



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

DIRECCIÓN DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MODALIDAD: PROYECTO DE DESARROLLO

Título:

“Plan de negocios para expansión de la empresa capacitadora ACCDEPRO S.A.S.”

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Magíster en
Administración de Empresas

Autor:

Velastegui Briceño Rosario Geraldinne

Tutor:

Falconi Tapia Angelita Azucena, MBA.

LATACUNGA – ECUADOR
2023

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación "Plan de negocios para expansión de la empresa capacitadora ACCDEPRO S.A.S." presentado por Velastegui Briceño Rosario Geraldinne, para optar por el título Magíster en Administración de Empresas.

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y se considera que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación para la valoración por parte del Tribunal de Lectores que se designe y su exposición y defensa pública.

Latacunga, 23 de Junio del 2023

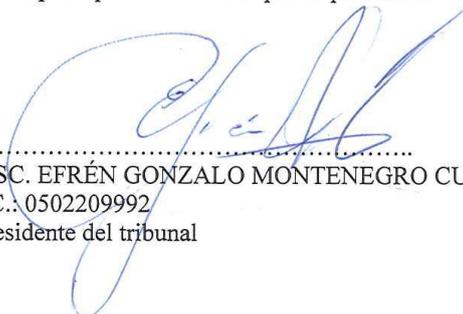


.....
MBA. Angelita Azucena Falconi Tapia
CC.: 0502037674

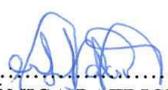
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El trabajo de Titulación: "Plan de negocios para expansión de la empresa capacitadora ACCDEPRO S.A.S", ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, previo a la obtención del título de Magíster en Administración de Empresas; el presente trabajo reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la exposición y defensa.

Latacunga, julio, 28, 2023



.....
MSC. EFRÉN GONZALO MONTENEGRO CUEVA
CC.: 0502209992
Presidente del tribunal



.....
MG. MÓNICA PATRICIA SALAZAR TAPIA
CC.: 0502138191
Lector 2



.....
MSC. MAIRA NATALIA MARTÍNEZ FREIRE
CC.: 1712507761
Lector 3

DEDICATORIA

Hoy, en el cierre de esta maravillosa etapa de mi vida, quiero dedicar mi maestría a mi familia, quienes han sido mis pilares inquebrantables y mi fuente constante de amor y apoyo.

A mi madre Lucia Briceño, tú has sido mi ejemplo de fortaleza y perseverancia a lo largo de mi vida. Tus sacrificios, tu amor incondicional y tu sabiduría han sido mi mayor inspiración. Gracias por ser mi guía y por inculcarme valores fundamentales que me han llevado a alcanzar mis metas. Esta maestría es un tributo a tu dedicación.

A mi hermana Mariuxi, has sido mi apoyo constante. Tu espíritu emprendedor me ha impulsado a seguir adelante en los momentos de duda y desánimo. Esta dedicatoria es también un reconocimiento a nuestra unión como hermanas.

Mis hijos; Adriana, Aldebarán y Zahara, ustedes son mi mayor tesoro y la razón por la que me esfuerzo cada día. Ver su sonrisa y su amor incondicional me da la fuerza necesaria para perseguir mis sueños. A través de esta maestría, quiero transmitirles el mensaje de que nunca hay límites para lo que pueden lograr. Espero que se sientan inspirados a perseguir sus metas y a nunca dejar de aprender. Mi mayor deseo es ser un ejemplo para ustedes y brindarles un futuro lleno de oportunidades.

Con todo mi amor y gratitud,

Rosario Geraldinne Velastegui Briceño

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a la Universidad Técnica de Cotopaxi, esta institución ha sido un pilar fundamental en mi desarrollo académico y profesional, proporcionándome los conocimientos y las herramientas necesarias para enfrentar los retos del mundo empresarial.

Agradezco especialmente a mis profesores y profesoras, quienes con su experiencia y dedicación me han inspirado y guiado a lo largo de este proceso de aprendizaje. Su compromiso con la excelencia académica y su pasión por transmitir el conocimiento han sido una fuente constante de motivación y enriquecimiento.

No puedo pasar por alto el agradecimiento a mi esposo, Álvaro Mullo, quien ha sido mi mayor fuente de apoyo y motivación a lo largo de este camino. Tu amor incondicional, paciencia y comprensión han sido fundamentales para mi perseverancia y éxito en esta etapa. Tus palabras de aliento y tu presencia constante me han dado la confianza necesaria para enfrentar los desafíos y superar cualquier obstáculo. Gracias por ser mi compañero de vida y mi mayor inspiración.

