemejándose a un esfuerzo aislado y caótico. (Lenis, 2022)

Por lo tanto, su importancia radica en ampliar tu propia visión para alcanzar tus metas desarrollando tácticas que te permitan aprovechar las oportunidades, reducir los peligros, convertir las debilidades en fortalezas y asegurar la viabilidad del plan.

Tipos de plan de negocio

Según (Weinberger Villamarin, 2009), existen diferentes tipos de plan de negocio a continuación presentamos los tipos de planes de negocios más comunes en nuestro medio:

Plan de negocios para empresa en marcha: en la mayoría de los casos, las organizaciones en curso agregan unidades de negocios para crecer y ser más rentables. Pero un aumento no planificado y descontrolado podría conducir a la derrota de esta nueva unidad de negocio o, peor aún, a la quiebra de toda la empresa. Por lo tanto, todos los aumentos deben planificarse, el plan de negocios de la empresa debe ser libre para evaluar nuevas unidades de negocios y también se debe distribuir un precio fijo para toda la empresa entre cada unidad de negocios. uno.

Plan de negocios para nuevas empresas: Para las nuevas organizaciones, el desarrollo de un proyecto empresarial se convierte en un vehículo de diseño y parte de la iniciativa inicial a la que se le da forma y estructura para su implementación. Este proyecto servirá como insumo para futuras retroalimentaciones transaccionales, ayudando a evaluar, modificar y/o establecer variaciones que puedan ocurrir a lo largo del desarrollo de la organización.

Plan de Negocios para Administradores: Debe incluir el nivel de detalle requerido para llevar el negocio de la empresa. Este proyecto suele contener más detalles, ya que muestra los objetivos, tácticas, políticas, procesos, programas y presupuestos de todas las áreas funcionales de la organización.

Etapa de Plan de Negocios

Hay varios autores, sitios web y libros que presentan la composición de un plan de negocios. Ya que existen diferentes tipos de construcciones para lograr una estrategia de negocio. (Weinberger Villamarin, 2009).

Estudio Técnico

El estudio técnico, es fundamental para la planificación de inversiones y en cualquier etapa de la planificación es esencial saber si es técnicamente viable y cómo funcionará. (Molina, 2016)

En la elaboración de una estrategia de negocio o plan de viabilidad se debe considerar el análisis técnico como medio para establecer la medida correcta de interacción con la rentabilidad futura de la organización, teniendo en cuenta todos los factores necesarios como mercados, materias primas, etc. Sobre todo, los fondos para ejecutar el negocio.

Tamaño y Localización

En el mundo de los negocios podemos encontrar pequeñas, medianas y grandes empresas. En donde uno de los aspectos que debemos considerar es la magnitud de nuestro proyecto, todo dependerá del propósito del fabricante y sus oportunidades de inversión.

Tamaño

Se define por su capacidad física o real de producción de bienes o servicios, durante un periodo de producción normal; esta capacidad se expresa en cantidades producidas por unidades de tiempo, tales como: volumen, peso, valor o número de unidades de producto elaboradas por ciclo de operación; puede plantearse por

indicadores indirectos, como el monto de inversión, el monto de ocupación efectiva de mano de obra, o la generación de ventas o valor agregado

Localización

Toda organización formalmente constituida tiene un domicilio fiscal de conocimiento público o fácil de identificar, lo cual le permitiría a la empresa que sus clientes puedan llegar a ella fácilmente a adquirir el producto que está ofreciendo

Macro Localización

“Consiste en evaluar el sitio que ofrece las mejores condiciones para la ubicación del proyecto, en el país o en el espacio rural y urbano de alguna región” (Fabiola, 2016). Por ende, la macro- localización evalúa el país, la provincia, el cantón, parroquia y el lugar donde se desea implementar la empresa.

Micro Localización

Micro- localización. – “Es la determinación del punto preciso donde se construirá la empresa dentro de la región, y en esta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido” (Fabiola, 2016). Es decir, consiste en determinar específicamente la ubicación de la empresa.



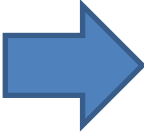


Ingeniería del Proyecto

Para (Molina, 2016), es el conjunto de escritos, dibujos y cálculos realizados para dar la idea de cómo ha de ser y cuanto ha de costar el estudio completo de un objetivo debidamente definido, adecuadamente planteado y determinado con exactitud. Es decir, deberá integrar una descripción gráfica de todos los recursos requeridos para su cumplimiento, los requisitos y condiciones a solicitar, y sus costos totales esperados.

Flujograma de Procesos

Es un método que permite conocer y comprender los procesos a través de los diferentes pasos, documentos y unidades administrativas comprendidas, describir gráficamente un proceso, utilizando símbolos, líneas y palabras similares.

Tabla N° 1
Simbología de Flujograma

SIMBOLOGÍA DE FLUJOGRAMA		
NOMBRE	SÍMBOLO	DETALLE
Límites		Sirve para identificar el inicio y el fin de un proceso
Operación		Representa una etapa del proceso. El nombre de la etapa y de quien la ejecuta.
Transporte		Significa trasladar de un lugar a otro los materiales en proceso o productos terminados
Almacenamiento		Representa la actividad en el cual los productos terminados permanecen en las bodegas por un tiempo más o menos prolongado.
Decisión		Representa al punto del proceso donde se debe tomar una decisión.

Elaborado por: Los investigadores

Organigrama de le empresa

El organigrama en si es una representación gráfica de la estructura de la empresa donde se establece los departamentos y cargos de las áreas y su relación jerárquica.

Para (ESERP, 2022) El organigrama de una empresa es un esquema gráfico que representa la estructura interna de una organización, reflejando las relaciones jerárquicas y las competencias de la misma. Este esquema brinda información esencial sobre las estructuras departamentales y la organización de una empresa para comprenderla de un vistazo.

Estudio Financiero

El estudio financiero determina los costos incurridos en la ejecución del proyecto, tomando en cuenta cada elemento de este punto, el correcto uso de los recursos permite a los encargados del proyecto determinar la posibilidad de crear una nueva empresa para la satisfacción de necesidades insatisfechas existentes en el mercado.

Por tal motivo es importante que aquellos que promuevan una inversión conozcan profundamente lo que pretenden realizar o en todo caso profundicen sobre el tema si es que no hay un conocimiento total.

Definición de Inversión.

La inversión son los recursos (sean estos materiales o financieros) necesarios para realizar el proyecto; por lo tanto, cuando hablamos de la inversión en un proyecto, estamos refiriéndonos a la cuantificación monetaria de todos los recursos que van a permitir la realización del proyecto. Por ende, cuando se va a determinar el monto de la inversión, es necesario identificar todos los recursos que se van a utilizar, establecer las cantidades y en función de dicha información realizar la cuantificación monetaria.

Capital de Trabajo.

Son aquellos recursos que permiten que la empresa pueda iniciar sus actividades, entre lo que tenemos efectivo, insumos, etc. (Cotrina, 2016)

El capital de trabajo permite a la empresa empezar su producción, antes de que ésta vea reflejado sus utilidades a un corto plazo, ya que una vez puesta en marcha en la empresa esta obtendrá rubros económicos que reemplace y recompense la inversión inicial realizada, la característica principal de esta inversión a diferencia de las anteriores es que es recuperable a corto plazo.

Fuentes de Financiamiento.

Entre las fuentes de financiamiento que se pueden utilizar para financiar un proyecto, pueden ser:

Fuentes Internas. Es el uso de recursos propios o autogenerados, así tenemos: el aporte de socios, utilidades no distribuidas, incorporar a nuevos socios, etc.

Fuentes Externas. Es el uso de recursos de terceros, es decir endeudamiento, así tenemos: préstamo bancario, crédito con proveedores, leasing, prestamistas, etc

Estados Financieros

Estado de Pérdidas y Ganancias

Balance General

Este estado financiero o balance general es donde se refleja la verdadera situación de una organización, se puede decir que es una radiografía de la empresa,

puesto que en éste se presentan las cuentas y todos sus saldos reales determinando así la relación entre el activo, pasivo y patrimonio

Flujo de efectivo

El flujo de caja es una importante herramienta para la dirección, pues ayuda a estimar las necesidades de efectivo de la empresa. “El concepto del flujo de caja es muy sencillo: resume las entradas y las salidas de efectivo que se estiman ocurrirán en un periodo próximo, comparándolas y asimilándolas al saldo inicial al principio del año” (Duarte Schlageter & Fernández Alonso, 2005, p.78),

Indicadores financieros económicos

Los indicadores más utilizados en la evaluación de proyectos o planes de negocios tenemos: El valor actual (VA); el valor actual neto más conocido como (VAN); La tasa interna de retorno (TIR); La relación beneficio costo (RBC); y el Pay Back (PRI).

Valor Actual VA

El valor actual se refiere al valor que tiene en el presente un flujo de efectivo o monto en efectivo con la tasa de rendimiento adoptada.

Su fórmula representa la actualización de los flujos de efectivos proyectados a cinco años que es la vida útil que se ha considerado en el presente proyecto de la empresa de capacitación NIC PREUNIVERSITARIO.

$$VA = \frac{\text{Flujo Año 1}}{1 + wacc} + \frac{\text{Flujo Año 2}}{(1 + wacc)^2} + \dots + \frac{\text{Flujo Año } n}{(1 + wacc)^n}$$

Valor Actual Neto VAN

El Valor Actual Neto (VAN) consiste en encontrar la diferencia entre el valor actualizado de los flujos de beneficio y el valor, también actualizado, de las

inversiones y otros egresos de efectivo. La tasa que se utiliza para descontar los flujos es el rendimiento mínimo aceptable de la empresa, por debajo del cual los proyectos no deben ser aceptados. (Jiménez Boulanger, Espinoza Gutiérrez, & Fonseca Retana, 2007)

Tasa interna de retorno TIR

La Tasa Interna de Rendimiento (TIR) de un proyecto de inversión es la tasa de descuento que hace que el valor actual de los flujos de beneficios (positivos) sea igual al valor actual de los flujos de inversión (negativos). En otras palabras, la TIR “es la tasa que descuenta los flujos asociados con un proyecto hasta un valor exactamente de cero” (Jiménez Boulanger, Espinoza Gutiérrez, & Fonseca Retana, 2007, p.82).