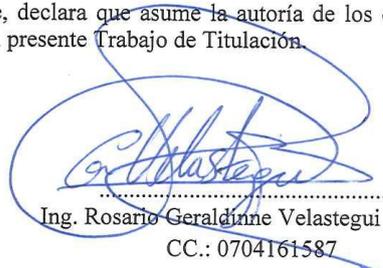
Con profundo agradecimiento,

Rosario Geraldinne Velastegui Briceño

RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA

Quien suscribe, declara que asume la autoría de los contenidos y los resultados obtenidos en el presente Trabajo de Titulación.

Latacunga, Junio, 27, 2023



.....
Ing. Rosario Geraldinne Velastegui Briceño
CC.: 0704161587

RENUNCIA DE DERECHOS

Quien suscribe, cede los derechos de autoría intelectual total y/o parcial del presente trabajo de titulación a la Universidad Técnica de Cotopaxi.

Latacunga, Junio, 27, 2023

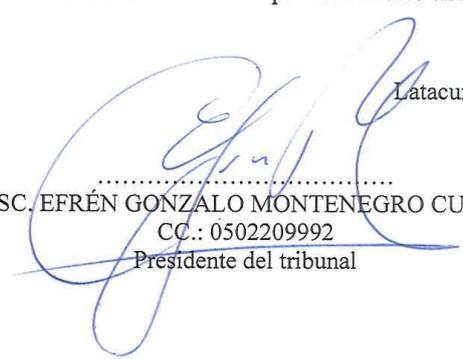


.....
Rosario Geraldinne Velastegui Briceño
CC.: 0704161587

AVAL DEL VEEDOR

Quien suscribe, declara que el presente Trabajo de Titulación: "Plan de negocios para expansión de la empresa capacitadora ACCDEPRO S.A.S", contiene las correcciones a las observaciones realizadas por los lectores en sesión científica del tribunal.

Latacunga, Julio, 28, 2023



.....
MSC. EFRÉN GONZALO MONTENEGRO CUEVA
CC.: 0502209992
Presidente del tribunal

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
DIRECCIÓN DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Título: Plan de negocios para expansión de la empresa capacitadora ACCDEPRO S.A.S.

Autor: Velastegui Briceño Rosario Geraldinne

Tutor: Falconi Tapia Angelita Azucena, MBA.

RESUMEN

El plan de negocios para expansión de la empresa capacitadora ACCDEPRO S.A.S. se desarrolló recopilando datos sobre los comportamientos del consumidor a través de una encuesta aplicada a una muestra representativa de 383 personas de la ciudad de Latacunga, estos datos se procesaron para obtener el estudio de mercado y apoyar el plan de negocios desarrollado, se planteó el lienzo CANVAS correspondiente a las actividades de capacitación y certificación que esta empresa presta a sus usuarios destacando las ventajas y el valor agregado de esta propuesta resaltando la experticia de los tutores y el acceso a nuevas tecnologías que en conjunto con los contenidos personalizados de cada perfil o curso mejoran la experiencia del usuario, del que se estableció sus características. Con cada uno de los elementos del plan de negocios se perfiló las necesidades técnicas, se calcularon los ingresos, costos y gastos que se generarán a través de los años, finalmente con la evaluación financiera en la que se obtuvo un VAN de 23076,64 USD, TIR de 77,01%, TD de 19,94%, TMAR de 10,08%, relación Beneficio / Costo de 1,08 para el primer año, se comprobó que el plan de expansión es financieramente factible y tiene el potencial de generar utilidades. Además, en apego a esos valores el punto de equilibrio para el primer año fue de 40961,62 USD por debajo de las ventas estimadas para el mismo periodo, por lo que se concluye que es viable que ACCDEPRO S.A.S. se pueda expandir.

PALABRAS CLAVE: Capacitación; certificación; expansión; mercado; plan de negocios; viabilidad.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

DIRECCIÓN DE POSGRADO MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Title: BUSINESS PLAN FOR EXPANSION OF THE ACCDEPRO S.A.S
TRAINING COMPANY

Author: Velastegui Briceño Rosario Geraldinne
Tutor: Falconi Tapia Angelita Azucena, MBA

ABSTRACT

The business plan for expansion of the ACCDEPRO S.A.S training company was developed on collecting data on consumer's behaviour through a survey applied to a representative sample of 383 people from Latacunga, these data were processed to obtain the market study and support the business plan developed, the canvas was raised corresponding to the training and certification activities that this company provides to its users was proposed, highlighting the advantages and added value of this proposal, highlighting the expertise of tutors and access to new technologies that together with the personalized content of each profile or course improve the user experience, from which its characteristics were established. With each of the elements of the business plan, the technical needs were outlined, the income, costs and expenses that will be generated over the years were calculated, finally with the financial evaluation in which a NPV of USD 23076.64 was obtained, IRR of 77.01%, TD of 19.94%, MARR of 10.08%, Benefit / Cost ratio of 1.08 for the first year, it was verified that the expansion plan is financially feasible and has the potential to generate profits. In addition, in accordance with these values, the break-even point for the first year was USD 40,961.62 below the estimated sales for the same period, so it is concluded that it is feasible for ACCDEPRO S.A.S. can be expanded.