Relación beneficio costo RBC

El índice de deseabilidad, también conocido como índice beneficio/costo (B/C), es completo del valor actual neto. El índice de deseabilidad de un proyecto es el resultado de dividir los flujos positivos descontados el año cero entre los flujos negativos descontados el año cero, siendo estos últimos por lo general la inversión inicial. (Jiménez Boulanger, Espinoza Gutiérrez, & Fonseca Retana, 2007).

Su fórmula representa una división entre el valor actual VA (actualización de los flujos de efectivos proyectados a cinco años que es la vida útil) con la inversión inicial en términos absolutos, así tenemos:

$$RBC = \frac{\text{Valor Actual VA}}{|\text{Inversión Inicial } I_0|}$$

Costo promedio ponderado de capital

En una inversión financiera, el aportante del recurso capital espera una tasa mínima de retorno para invertir. Este valor está asociada al riesgo de la pérdida de la inversión, así que un inversionista puede esperar una baja tasa de retorno en un título emitido por una entidad gubernamental o en un aporte en una entidad financiera con un bajo riesgo, pero en los proyectos de ingeniería y en los negocios con un riesgo normal, se establece lo que se conoce como la Tasa Mínima Atractiva de Retorno (TMAR). (Guzmán Castro, 2004)

El costo promedio ponderado de capital o más conocido como WAAC por sus siglas en inglés (Weighted Average Cost of Capital), determina el costo del financiamiento considerando tanto el costo recurso propio como el costo de recurso ajeno u oneroso; adema del escudo fiscal ya que considera la tasa impositiva. Su fórmula se presenta a continuación:

Donde:

$$WACC = Ke \left(\frac{E}{E + D} \right) + Kd \left(\frac{D}{E + D} \right) * (1 - Tc)$$

Ke: Representa el costo de recurso propio

Kd: Representa el costo de recurso oneroso

E: Representa el recurso propio

D: Representa el recurso oneroso

Tc: Tasa impositiva

Pay Back

Es un método muy simple de aplicar, pues es una medida que relaciona los ingresos netos anuales de un proyecto (ingreso neto anual es la diferencia entre el ingreso total y los costos, gastos e impuestos, todo en efectivo, del proyecto en análisis) con la inversión requerida por el mismo. El resultado “es el tiempo que se

tardará en recuperar le inversión en un proyecto, a pesos corrientes, no constantes”
(Haime Levy, 2005, p.255).

CAPÍTULO II

ESTUDIO DE MERCADO

Población

La población determinada de este emprendimiento son los estudiantes del tercer año de bachillerato de los colegios de la ciudad de Latacunga.

Tabla N° 2
Población

COLEGIOS	FRECUENCIA	PORCENTANJE
E.U RAMON	400	18.87%
E.U 1 ABRIL	266	12.55%
E.U VICENTE	487	22.97%
E.U VICTORIAV.C	353	16.95%
E.U HERMANO M	342	16.13%
E.U LA SALLE	105	4.95%
E.U CEC	27	1.27%
E.U CERIT	20	0.94%
E.U SAGRADO	73	3.44%
E.U INMACULADA	47	2.22%
TOTAL	2120	100 %

Elaborado por: Los investigadores

Se puede apreciar que la ciudad de Latacunga los estudiantes de 3er año de bachillerato de los colegios más emblemáticos públicos y privados está constituido por una población muy representativa de 2120 estudiantes.

Muestra

Se aplicará una de las técnicas de muestreo no probabilístico, concretamente la muestra intencional. La fórmula para determinar la muestra será mediante población finita:

Fórmula

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{Z^2 * P * Q + Ne^2}$$

Nomenclatura

n= Tamaño de muestra

Z= Nivel de confianza

P/q= probabilidad de confianza

e= margen de error

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)(2120)}{1,96^2 * 0,5 * 0,5 + 2120(0,05)^2}$$

$$n = \frac{2036048}{62604}$$

$$n = 325$$

Plan Muestral

Tabla N° 3
Plan muestral

POBLACIÓN	MUESTRA	PORCENTANJE
COLEGIOS	# DE ENCUESTAS APLICADAS	
E.U RAMON	61	18.87%
E.U 1 ABRIL	41	12.55%
E.U VICENTE	75	22.97 %
E.U VICTORIA V.C	54	16.95 %
E.U HERMANO M	52	16.13 %
E.U LA SALLE	16	4.95 %
E.U CEC	4	1.27%
E.U CERIT	3	0.94%
E.U SAGRADO	11	3.44%

E.U INMACULADA	7	2.22%
TOTAL	325	100%

Elaborado por: Los investigadores

Tomando en cuenta al total de la población que es de 2120 estudiantes, se elaboró el plan muestral para lo cual se trabajó con un margen de error del 0.05, obteniendo una muestra de 325 estudiantes, las mismas que serán consideradas para el trabajo de campo

Resultados de la Investigación

Tabla N° 4

¿Estaría usted dispuesto a contratar un servicio de capacitación a su hij@ para el examen de admisión con la modalidad online?

		Frecuencia	Porcentaje
	SI	229	77,5%
Válidos	NO	96	33,6%
	Total	325	94,2%
Perdidos	Sistema	20	5,8%
	Total	345	100%

Elaborado por: Los investigadores

En la tabla anterior se puede observar que el 77.5% de los encuestados estarían dispuesto a contratar un servicio de capacitación a su hij@ para el examen de admisión con la modalidad online, y el 33.6% no les gustaría obtener el servicio.

Ilustración 1

Pregunta de contratación de servicio



Elaborado por: Los investigadores

Tabla N° 5

Si su respuesta fue si, ¿Cuánto tiempo considera usted que es el adecuado para prepararse para el examen de admisión?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	4 meses	79	22,9	24,3	24,3
	6 meses	175	50,7	53,8	78,2
	5 meses	71	20,6	21,8	100,0
	Total	325	94,2	100,0	
Perdidos	Sistema	20	5,8		
Total		345	100,0		

Elaborado por: Los investigadores

La tabla anterior se puede observar que los encuestados estarían de acuerdo con una capacitación de 6 meses (el 50%), que la duración sea entre cuatro meses y 5 meses tienen una frecuencia de 20% aproximadamente.

Tabla N° 6
Estaría dispuesto a pagar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	\$90	51	14,8	15,7	15,7
	\$96	177	51,3	54,5	70,2
	\$120	97	28,1	29,8	100,0
	Total	325	94,2	100,0	
Perdidos	Sistema	20	5,8		
	Total	345	100,0		

Elaborado por: Los investigadores

El precio que estarían dispuesta a pagar es de 96 dólares con una frecuencia de 51%; seguido de 120 dólares con el 28%, y por último 90 dólares con el 15%

Tabla N° 7
¿Usted contempla a futuro seguir preparándose con una educación de 3er nivel?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	238	69,0	73,2	73,2
	NO	87	25,2	26,8	100,0
	Total	325	94,2	100,0	
Perdidos	Sistema	20	5,8		
	Total	345	100,0		

Elaborado por: Los investigadores

El 69% de los encuestados manifiestan que en el futuro seguirse preparando con educación de tercer nivel, mientras el 25% no desea seguir la educación de tercer nivel.

Tabla N° 8
Si su respuesta fue afirmativa, la universidad a la que optaría ir sería

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Publica	219	63,5	67,4	67,4
	Privada	106	30,7	32,6	100,0
	Total	325	94,2	100,0	

Perdidos Sistema	20	5,8
Total	345	100,0

Elaborado por: Los investigadores

De los encuestados que estarían dispuestos a seguir la educación superior el 63% buscaría una oportunidad en una universidad pública, mientras el 30% estarían interesados en seguir sus estudios superiores en una universidad privada.

Tabla N° 9

¿Utilizaría usted la modalidad de capacitación online para el examen de admisión?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	SI	250	72,5	76,9	76,9
Válidos	NO	75	21,7	23,1	100,0
	Total	325	94,2	100,0	
Perdidos Sistema		20	5,8		
Total		345	100,0		

Elaborado por: Los investigadores

El 72,5% de los encuestados están dispuestos a seguir una capacitación bajo la modalidad on line, mientras el 21% no seguirían esta modalidad de estudios.

Tabla N° 10

¿Cuál es su dominio con la Tecnología?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Alto	135	39,1	41,5	41,5
Válidos	Medio	75	21,7	23,1	64,6
	Bajo	115	33,3	35,4	100,0
	Total	325	94,2	100,0	
Perdidos Sistema		20	5,8		
Total		345	100,0		

Elaborado por: Los investigadores

Tabla N° 11*¿Por qué medio tecnológico recibiría usted este servicio?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Computador de escritorio	95	27,5	29,2	29,2
	Laptop	48	13,9	14,8	44,0
	Celular	182	52,8	56,0	100,0
	Total	325	94,2	100,0	
Perdidos	Sistema	20	5,8		
Total		345	100,0		

Elaborado por: Los investigadores**Tabla N° 12***¿Cuenta con un servicio de Internet?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	229	66,4	70,5	70,5
	NO	96	27,8	29,5	100,0
	Total	325	94,2	100,0	
Perdidos	Sistema	20	5,8		
Total		345	100,0		

Elaborado por: Los investigadores**Demanda**

Cálculo de la demanda

Tabla N° 13*Demanda*

Cálculo de la demanda	
N	2120
Q	96
P	1
Demanda	203520

Elaborado por: Los investigadores

Para el cálculo de la demanda se tomó en cuenta toda la población de los estudiantes del 3er año de bachillerato de los colegios emblemáticos de la ciudad de

Latacunga, tomándolo como nuestro mercado meta, el precio fue dato obtenido a través de la aplicación de la encuesta siendo de \$96. Además de la cantidad promedio de capacitación que tomaran por año.

Cálculo de la demanda actual

Tabla N° 14
Demanda en persona

AÑO	% ACEPTACIÓN	POBLACIÓN CONSUMIDORA	DEMANDA ACTUAL (NÚMERO DE ESTUDIANTES)
2023	77.5 %	2120	1644

Elaborado por: Los investigadores

Para el cálculo de la demanda actual, se usó el 77.5% de aceptación dato que se encuentra en la encuesta aplicada además de contar con la población consumidora que son los estudiantes del 3er año de bachillerato, el número de compras también fue un dato arrojado de la encuesta.