KEYWORD: Business plan; certification; expansion; market; training; viability.

Mariana de Jesús Cevallos Tapia, con cédula de identidad número: 0502212947, Diploma Superior de la Enseñanza de Inglés como Segunda Lengua con número de registro de la SENESCYT: 1004-08-679683, Licenciada en: Ciencias de la Educación mención Inglés; con número de registro de la SENESCYT: 1010-07-753348; CERTIFICO haber revisado y aprobado la traducción al idioma inglés del resumen del trabajo de investigación con el título: Plan de negocios para expansión de la empresa capacitadora ACCDEPRO S.A.S. de: Rosario Geraldinne Velastegui Briceño, aspirante a magíster en Administración de Empresas.

Latacunga, julio, 20, 2023

.....
Lic. Mariana de Jesús Cevallos Tapia
ID. 0502212947

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	1
1.1. Introducción.....	1
1.2. Planteamiento del problema	2
1.3. Justificación	3
1.4. Objetivos del proyecto.....	4
1.4.1. Objetivo general	4
1.4.2. Objetivos Específicos	4
1.5. Beneficiarios	5
1. CAPÍTULO I. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	6
1.1. Antecedentes.....	6
1.2. Bases teóricas	7
1.2.1. Teoría del plan de negocios	7
1.3. Bases conceptuales	7
1.3.1. Definición del plan de negocios	7
1.3.2. Funciones del plan de negocio.....	8
1.3.3. Objetivo, alcance y enfoque del plan de negocios.....	8
1.3.4. Tipos de planes de negocio.....	9
1.3.5. Modelo de estructura de un plan de negocios para una empresa en marcha	10
1.3.5.1. Resumen Ejecutivo	10
1.3.5.2. Descripción de la competencia.....	10
1.3.5.3. Planeamiento estratégico	10
1.3.5.4. Estrategias de marketing y ventas	11
1.3.5.5. Análisis de la infraestructura	11
1.3.5.6. Gestión de la empresa.....	11
1.3.5.7. Evaluación financiera	12
1.3.6. Plan de expansión de una empresa	12
1.3.7. Modelo CANVAS	12
1.3.7.1. Elementos del modelo CANVAS	13
1.3.8. Oferta y demanda.....	14
1.3.9. Centro de capacitación.....	14

1.3.10.	Perfil profesional	14
1.3.11.	Sociedades por acciones simplificadas	15
2.	CAPÍTULO II. METODOLOGÍA	16
2.1.	Modalidad o enfoque de la investigación	16
2.2.	Tipo de Investigación	16
2.2.1.	Herramientas utilizadas en el proyecto de desarrollo	17
2.2.1.1.	Estudio de oferta	18
2.2.1.2.	Estudio de demanda	18
2.2.1.3.	Análisis FODA	18
2.2.1.4.	Lienzo CANVAS	18
2.3.	Población y muestra	18
2.3.1.	Población	18
2.3.2.	Muestra	19
2.3.2.1.	Muestreo aleatorio simple	20
2.4.	Técnicas e instrumentos	20
2.4.1.	Encuesta	20
2.4.2.	Aplicación de la encuesta	21
2.4.3.	Diseño de la encuesta	21
2.4.4.	Validación de la encuesta	21
3.	CAPÍTULO III. PROPUESTA	22
3.1.	Resultados de la encuesta	22
3.1.1.	Información preliminar	22
3.1.2.	Cuestionario	25
3.2.	Modelo CANVAS para ACCDEPRO S.A.S.	43
3.2.1.	Segmento de clientes	44
3.2.2.	Propuesta de valor e innovación	45
3.2.2.1.	Lienzo de propuesta de valor	46
3.2.2.2.	Cartera de servicios	46
3.2.3.	Actividades clave	46
3.2.4.	Aliados clave	47
3.2.5.	Recursos clave	48
3.2.6.	Canales	48