Demanda proyectada

Tabla N° 15
Demanda Proyectada

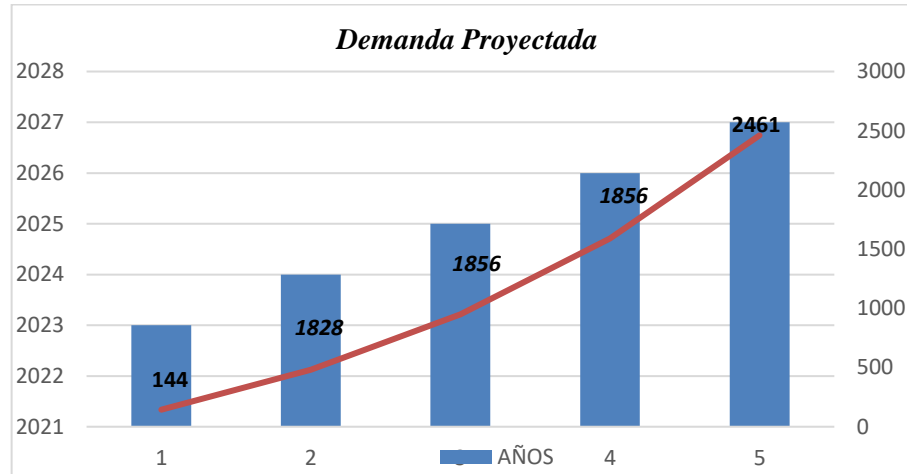
AÑOS	PERIODO	DEMANDA PROYECTADA
2023	1	1644
2024	2	2136
2025	3	2774
2026	4	3604
2027	5	4681

Elaborado por: Los investigadores

Se ha considerado necesario la utilización del método de proyección de promedios móviles en el que se ha utilizado como datos principales a la demanda actual que es 140768 estudiantes al año, así como también tasa bruta de matrícula en educación superior tercer nivel en universidades y escuelas politécnicas de 29.90 % para el año 2021.

Ilustración 2

Demanda Proyectada



Elaborado por: Los investigadores

Oferta

En el presente trabajo de investigación se ha obtenido información de las empresas que brindan el servicio de la capacitación para el ingreso a las instituciones de educación superior, así tenemos en la siguiente tabla la información:

Tabla N° 16
Oferta

EMPRESAS OFERTANTES	CUPOS TRIMESTRALES	CUPOS ANUELES
C.C EL BUHO	120	480
EDUCARTE	80	320
DIO PREUNIVERSITARIO	40	160
C.C FUNDEL	60	240
APPOL CAPACITACIONES	75	300
TOTAL COMPETENCIA	375	1500

Elaborado por: Los investigadores

Según los datos presentados existe una oferta de 1500 cupos anuales que las empresas de capacitación para el ingreso a las instituciones de educación superior brindan.

Proyección de la oferta

Este dato nos permite determinar que para los futuros años la empresa tendrá un crecimiento en el mercado siendo esto un beneficio para las aspiraciones de los investigadores.

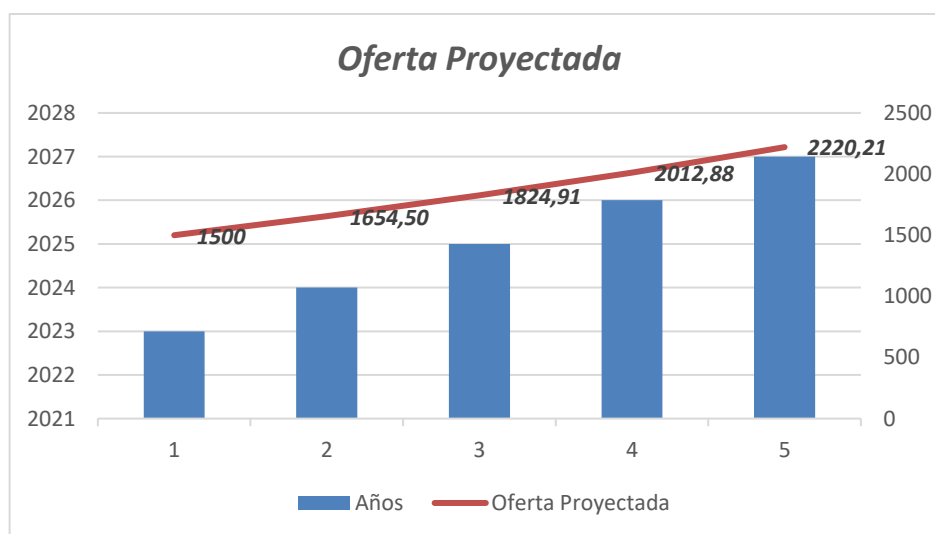
Tabla N° 17
Oferta Proyectada

Años	periodo	Oferta Proyectada
2023	1	1500
2024	2	1655
2025	3	1825
2026	4	2013
2027	5	2220

Elaborado por: Los investigadores

Según la información histórica de las empresas competidoras se ha realizado la proyección de la oferta de 1500, así como también el porcentaje de crecimiento del aprendizaje electrónico del 10.3 % para el año 2023, en el siguiente gráfico de ilustra de mejor manera el comportamiento de la oferta proyectada.

Ilustración 3
Oferta Proyectada



Elaborado por: Los investigadores

Demanda insatisfecha

Para determinar la posible demanda insatisfecha es necesario considerar los datos de la oferta y la demanda que se proyectaron anteriormente. Al obtener una posible demanda insatisfecha considerando así que el proyecto en desarrollo es factible.

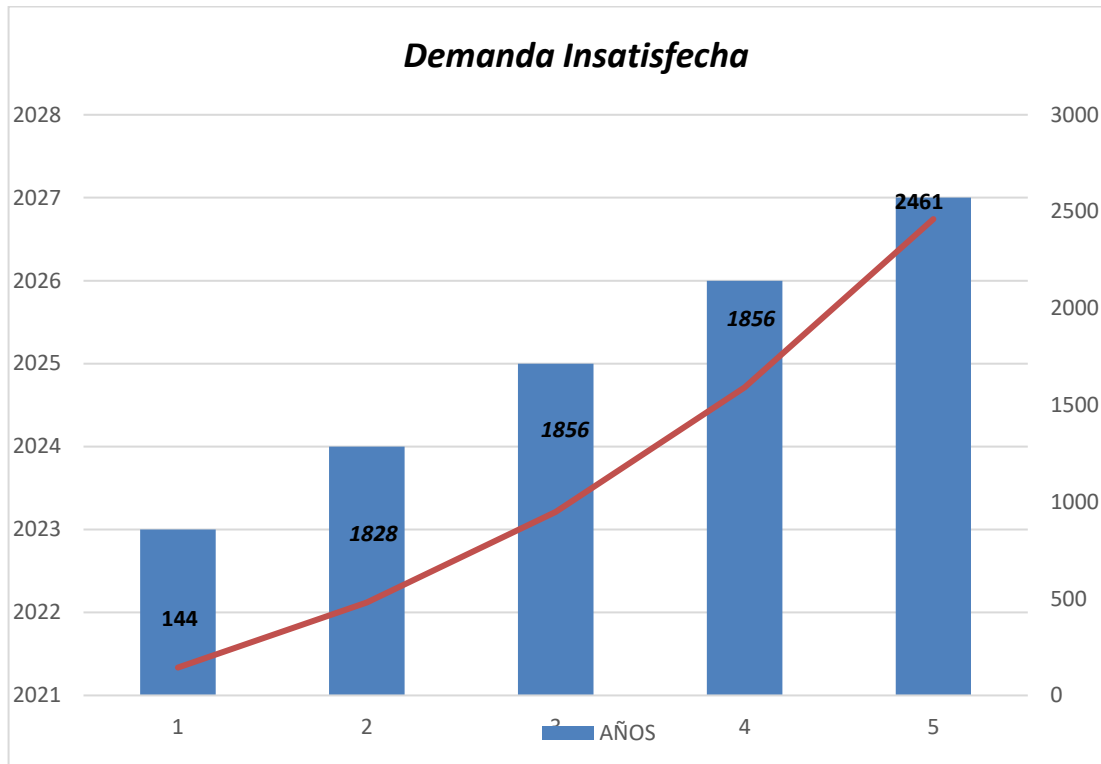
Tabla N° 18
Demanda insatisfecha

Año	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha
2023	1644	1500	144
2024	2136	1655	481
2025	2774	1825	949
2026	3604	2013	1591
2027	4681	2220	2461

Elaborado por: Los investigadores

Como se puede observar existe una demanda insatisfecha para el año 2023 de 144 cupos anuales, se incrementa esta demanda insatisfecha hasta el 2026 con 2461 cupos para la capacitación para el acceso a las instituciones de educación superior en la ciudad de Latacunga.

Ilustración 4
Demanda insatisfecha



Elaborado por: Los investigadores

CAPÍTULO III

ESTUDIO TÉCNICO

El tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto depende netamente del alcance de la empresa para producir en este caso servicios de capacitaciones para el ingreso a las instituciones de educación superior. Antes de proseguir con la determinación del estudio técnico, cabe indicar que la empresa de capacitación NIC PREUNIVERSITARIO ya existe e imparte sus servicios de manera presencial. Sin embargo, tras factores que han intervenido en el desarrollo de la actividad económica de la entidad, esta empresa se

ha visto en la necesidad de buscar una nueva fuente para brindar sus servicios, por ende, se les plantea la opción de una educación online.

Al ser una educación online también requiere contar con una oficina que permita al cliente (padres de familia), sentir la seguridad de contar con un sitio seguro, realizar pagos directos, sugerencias de mejora, contrato del servicio, etc. A su vez esta oficina servirá para que los docentes contratados tengan su espacio disponible, tranquilo, libre de ruidos y con todos los materiales necesarios para desarrollar un sistema de enseñanza-aprendizaje adecuado, la idea es utilizar al máximo los recursos y conseguir la máxima rentabilidad económica.

Localización de la empresa

Lo importante de una adecuada ubicación para el emprendimiento son las alternativas que se presentan en el mercado para poder aprovecharlas y hacerlas frente, cabe resaltar que para que un negocio marche a la perfección se debe considerar los factores externos que los rodea. Como se resaltó anteriormente la empresa de capacitación NIC PREUNIVERSITARIO ya existe, por ende, la localización seguirá siendo la misma.

Macro localización

La empresa de capacitación NIC PREUNIVERSITARIO se ubica en Ecuador, región Sierra, en la provincia de Cotopaxi, específicamente en la ciudad de Latacunga. Los motivos por lo que se ha considerado esta localización son los siguientes:

- La infraestructura en el área urbana es favorable por la existencia de todos los servicios básicos.

- En la ciudad de Latacunga se concentran todas las actividades comerciales, culturales y festivas de toda índole, lo que permitirá tener asegurado una porción de la demanda.

Además, en esta influyen otros factores como es la demanda, la accesibilidad, la disponibilidad de transporte.

Ilustración 5
Macro-ubicación



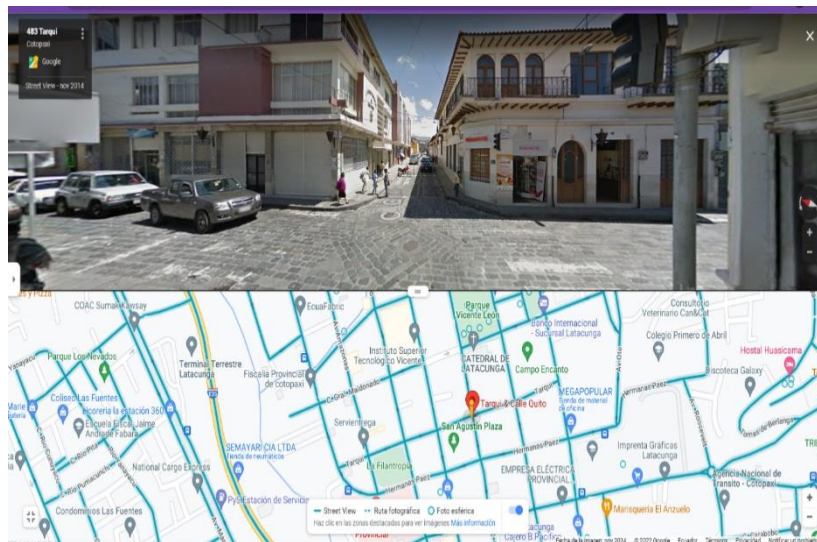
Fuente: Mapas de Ecuador

Micro localización

NIC PREUNIVERSITARIO está ubicado en la ciudad de Latacunga, Parroquia la matriz, Calle Quito y Tarquí a frente de la plazoleta San Agustín.

Localizado en este sector puesto que cuenta con mayor disponibilidad y cercanía hacia el mercado objetivo, cuenta con los servicios básicos necesarios.

Ilustración 6
Micro-ubicación



Fuente: Google Maps

Ingeniería del Proyecto

La ingeniería se refiere específicamente a aquella parte donde se determinan las etapas del estudio, instalación, puesta en marcha y funcionamiento del proyecto, determinación de los costos para las inversiones, también permite seleccionar un proceso óptimo que ayude a determinar las necesidades de los equipos, personal y espacios físicos. A continuación, se detalla los procesos requeridos para poner a disposición del público los servicios de tareas dirigidas y nivelaciones on-line.

Especificaciones técnicas

- Contar con docentes de excelencia preparados para todos los niveles de enseñanza- aprendizaje.
- Disponer de instancias como talleres de ejercitación en distintas modalidades permite fortalecer la preparación y detectar los problemas para así trabajar sobre ellos.

- Es necesario contar con herramientas de evaluación con mayor accesibilidad y sumar el apoyo de una plataforma digital para la evaluación.
- Disponer de atención individual y asesoría vocacional durante el proceso académico.
- Garantía del curso: Obtener una calificación de más de 950 puntos.
- Curso especializado de preparación para el examen de ingreso a la universidad (TRANSFORMAR).

Proceso de Funcionamiento

El servicio de capacitaciones online se realizará a través de videoconferencia por Classroom entre el docente y alumno, solo se admiten 12 estudiante por docente, además, debido al giro de negocio que se presenta es necesario mencionar que los procesos de inscripción, como el pago, registro del estudiante, disponibilidad de horarios de clase, pueden ser otorgados a través de la página web; sin embargo en el caso de requerir por parte del representante del estudiante existe también el acceso directo a la Institución para coordinar dichos procesos de forma personal , así como para el caso de toma de horarios de clase e inquietudes también existe la posibilidad de hacerlo por teléfono.

Pasos para ingresar al estudiante en la base de datos de la empresa.

- 1) Registro de los datos básicos del alumno, en cuestión a los servicios académicos ofrecidos por la empresa.
- 2) Identificación de la profesión a la que aspira ingresar el estudiante en la educación superior y conforme la rama profesional brindar una capacitación adecuada.

Horarios de Atención

Se realiza una planificación del horario para acceder al servicio entre semana, el cual está disponible en tres jornadas (Matutina, Vespertina y Nocturna) y fin de semana (sábado), de igual manera en tres jornadas, las jornadas de clase se flexibiliza acorde a las preferencias del cliente.

Reglas Específicas para el uso del Servicio (estudiantes)

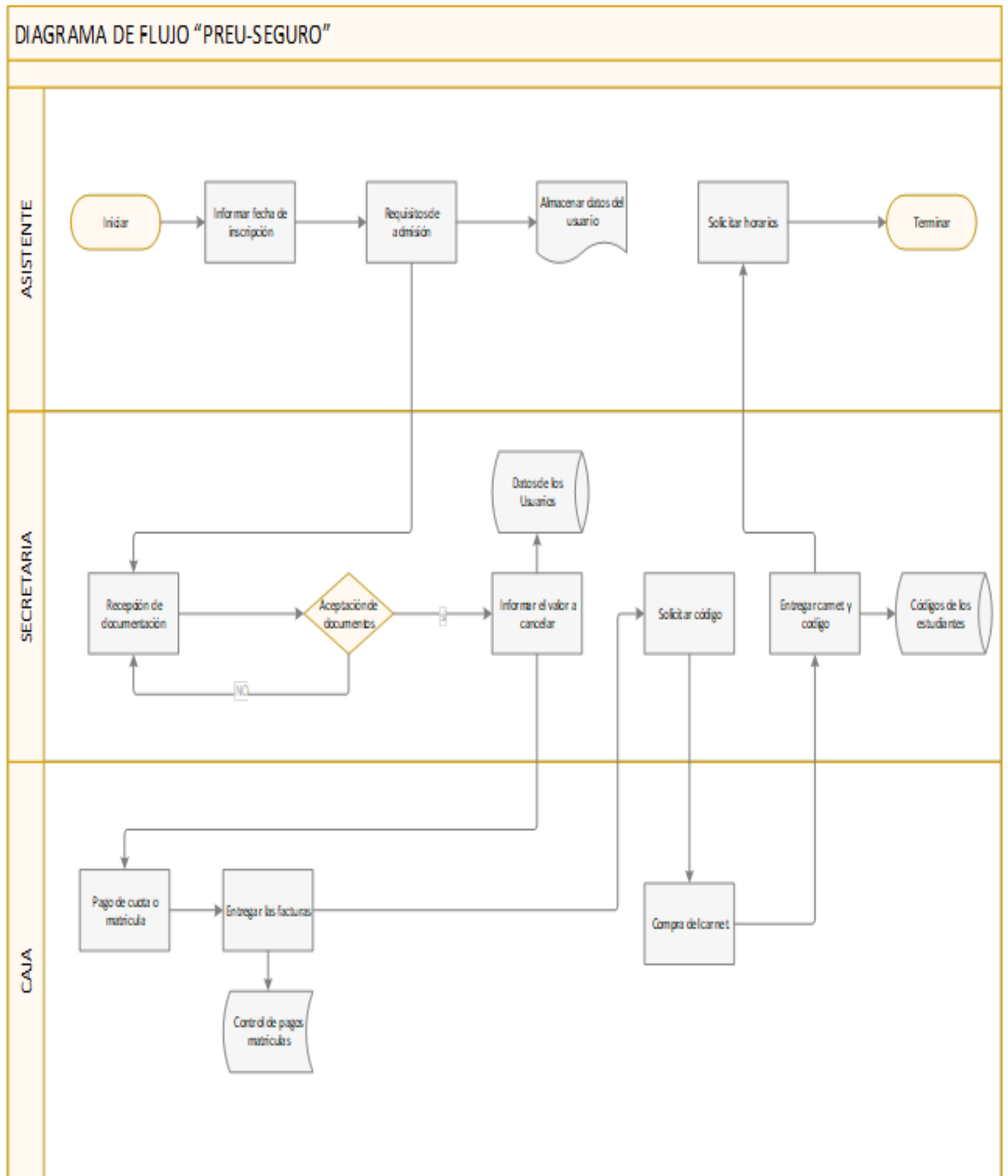
- Los estudiantes deben estar conectados a la plataforma por lo menos cuarto de hora antes de empezar la clase, con el fin de que no exista imprevistos de fallas en el computador sea en el software o hardware.
- No se acepta distractores durante las horas de clase.
- La videoconferencia debe ser realizada en un ambiente presto.
- El estudiante debe rendir una prueba semanal de lo aprendido
- El estudiante debe mostrar una predisposición adecuada y optimista a la hora de recibir la clase.

Reglas para los Profesores

- Estar en línea por lo menos cuarto de hora antes de empezar la clase.
- Asistir a las capacitaciones periódicas que propicia la empresa para las actualizaciones en conocimientos.
- No se acepta medios de distracción durante las horas de clase.
- Un día a la semana asistir a la junta de profesores, donde se evalúa las novedades diarias y los casos individuales de cada estudiante, en el caso de haber estudiantes con notas menos de 7 en la evaluación semanal, se hace un aviso al representante para que el estudiante pueda tomar una hora de asesoría personal en el Instituto.