3.2.7.	Relación con el cliente.....	49
3.2.8.	Estructura de costos	49
3.2.9.	Fuente de ingresos	50
3.3.	Plan de negocios para ACCDEPRO S.A.S.....	50
3.3.1.	Resumen Ejecutivo	51
3.3.1.1.	Historia ACCDEPRO S.A.S.....	51
3.3.1.2.	Breve análisis de los servicios de capacitación en Latacunga.....	52
3.3.2.	Cálculo de la demanda y descripción de la competencia	52
3.3.2.1.	Demanda potencial actual.....	52
3.3.2.2.	Demanda proyectada	53
3.3.2.3.	Oferta actual	53
3.3.2.4.	Análisis de la competencia	53
3.3.2.5.	Proyección de la oferta	55
3.3.2.6.	Demanda insatisfecha	56
3.3.2.7.	Capacidad instalada y utilizada	56
3.3.3.	Planeamiento estratégico	56
3.3.3.1.	Imagotipo.....	56
3.3.3.2.	Slogan.....	57
3.3.3.3.	Misión.....	57
3.3.3.4.	Visión.....	58
3.3.3.5.	Objetivos.....	58
3.3.3.6.	Valores institucionales.....	58
3.3.3.7.	Matriz FODA ACCDEPRO S.A.S.....	59
3.3.4.	Estrategias de marketing y ventas	60
3.3.5.	Análisis de la infraestructura	61
3.3.5.1.	Localización.....	61
3.3.5.2.	Infraestructura.....	62
3.3.5.3.	Equipamiento y mobiliario	63
3.3.6.	Ingeniería del proyecto	64
3.3.6.1.	Productos	64
3.3.6.2.	Precio.....	66
3.3.6.3.	Plaza.....	67

3.3.6.4.	Promoción.....	67
3.3.6.5.	Procesos clave.....	67
3.3.7.	Gestión de la empresa.....	69
3.3.7.1.	Estructura administrativa.....	69
3.3.7.2.	Organigrama funcional.....	70
3.3.7.3.	Personal fijo requerido.....	70
3.3.8.	Evaluación financiera.....	70
3.3.8.1.	Inversión actual.....	71
3.3.8.2.	Inversión necesaria.....	71
3.3.8.3.	Costos.....	72
3.3.8.4.	Gastos administrativos.....	73
3.3.8.5.	Gastos de publicidad.....	74
3.3.8.6.	Financiamiento necesario.....	74
3.3.8.7.	Ingresos.....	77
3.3.8.8.	Ingresos proyectados.....	77
3.3.8.9.	Costos y gastos proyectados.....	77
3.3.8.10.	Depreciación de activos fijos.....	77
3.3.8.11.	Estado de situación inicial.....	78
3.3.8.12.	Estado de resultados proyectado.....	78
3.3.8.13.	Flujo de caja proyectado.....	79
3.3.8.14.	Tasa de descuento.....	80
3.3.8.15.	TMAR.....	80
3.3.8.16.	Valor Actual Neto VAN.....	80
3.3.8.17.	Tasa Interna de Retorno TIR.....	81
3.3.8.18.	Periodo de Recuperación de la Inversión PRI.....	81
3.3.8.19.	Beneficio / Costo.....	82
3.3.8.20.	Punto de equilibrio.....	82
3.3.8.21.	Factibilidad financiera.....	83
4.	CAPITULO IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	84
4.1.	Conclusiones.....	84
4.2.	Recomendaciones.....	85

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Elementos del modelo CANVAS	13
Tabla 2. Distribución poblacional de Latacunga por edades	19
Tabla 3. Valores asignados a la fórmula para el cálculo de la muestra	20
Tabla 4. Géneros encuestados	22
Tabla 5. Edad encuestados	23
Tabla 6. Formación académica encuestados	23
Tabla 7. Ocupación laboral encuestados	24
Tabla 8. Necesidad de capacitaciones	25
Tabla 9. Contribución de capacitaciones a la productividad laboral	26
Tabla 10. Contribución de capacitaciones para conseguir empleo	26
Tabla 11. Capacitación como requisito para conseguir empleo.....	27
Tabla 12. Presupuesto para capacitación	28
Tabla 13. Opción para sugerir temas de capacitación.....	29
Tabla 14. Obtención previa de certificaciones.....	29
Tabla 15. Centros de capacitación en Latacunga.....	30
Tabla 16. Factores limitantes para una capacitación.....	31
Tabla 17. Disposición para acudir a un centro de capacitación en Latacunga.....	32
Tabla 18. Cantidad de capacitaciones en un año.....	33
Tabla 19. Perfil de capacitación	34
Tabla 20. Característica decisiva para optar por una capacitación	35
Tabla 21. Precio a pagar por una capacitación.....	36
Tabla 22. Preferencia de horario	37
Tabla 23. Preferencia de ubicación	38
Tabla 24. Aspectos de infraestructura y equipamiento	39
Tabla 25. Recomendación del centro de capacitación	40
Tabla 26. Beneficio por recomendación	40
Tabla 27. Medio para recomendar el centro de capacitación.....	41
Tabla 28. Medio para recibir información y publicidad	42
Tabla 29. Características del cliente de ACCDEPRO S.A.S	45
Tabla 30. Cartera de servicios de ACCDEPRO S.A.S.	46