Diagrama de operaciones

Ilustración 7
Diagrama de operaciones



Elaborado por: Los investigadores

La logística

Tabla N° 19
Sistema de cobros

Entidades Bancarias	Forma
Banco del Pichincha	Tarjetas de
Banco de Guayaquil	créditoCheques
Banco Pacífico	Cheques

Elaborado por: Los investigadores

El sistema de cobros del servicio se las podrá efectuar a través de las siguientes entidades mediante cheques o tarjetas

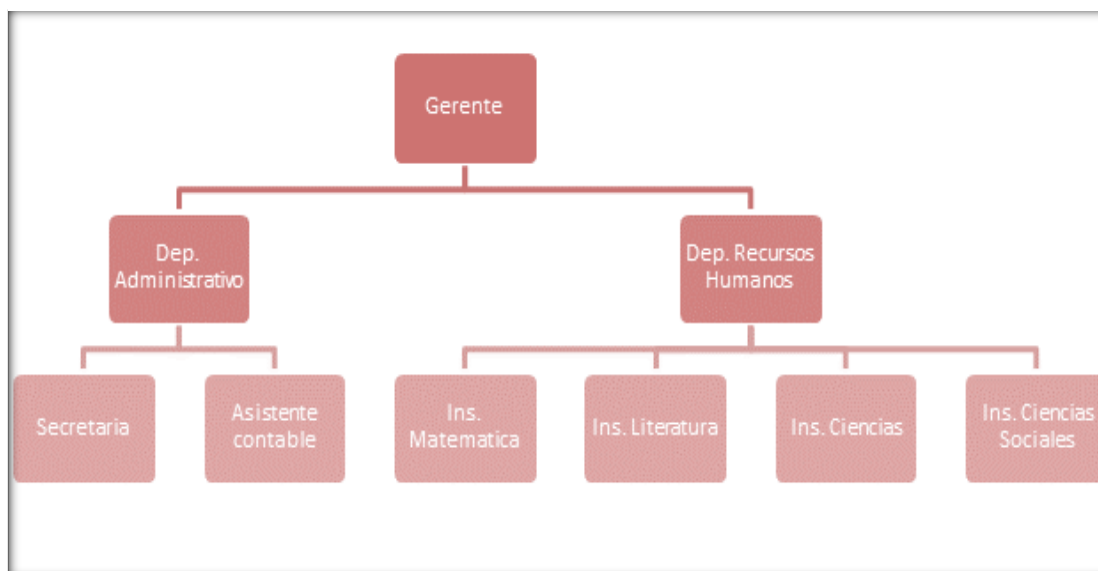
Servicio al cliente

El servicio al cliente que ofrece La empresa de capacitación NIC PREUNIVERSITARIO, se lo hace a través de llamadas para verificar el estado del servicio, ventas, precios del mismo a los diferentes clientes. La empresa brinda un 10% de margen de utilidad para los intermediarios con el fin de atraer más clientes del servicio. Se propone que se implemente la comunicación a través de los siguientes medios:

- Facebook
- Gmail
- WhatsApp

Organigrama

Ilustración 8
Organigrama



Elaborado por: Los investigadores

Tabla N° 20
Cargos Laborales

Puestos de trabajo	Número de trabajadores
Instructores	6
Secretaria	1
Asistente contable	1
Asistente personal	1
Gerente	1
Total	10

Elaborado por: Los investigadores

Como se puede observar se necesita un total de 10 puestos de trabajo para el normal funcionamiento de la empresa NIC PREUNIVERSITARIO.

Funciones y responsabilidades de recurso humano

Tabla N° 21
Funciones del personal

Puestos de trabajo	Funciones	Experiencia
Instructores	Conocimientos técnicos y necesarios para	Es necesario disponer de un título de tercer nivel, para poder

	preparar, enseñar, formar y capacitar personas, transmitiendo los conocimientos correctos para el desarrollo y desempeño de actividades y tareas con los procesos y técnicas adecuadas.	transmitir los conocimientos en áreas como matemáticas, ciencias sociales, ciencias y literatura. Utilizar técnicas de enseñanza aprendizaje con las personas.
Secretaria	Revisar la idoneidad de los documentos. Organización de su espacio de trabajo. Dominar las últimas tecnologías, especialmente los programas informáticos	Contar con experiencia en manejo de equipo electrónico, gestionar las actividades, atender al público y manejar información confidencial. Es la persona que se encarga de realizar tareas de asistencia administrativa en la oficina
Asistente contable	Llevar un control de las cuentas que tengas asignadas para identificar deudas pendientes. Planificar un modo de actuar para recuperar pagos pendientes. Localizar y contactar con deudores para indagar sobre su situación de pago.	Tener experiencia en tributación y declaración de impuestos con conocimiento y adaptación a la regulación, labor de facturación.
Asistente personal	Atención telefónica y vía correo electrónico Organización de eventos Búsqueda de información y documentación	Tener experiencia a facilidad de manejo de redes sociales, atención al cliente; búsqueda de información y organización en el lugar de trabajo.
Gerente	Responsables de la coordinación y de la ejecución del trabajo de las personas que ocupan los puestos dentro de una organización.	Experiencia en coordinar el trabajo de las diferentes áreas dentro de la empresa u organización. Planificar y supervisar todas las actividades que se llevan a cabo dentro de la empresa.

Elaborado por: Los investigadores

Proceso de capacitación

El desarrollo de las personas en la empresa NIC PREUNIVERSITARIO puede transformarse en una ventaja que aumente la competitividad de la organización. Esto no solo se trata de involucrar al personal en capacitaciones para que se preparen, este medio trata de involucrarse con las personas de tal manera que se pueda impulsar al progreso personal, es decir que estas personas no definan la capacitación como un elemento de su trabajo, al contrario, se trata de que proceso sea acogido como parte de la autorrealización de las personas.

El proceso de capacitación tiene como finalidad reforzar conocimientos, desarrollar habilidades, mejorar actitudes y asegurar la toma de conciencia del personal que participa en las actividades laborales de la empresa, de tal manera que la capacitación se refleje en la mejora conjunta de la empresa y se transmita en un ambiente laboral acogedor.

La empresa la empresa NIC PREUNIVERSITARIO, necesita realizar capacitaciones en diferentes áreas para mejorar sus resultados, los conocimientos que se necesitan reforzar se basan en las respuestas obtenidas en el taller realizado en la empresa.

Tabla N° 22
Necesidades de capacitación en la empresa

Conocimientos	Habilidades	Actitudes
Buenas prácticas de manufactura	Resolución de problemas	Trabajo en equipo
Liderazgo	Liderazgo	Servicio al cliente
Comunicación eficaz		Motivación
Conocimientos técnicos de los procesos productivos		
Negociación		
Conocimientos jurídicos derechos y obligaciones laborales		

Elaborado por: Los investigadores

CAPÍTULO IV

ESTUDIO FINANCIERO

Plan Financiero

El plan financiero está calculado con base en las Inversiones, financiación, servicios, gastos fijos, otros datos, balance previsional, cuenta de resultados previsional, presupuesto de tesorería, análisis económico financiero mediante ratios, VAN y TIR, y un plan de contingencia, en caso, de no cumplir los objetivos del negocio.

Plan de inversión

Teniendo como base los datos identificados en el análisis de los requerimientos para la implementación de una empresa de capacitación on line, análisis DAFO, se realiza un estimativo de la inversión inicial para la operación de la empresa donde se requiere un estimado de \$46.150,00.

Tabla N° 23 Plan de inversión

CANTID AD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	TOTAL (USD)	DEPRECIACI ÓN %	DEPRECIACI ÓN \$	VALOR DE RESCATE %	VALOR DE RESCATE \$
1	Infraestructura	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	5%	\$ 250,00	10%	\$ 500,00
1	Cámara fotográfica	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	10%	\$ 250,00	30%	\$ 75,00
3	Trípodes	\$ 100,00	\$ 300,00	10%	\$ 30,00	30%	\$ 9,00
1	Consola sonido	\$ 850,00	\$ 850,00	10%	\$ 85,00	40%	\$ 34,00
3	Luces alto impacto	\$ 250,00	\$ 750,00	10%	\$ 75,00	20%	\$ 15,00
5	Tablet (pizarra digital)	\$ 450,00	\$ 2.250,00	33%	\$ 749,93	10%	\$ 74,99
	Computadora alto						
1	rendimiento	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	33%	\$ 833,25	10%	\$ 83,33
5	Computadoras	\$ 1.000,00	\$ 5.000,00	33%	\$ 1.666,50	5%	\$ 250,00
3	Computadoras Laptop	\$ 1.200,00	\$ 3.600,00	33%	\$ 1.199,88	10%	\$ 360,00
1	Proyector de imagen	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	33%	\$ 3.333,00	10%	\$ 1.000,00
1	Juego de muebles	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	10%	\$ 150,00	10%	\$ 150,00
1	Impresora	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	33%	\$ 399,96	10%	\$ 120,00
1	Servidor (Tecnología)	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	10%	\$ 500,00	30%	\$ 1.500,00
1	Cableado	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	0%	\$ -	0%	\$ -
1	Suscripción Hosting	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	0%	\$ -	0%	\$ -
	Mes arriendo						
1	instalación	\$ 300,00	\$ 300,00	0%	\$ -	0%	\$ -
2	Garantía de arriendo	\$ 300,00	\$ 600,00	0%	\$ -	0%	\$ -
	Suscripción Aula						
1	Virtual	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	0%	\$ -	0%	\$ -
1	Página Web	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	0%	\$ -	0%	\$ -
1	Permisos	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	0%	\$ -	0%	\$ -
TOTAL			\$ 48.350,00		\$ 9.522,52		\$ 4.171,32

Plan de financiamiento

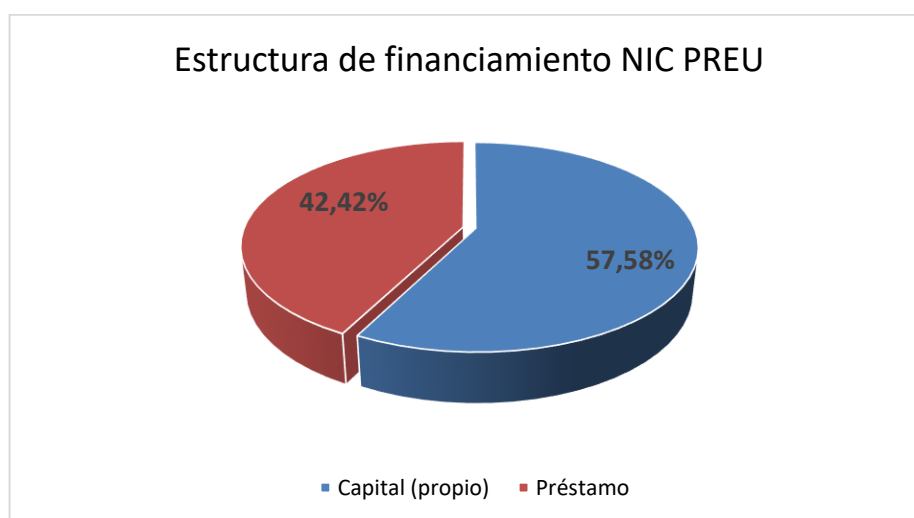
Tabla N° 24
Plan de Financiamiento

DETALLE	Dólares (\$)	Porcentaje (%)
I. Inversiones		
Activo Fijo	34.250,00	73%
Otros Activos	12.900,00	27%
TOTAL	47.150,00	100%
II. Financiamiento		
Capital (propio)	27.150,00	57,58%
Préstamo	20.000,00	42,42%
TOTAL	47.150,00	100%

Elaborado por: Los investigadores

El plan de financiamiento muestra el destino de los recursos que se necesitará para la implementación de la empresa NIC PREUNIVERSITARIO, se cuenta con una inversión de 46.150,00 dólares de los cuales el 56,66% corresponde a recursos propios y el 43,34% a recurso oneroso, es decir prestamos bancario.

Ilustración 9
Estructura de funcionamiento



Elaborado por: Los investigadores

Tabla de amortización

El proyecto se financiará con recurso oneroso que asciende a 20.000,00 dólares con una tasa de interés del 10,33% que es la tasa activa referencial para el segmento productivo PYMES.

Ilustración 10
Tasa de iteres

<h1>Tasas de Interés</h1>	
Febrero 2023	
Cumpliendo las funciones establecidas en el Artículo 36, numeral 8 del Código Orgánico y Financiero; el BCE realiza el 'Monitoreo de las tasas de interés con fines estadísticos'. El establecimiento del sistema de tasas de interés para las operaciones activas y pasivas del sistema financiero nacional y las demás tasas de interés requeridas por la ley corresponden a la Junta de Política y Regulación Financiera, conforme lo indica el mismo COMF en el artículo 14.1	
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES VIGENTES PARA EL SECTOR FINANCIERO PRIVADO, PÚBLICO Y, POPULAR Y SOLIDARIO	
Tasas de Interés Activas Referenciales ¹	
Segmentos de Crédito ²	% anual
Productivo Corporativo	8,78
Productivo Empresarial	9,72
Productivo PYMES	10,33
Consumo	16,18
Educativo	8,45
Educativo Social	5,49
Vivienda de Interés Público	4,95

Elaborado por: Los investigadores

La tabla de amortización se realiza mediante la metodología cuota fija o también conocida como francesa, a continuación, se presenta un resumen de dicha tabla:

Tabla N° 25
Datos para la tabla de amortización

Detalle	Valores
Capital	\$ 20.000,00
Tasa % Anual	10,33%
Tasa % Mensual	0,86%
N	5
M	12

NPER	60
Cuota	\$ 428,20

Elaborado por: Los investigadores

Tabla N° 26
Tabla de amortización

Periodo	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
0				\$ 20.000,00
1	\$ 256,03	\$ 172,17	\$ 428,20	\$ 19.743,97
2	\$ 258,23	\$ 169,96	\$ 428,20	\$ 19.485,74
3	\$ 260,46	\$ 167,74	\$ 428,20	\$ 19.225,28
4	\$ 262,70	\$ 165,50	\$ 428,20	\$ 18.962,58
5	\$ 264,96	\$ 163,24	\$ 428,20	\$ 18.697,62
6	\$ 267,24	\$ 160,96	\$ 428,20	\$ 18.430,38
7	\$ 269,54	\$ 158,65	\$ 428,20	\$ 18.160,84
8	\$ 271,86	\$ 156,33	\$ 428,20	\$ 17.888,98
9	\$ 274,20	\$ 153,99	\$ 428,20	\$ 17.614,78
.
.
.
58	\$ 417,33	\$ 10,87	\$ 428,20	\$ 845,46
59	\$ 420,92	\$ 7,28	\$ 428,20	\$ 424,54
60	\$ 424,54	\$ 3,65	\$ 428,20	\$ (0,00)

Elaborado por: Los investigadores

Con una cuota fija de 428,20 durante 5 años pagaderos mensualmente, se terminará pagando un total de 25.691,74 dólares.

Costos Variables

Costos variables son aquellos costos que varían, en su monto total, en proporción directa a los cambios en los niveles de actividad.

Un buen ejemplo de costos variables son los materiales.

Tabla N° 27
Costos Variables

RUBROS	Cantidad	Valor Unitario	Valor trimestre	Periodo en años				
				Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capacitador	3	\$ 400,00	\$ 1.200,00	\$ 4.800,00	\$ 4.872,00	\$ 4.945,08	\$ 5.019,26	\$ 5.094,55
Cuadernos	36	\$ 1,00	\$ 36,00	\$ 144,00	\$ 146,16	\$ 148,35	\$ 150,58	\$ 152,84
Esferos	36	\$ 0,60	\$ 21,60	\$ 86,40	\$ 87,70	\$ 89,01	\$ 90,35	\$ 91,70
Folleto de aprendizaje	36	\$ 2,00	\$ 72,00	\$ 288,00	\$ 292,32	\$ 296,70	\$ 301,16	\$ 305,67
Pauta redes sociales	6	\$ 50,00	\$ 300,00	\$ 1.200,00	\$ 1.218,00	\$ 1.236,27	\$ 1.254,81	\$ 1.273,64
Paquete de volantes	6	\$ 100,00	\$ 600,00	\$ 2.400,00	\$ 2.436,00	\$ 2.472,54	\$ 2.509,63	\$ 2.547,27
Total \$				\$ 8.918,40	\$ 9.052,18	\$ 9.187,96	\$ 9.325,78	\$ 9.465,66
Inflación %				1,50%	1,50%	1,50%	1,50%	1,50%

Elaborado por: Los investigadores

Se ha considerado el incremento del 1,5% de inflación para los diferentes años que afectan a los costos variables.

Costos Fijos

Tabla N° 28
Costos Fijos

RUBROS	Cantida d	Valor Unitario	Valor mensual	AÑOS				
				Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Arriendo	1	\$ 300,00	\$300,00	\$ 3.600,00	\$3.654,00	\$3.708,81	\$ 3.764,44	\$3.820,91
Secretaria	1	\$ 300,00	\$300,00	\$ 600,00	\$3.654,00	\$3.708,81	\$3.764,44	\$3.820,91
Asistente contable	1	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 4.200,00	\$4.263,00	\$4.326,95	\$4.391,85	\$4.457,73
Asistente personal	1	\$ 350,00	\$350,00	\$ 4.200,00	\$4.263,00	\$4.326,95	\$4.391,85	\$4.457,73
Gerente	1	\$450,00	\$450,00	\$ 400,00	\$5.481,00	\$5.563,22	\$5.646,66	\$5.731,36
Afiliación de seguridad social IESS	4	\$39,31	\$157,24	\$1.886,88	\$1.915,18	\$1.943,91	\$1.973,07	\$2.002,67
Pago de la decimocuarta remuneración	4	\$34,59	\$138,36	\$ 1.660,32	\$1.685,22	\$1.710,50	\$1.736,16	\$1.762,20
Pago de fondos de reserva	4	\$ 34,40	\$137,60	\$1.651,20	\$1.675,97	\$ 1.701,11	\$1.726,62	\$1.752,52
Publicidad	1	\$ 50,00	\$50,00	\$600,00	\$609,00	\$ 618,14	\$627,41	\$636,82
Mantenimiento Hosting	1	\$ 25,00	\$ 25,00	\$300,00	\$304,50	\$309,07	\$313,70	\$318,41
Pago zoom	12	\$ 25,00	\$300,00	\$3.600,00	\$3.654,00	\$ 3.708,81	\$3.764,44	\$3.820,91
Mantenimiento Pág web	12	\$ 15,00	\$ 180,00	\$2.160,00	\$2.192,40	\$2.225,29	\$2.258,67	\$2.292,55
Servicios básicos	12	\$ 30,00	\$360,00	\$4.320,00	\$4.384,80	\$ 4.450,57	\$4.517,33	\$4.585,09
Telefonía Celular	1	\$25,00	\$ 25,00	\$300,00	\$3.600,00	\$43.200,00	\$518.400,00	\$6.220.800,00
TOTAL \$				\$37.478,40	\$37.736,08	\$38.302,12	\$38.876,65	\$39.459,80
Inflación %				1,50%	1,50%	1,50%	1,50%	1,50%

Elaborado por: Los investigadores

Se ha considerado el incremento del 1,5% de inflación para los diferentes años que afectan a los costos fijos.

Cantidad a producir

Se ha considerado realizar apertura tres cursos de 12 cupos cada uno con un total de 36 cupos en el trimestre.

Tabla N° 29
Cantidad a producir

Cantidad de servicio de capacitación	Cupos
Cantidad de cupos por trimestre	36
Cantidad de cupos por semestre	72
Cantidad de cupos por año	144

Elaborado por: Los investigadores

La cantidad de cupos a ofertar es de 36 en el trimestre teniendo un valor anual de 144

Tabla N° 30
Cupos anuales

DETALLE	Periodo en años				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cupos de capacitaciones	144	147	150	153	156
Tasa de crecimiento	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%

Elaborado por: Los investigadores

Se considera una tasa sustentable de crecimiento del 2%, este indicador se da a partir de los datos proyectados por el banco central en lo referente al crecimiento de la economía con el indicador PIB.

Costos unitarios

Los costos unitarios se obtienen de dividir los costos fijos y variables sobre las cantidades a producir, el costo de producción es la suma del costo fijo unitario y variable unitario.

$$CTu = \frac{\text{Costo total}}{\text{Cantidad}}$$

$$CTu = \$322,20$$

Tabla N° 31
Costos unitarios

DETALLE	Periodo en años
---------	-----------------

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	\$	\$	\$	\$	\$
Costo fijo unitario	260,27	256,92	255,66	254,41	253,16
Costo variable unitario	\$ 61,93	\$ 61,63	\$ 61,33	\$ 61,03	\$ 60,73
	\$	\$		\$	
Costo total unitario	322,20	318,55	\$ 316,99	315,43	\$ 313,89

Elaborado por: Los investigadores

La empresa presenta un costo de producción de 322,20 dólares en el primer año de servicio, esto se obtiene de sumar el costo fijo unitario (\$260,27) y el costo variable unitario (\$61,93).

Así el costo fijo unitario se obtiene como se presenta en la siguiente formula:

$$CFu = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Cantidad}}$$

$$CFu = \frac{37.478,40}{144} = \mathbf{260,27}$$

De manera análoga se obtiene el costo variable unitario:

$$CVu = \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Cantidad}}$$

$$CVu = \frac{8.918,40}{144} = \mathbf{61,93}$$

Precios

El precio referencial a la capacitación se basa en el costo total unitario que es el costo de producción, este añadido un determinado % de margen de ganancia. En el caso de este determinado proyecto de la empresa de capacitación NIC PREUNIVERSITARIO se ha determinado un margen de ganancia de aproximadamente 27% en promedio.

Tabla N° 32
Precio

RUBROS	Periodo en años				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5

Precio \$	\$ 402,75	\$ 507,47	\$ 644,48	\$ 824,94	\$ 1.064,17
Margen de ganancia %	25%	26%	27%	28%	29%

Elaborado por: Los investigadores

Ingresos

Para el caso específico del proyecto de la empresa NIC PREUNIVERSITARIO tenemos los siguientes rubros como ingresos anuales.

Tabla N° 33

Ingresos

Ingresos	Periodo en años				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por capacitación \$	\$57.996,00	\$74.536,46	\$96.554,53	\$ 126.061,59	\$ 165.871,84

Elaborado por: Los investigadores

Como puede observarse en la tabla de ingresos, se inicia con ingresos brutos de \$57.996,00 en el primer año, ya para el año quinto se presentan ingresos de \$165.871,84

Flujo de efectivo

A continuación, se presenta el flujo de efectivo proyectado para el proyecto de la empresa de capacitación NIC PREUNIVERSITARIO.

Tabla N° 34
Flujo de efectivo

RUBROS	Periodo en años					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos/Ventas/Costos Ahorrados		\$ 57.996,00	\$ 74.536,46	\$ 96.554,53	\$ 126.061,59	\$ 165.871,84
-Costos variables prod/comer/serv		\$ 8.918,40	\$ 9.052,18	\$ 9.187,96	\$ 9.325,78	\$ 9.465,66
-Costos Fijos		\$ 37.478,40	\$ 37.736,08	\$ 38.302,12	\$ 38.876,65	\$ 39.459,80
(=) Utilidad de Operación		\$ 11.599,20	\$ 27.748,21	\$ 49.064,45	\$ 77.859,17	\$ 116.946,38
-Depreciaciones		\$ 9.522,52	\$ 9.522,52	\$ 9.522,52	\$ 9.522,52	\$ 9.522,52
(=) Utilidad antes de interese e impuestos (UAI)		\$ 2.076,69	\$ 18.225,69	\$ 39.541,94	\$ 68.336,65	\$ 107.423,87
(-) Costos financieros		\$ 1.916,28	\$ 1.567,22	\$ 1.180,35	\$ 751,56	\$ 276,32
(=) Utilidad antes de impuestos (UAI)		\$ 160,40	\$ 16.658,47	\$ 38.361,59	\$ 67.585,09	\$ 107.147,54
(-) Impuestos % Renta		\$ 40,10	\$ 4.164,62	\$ 9.590,40	\$ 16.896,27	\$ 26.786,89
(=) Utilidad después de impuestos (UDI)		\$ 120,30	\$ 12.493,85	\$ 28.771,19	\$ 50.688,82	\$ 80.360,66
(+)Depreciaciones		\$ 9.522,52	\$ 9.522,52	\$ 9.522,52	\$ 9.522,52	\$ 9.522,52
(-) Capital financiero		\$ 3.222,07	\$ 3.571,13	\$ 3.958,00	\$ 4.386,79	\$ 4.862,02
(+) Valor de rescate						\$ 4.171,32
Inversión	\$ 48.350,00					
(=) Flujo neto (FNE)	\$ (48.350,00)	\$ 6.420,75	\$ 18.445,24	\$ 34.335,71	\$ 55.824,55	\$ 89.192,47

Elaborado por: Los investigadores

Se ha considerado una vida útil de 5 años para el presente proyecto esto debido a los rubros en la inversión que se present6.10

Costo promedio ponderado de capital

Para el caso del proyecto de la empresa de capacitación NIC PREUNIVERSITARIO se presentan las siguientes variables a fin de determinar la tasa de descuento WACC.

Tabla N° 35
Costo promedio ponderado de capital

VARIABLES	VALOR
Tasa Impositiva Tc	37%
Tasa impuesto a la renta aporte a Trabajadores	22%
Capital ajeno	15%
Capital propio	\$ 20.000,00
Total financiamiento	\$ 27.150,00
% Capital ajeno	\$ 47.150,00
% Capital propio	42,42%
% Total financiamiento	57,58%
Costo de recursos propios Ke	100%
Costo de recursos ajenos Kd	8,00%
CPPC=WACC	10,33%
CPPC=WACC	7,37%

Elaborado por: Los investigadores

Si aplicamos la fórmula antes mencionada entonces se puede corroborar el cálculo ya mencionado en la tabla anterior.

$$WACC = 8\% \left(\frac{27.150}{27.150 + 20.000} \right) + 10.33\% \left(\frac{20.000}{27.150 + 20.000} \right) * (1 - 37\%)$$

El resultado de esta operación es 7,37%, es decir el costo de financiar \$47.150,00 es de 7,37%; se espera que la rentabilidad del presente proyecto este por arriba de este costo.

Valor Actual VA

Para el caso específico de la empresa de capacitación NIC PREUNIVERSITARIO su valor actual de los flujos proyectados se presenta de la siguiente manera:

$$VA = \frac{\$6.420,75}{1 + 0,0737} + \frac{\$18.445,24}{(1 + 0,0737)^2} + \frac{\$34.335,71}{(1 + 0,0737)^3} + \frac{\$55.824,55}{(1 + 0,0737)^4} + \frac{\$89.192,47}{(1 + 0,0737)^5}$$

$$VA = 154.224,79$$

Valor Actual Neto VAN

Su fórmula representa la actualización de los flujos de efectivos proyectados a cinco años que es la vida útil que se ha considerado en el presente proyecto de la empresa de capacitación NIC PREUNIVERSITARIO, sin embargo, en este indicador se le resta la inversión, así tenemos:

$$VAN = \frac{\text{Flujo Año 1}}{1 + wacc} + \frac{\text{Flujo Año 2}}{(1 + wacc)^2} + \dots + \frac{\text{Flujo Año } n}{(1 + wacc)^n} - I_o$$

$$VAN = \frac{\$6.420,75}{1 + 0,0737} + \frac{\$18.445,24}{(1 + 0,0737)^2} + \frac{\$34.335,71}{(1 + 0,0737)^3} + \frac{\$55.824,55}{(1 + 0,0737)^4} + \frac{\$89.192,47}{(1 + 0,0737)^5} - \$48.350,00$$

$$VAN = 105.894,79$$

La regla de decisión del van considera que para que el proyecto sea viable o factible, financieramente debe ser \geq a 0 (cero), en el caso específico el VAN del proyecto supera ese valor, por consiguiente, el proyecto de empresa de capacitación NIC PREUNIVERSITARIO es factible, es decir se proyecta a recuperar la inversión.

Tasa interna de retorno TIR

La tasa interna de retorno de la empresa de capacitación NIC PREUNIVERSITARIO es de 47,28% que se obtuvo al aplicar la fórmula financiera de programa Microsoft Excel, al ser este indicador superior al costo del financiamiento (WACC=7,37%); entonces se corrobora que el proyecto es factible y/o viable financieramente, es decir se recupera la inversión realizada.

Relación beneficio costo RBC

$$RBC = \frac{\text{Valor Actual VA}}{|\text{Inversión Inicial } I_o|}$$

$$RBC = \frac{\$154.224,79}{|\$48.350,00|}$$

$$RBC = \$3,19$$

Con el resultado antes obtenido podemos inferir que por cada dólar de inversión existe un retorno de 3,19 dólares, lo que corrobora que el proyecto es viable y/o factible financieramente.

Pay Back

Realizado los respectivos cálculos se muestra como resultado que se recupera la inversión en 2 años; 8 meses; 6 días. Es importante señalar que este proceso se lo realizó del flujo neto de efectivo descontado FNED.

CONCLUSIONES

- Al aplicar diferentes instrumentos de investigación se pudo determinar las necesidades de los clientes, los mismos que están dispuestos a capacitarse de manera on line ya que es más factible para muchos que viven en sectores rurales. La frecuencia de los cursos se determinó tres cursos cada tres meses, con un cupo de 12 asistentes por curso, el valor referencial es de \$480, 00 sin embargo este valor no fue rígido en el plan de negocio ya que se aplicó técnicas financieras para determinar el precio del servicio.
- Al ser un plan de negocio para una empresa de capacitación on line se determinó los requerimientos tanto en adecuaciones de infraestructura como de las necesidades de recursos tecnológicos, siendo estos últimos los más importantes, la inversión en activos fijos y tecnológicos es de 34. 250,00 dólares. La localización no pasa a ser una variable de importancia ya que la idea de negocio es brindar

capacitación de manera virtual. Sin embargo, se requiere de una organización basada en resultados donde se presenta su organigrama y sus funciones de cada departamento.

- Con el estudio detallado de plan financiero se determinó las inversiones, el financiamiento, los costos fijos y variables, la capacidad de producción y precios que dieron lugar a los ingresos. Con todos estos insumos del plan financiero se construyó el flujo neto de efectivo con una vida útil de cinco años obteniendo resultados de los indicadores favorables ya que el valor actual neto VAN arroja un valor de \$105.894,79; al ser positivo este valor se concluye que se puede recuperar la inversión realizada. Los demás indicadores corroboran es así que la tasa interna de retorno TIR presenta un resultado de 47,28% la misma que es mayor al costo del financiamiento WACC que fue de 7,37%. La relación beneficio costo presentó un valor de 3,19 que determina que por cada dólar de inversión existe un retorno a la empresa de 3,19 dólares, por último, se puede concluir que la inversión se recupera en dos años ocho meses y seis días.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda actualizar los instrumentos de investigación que permitieron determinar las necesidades de los clientes ya que los gustos y preferencias de los consumidores es muy cambiante. La virtualidad en muchas de las ocasiones puede no ser efectiva y es por eso el seguimiento y posventa a los clientes que opten por esta modalidad on line.
- Es importante que la empresa aplique los flujos y organigramas tanto estructurales como funciones del presente estudio ya que de esta manera se garantiza la calidad

del servicio, además se recomienda se aplique el plan de capacitación al personal y de esta manera ser competitivos en un, mercado muy difícil.

- Se recomienda a la empresa realizar una actualización de sus indicadores que permitan una reinversión en infraestructura tecnológica de alta calidad ya que los indicadores financieros económicos son elevados, además se recomienda ver la posibilidad de disminuir el precio en alguna temporada ya el VAN es elevado y se puede buscar otro escenario con mayores inversiones, mayores costos pero que igual sea positivo el VAN.

BIBLIOGRAFÍA

- Aldaz, E. & Pazmiño, R. (2020). Implementación de la Plataforma Tawasipro para clases personalizadas de Matemática y Física, como apoyo en el Examen Ser Bachiller de los estudiantes del Distrito Metropolitano de Quito. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/21765/1/T-UCE-0010-FIL-916.pdf>
- Arrayales, J. O. (2007). Tu potencial emprendedor. Mexico: Cámara Nacional Industria Editorial Mexicana. reg. Núm.1031. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=z1qD5rtpqooC&pg=PA3&dq=emprendedor+def&hl=es419&sa=X&ved=2ahUKEwjMlvKVwKz7AhXJTDABHUQ8C0QQuwV6BAgCEAg#v=onepage&q=emprendedor%20def&f=false>
- Banco Central del Ecuador. (Octubre de 2019). *La Inflacion* . Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf201910.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (26 de Noviembre de 2019). *Producto Interno Bruto*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1206-la-economía-ecuatoriana-creció-03-en-el-segundo-trimestre-de-2019>
- Castro, M. E. A. (2021). Breve introducción a los conceptos de oferta, demanda y mercado. Obtenido de <https://www.icesi.edu.co/departamentos/images/departamentos/FCAE/economia/apuntesEconomia/breve-introduccion-conceptos-oferta-demanda-mercado.pdf>
- Chiavenato, I. (2008). Gestion del talento humano. México: Elsevier Editora Ltda.
- Colom, A. (2015). Guía básica y ejercicios prácticos para la gestión empresarial. Santander: Universitat de Lleida.
- Contrato social . (10 de 2016). Obtenido de <https://colectivosciudadanoseducacion.files.wordpress.com/2017/02/dc-latacunga.pdf>

de Kluyver, C. A. (2005). *Pensamiento Estratégico: Una Perspectiva para Los Ejecutivos*.

Buenos Aires: Pearson Education .

Dvoskin, R. (2004). *Fundamentos del marketing*. Buenos Aires: Granica S.A.

Fabiola, C. M. (mayo de 2016). Revista Ventana Científica. Obtenido de http://www.revistasbolivianas.ciencia.bo/scielo.php?lng=en&pid=S2305-60102016000100005&script=sci_arttext#:~:text=La%20localizaci%C3%B3n%20tiene%20por%20objetivo,se%20trata%20de%20un%20proyecto

Férnadez, R. (2017). *Manual de Prevención de Riesgos Laborales Para No Iniciados*. Obtenido de <https://libros-revistas-derecho.vlex.es/vid/herramienta-preventiva-422286898>

Foullon, J. J. (2020). Segmentación de mercado. 2. Obtenido de http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/3432/1/Segmentaci%C3%B3n_mercado.PDF

Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial. (1 de Diciembre de 2019). Obtenido de <https://www.cotopaxi.gob.ec/index.php/2015-09-20-00-13-36/2015-09-20-00-15-41/latacunga>

Haime Levy, L. (2005). *Planeacion Financiera en la Empresa Modera*. Ediciones Fiscales ISEF.

Herrera, A. Mallqui, L. Palomino, J. & Zamora, I. (2016). Plan de negocio para la implementación de una plataforma virtual de clases académicas particulares. Obtenido de https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/1421/2018_MATP16-3_10_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Iglesias, A. (2013). *Distribución y logística*. Madrid: ESIC Editorial.

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (16 de Octubre de 2019). *Ecuador en cifras*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifra>

s.gob.ec/documentos/web-
inec/EMPLEO/2019/Septiembre/Boletin_tecnico_de_empleo_
sep19.pdf

Jiménez Boulanger, F., Espinoza Gutiérrez, C. L., & Fonseca Retana, L. (2007). *Ingeniería Económica*. Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica.

Kotler, P. (2002). *Dirección de Marketing: Conceptos Esenciales*. Mexico: Pearson Educación.

Krajewski, L. J., & Ritzman, L. P. (2000). *Administración de operaciones: estrategia y análisis*. Mexico: Pearson Educación.

Lenis, A. (2022). hubspot. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/importancia-plan-de-negocios>.

León, A. (2007). Qué es educación. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/356/35603903.pdf>

Martínez, D., & Milla, A. (2005). *La elaboración del plan estratégico y su implantación a través del cuadro de mando integral*. España: Díaz de Santos.

MarketerosLatam. (29 de 11 de 2021). MarketerosLatam. Obtenido de <https://www.marketeroslatam.com/elementos-del-estudio-de-mercado/>

Molina, B. (2016). Creación de una empresa de servicios académicos de tareas dirigidas y nivelación on-line para niños de educación básica en el Distrito Metropolitano de Quito. Obtenido de <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/12212/1/Tesis%20Lista%20Wilma.pdf>

Molina, K. (2020). PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE TAREAS DIRIGIDAS ENFOCADO A ESTUDIANTES DE PRIMARIA EN LA CIUDAD DE LATACUNGA. Obtenido de <file:///C:/Users/usuario/Downloads/KATY%20MOLINA%20OK.pdf>

- Mora, J. (2003). *Guía metodológica para la gestión clínica por procesos*. Madrid: Díaz de Santos S.A.
- Mota, k. (2020). Educación virtual como agente transformador. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/6377/637766245002/html/>
- Navas, J. (2004). El concepto de educación. Obtenido de <https://www.ugr.es/~fjriros/pce/media/1-EducacionConcepto.pdf>
- Novales, M. (2006). El protocolo de investigación III: la población de estudio. Mexico. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Ñaupas , H., Mejía, E., Novoa , E., & Villagomez , A. (2014). *Metodología de la investigación*. Bogota: Ediciones de la U.
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero , H. (2018). *Metodología de la investigación*. Colombia: Ediciones de la U.
- Olle, M., Planellas, M., Molina, J., Torres, D., Alfonso, J. M., Husenman, S., . . . Mur, I. (1997). *El Plan de Empresa: Cómo planificar la creación de una empresa*. Barcelona :Marcombo S.A.
- Ouedraogo, I. (2020). “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE CAPACITACIÓN OCUPACIONAL PARA EL CRECIMIENTO DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DEL SUR DE QUITO Y MACHACHI. AÑO 2020” Obtenido de <https://repositorio.uisek.edu.ec/bitstream/123456789/4062/1/Ian%20Salef%20Ouedraogo%20Guayasamin.pdf>
- Pacheco T., I., Tinajero J., F., & Tinajero J., M. (2015). *Planificación estratégica en las organizaciones*. Quito: Crambury.
- Pacheco T., I., Tinajero J., F., & Tinajero J., M. (2015). *Planificación estratégica en las organizaciones*. Quito: Crambury.
- Parra, C. (2014). *Emprendeduría social: Alternativa sostenible para una nueva economía*. España. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=dra9DwAAQBAJ&pg=PA115&dq=emprendimiento+significado&hl=es419&sa=X&ved=2ahUKEwirzs7Iwqz7AhVISTABHUpZBt0QuwV6BAgIEAc#v=onepage&q=emprendimiento%20significado&f=false>

- Párraga, P., Carreño, F., Nieto, A., & Lopez, J. (2004). *Administración de empresas*. España: MAD S.L.
- Paul G. Keat, & Philip K. Y. Young. (2004). *Economía de empresa*. México: Pearson Educación.
- Pérez Fernández de Velasco, J. A. (1994). *Gestión de la calidad empresarial: calidad en los servicios y atención al cliente. Calidad total*. Madrid: ESIC Editorial.
- Raffino, M. (18 de Enero de 2019). *Método Inductivo*. Obtenido de <https://concepto.de/metodo-inductivo/>
- Recursos Humanos. (2007). *Estructuras organizativas*. Editorial Vertice
- Ruth-Mendivel, G., Carmen-Lavado, P., Angélica-Sánchez, C. (2020). *Gestión administrativa y gestión de talento humano por competencias en la Universidad peruana Los Andes, Filial Chanchamayo*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442020000100262
- Salgado, E. (2015). *La enseñanza y el aprendizaje en modalidad virtual desde la experiencia de estudiantes y profesores de posgrado (Tesis de Doctorado)*. Universidad Católica de Costa Rica, San José, Costa Rica. Obtenido de <https://www.aacademica.org/edgar.salgado.garcia/2.pdf>
- Sarramona, J. (2011). *Fundamentos de la educación*. Obtenido de <https://www.uv.mx/personal/rdegasperin/files/2011/07/Antologia.Comunicacion.Unidad1.pdf>
- Tamayo, T. (2022). *El sistema educativo de Ecuador*. Obtenido de <https://www.uasb.edu.ec/wp-content/uploads/2022/06/MADRID-TAMAYO-TITO-LIVIO.-El-sistema-educativo-de-Ecuador-un-sistema-dos-mundos.pdf>
- Technova, T. (27 de febrero de 2015). *laSalle*. Obtenido de <https://blogs.salleurl.edu/es/emprendedores/estudio-de-mercado>

Ventura-León, J. L. (2017). ¿Población o muestra? En J. L. Ventura-León, ¿Población o muestra?: Una diferencia necesaria (pág. 648). Perú. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/214/21453378014.pdf>

Weinberger Villamarin, K. (2009). Plan de Negocios. Perú: USAID. Obtenido de <https://www.nathaninc.com/wp-content/uploads/2017/10/LIBRO-PLAN-DE-NEGOCIOS-2.pdf>

Zorita, E., & Huarte, S. (2013). El plan de Negocios. Madrid: Avda. de Valdenigrales, s/n.28223 Pozuelo de Alarcón (Madrid). Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=Onu_CwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=que+es+un+plan+de+negocios&hl=es419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=que%20es%20un%20plan%20de%20negocios&f=false