Tabla 31. Cálculo de la demanda potencial	52
Tabla 32. Cálculo de la demanda proyectada.....	53
Tabla 33. Cálculo de la oferta actual.....	53
Tabla 34. Competencia directa.....	53
Tabla 35. Competencia indirecta.....	55
Tabla 36. Cálculo de la oferta proyectada.....	56
Tabla 37. Cálculo de la demanda insatisfecha proyectada.....	56
Tabla 38. Presupuesto publicidad ACCDEPRO S.A.S.....	60
Tabla 39. Muebles, enseres y equipo de cómputo aulas	63
Tabla 40. Muebles, enseres y equipo de cómputo laboratorio.....	64
Tabla 41. Muebles, enseres y equipo de cómputo área administrativa.....	64
Tabla 42. Servicios: Capacitaciones ACCDEPRO S.A.S.....	65
Tabla 43. Servicios: Certificaciones por competencias ACCDEPRO S.A.S.....	66
Tabla 44. Precio unitario servicios ACCDEPRO S.A.S	67
Tabla 45. Inversión actual ACCDEPRO S.A.S	71
Tabla 46. Gastos de constitución ACCDEPRO S.A.S.....	71
Tabla 47. Inversiones necesarias ACCDEPRO S.A.S.	72
Tabla 48. Mano de obra directa MOD	72
Tabla 49. Prorrateo MOD por participante	72
Tabla 50. Costos directos capacitaciones.....	72
Tabla 51. Costos directos certificaciones.....	72
Tabla 52. Costos indirectos capacitaciones y certificaciones	72
Tabla 53. Costo indirecto por participante.....	73
Tabla 54. Costo total capacitaciones por participante.....	73
Tabla 55. Costo total certificaciones por participante.....	73
Tabla 56. Costo por hora de asesoría o consultoría	73
Tabla 57. Sueldos y salarios.....	73
Tabla 58. Gastos generales.....	74
Tabla 59. Presupuesto publicidad prorrateado	74
Tabla 60. Ingresos ACCDEPRO S.A.S.	77
Tabla 61. Ingresos proyectados ACCDEPRO S.A.S.	77
Tabla 62. Costos y gastos proyectados ACCDEPRO S.A.S.....	77

Tabla 63. Depreciación de activo fijos.....	78
Tabla 64. Estado de situación inicial al 2023.....	78
Tabla 65. Impuesto a la renta proyectado	78
Tabla 66. Estado de resultados proyectado	79
Tabla 67. Flujo de caja proyectado	79
Tabla 68. Tasa de descuento	80
Tabla 69. TMAR	80
Tabla 70. Valores asignados a la fórmula para el cálculo del VAN	81
Tabla 71. Valores asignados a la fórmula para el cálculo del PRI.....	81
Tabla 72. Costos y gastos fijos.....	82
Tabla 73. Punto de equilibrio	83

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Funciones del Plan de negocios	8
Gráfico 2 Funciones del Plan de negocios	8
Gráfico 3 Modelo CANVAS.....	13
Gráfico 4 Género encuestados	22
Gráfico 5 Edad encuestados	23
Gráfico 6 Formación académica encuestados	24
Gráfico 7 Ocupación laboral encuestados.....	24
Gráfico 8 Necesidad de capacitaciones.....	25
Gráfico 9 Contribución de capacitaciones a la productividad laboral	26
Gráfico 10 Contribución de capacitaciones para conseguir empleo	27
Gráfico 11 Capacitación como requisito para conseguir empleo.....	27
Gráfico 12 Presupuesto para capacitación	28
Gráfico 13 Opción para sugerir temas de capacitación.....	29
Gráfico 14 Obtención previa de certificaciones.....	30
Gráfico 15 Centros de capacitación en Latacunga.....	30
Gráfico 16 Factores limitantes para una capacitación.....	31
Gráfico 17 Disposición para acudir a un centro de capacitación en Latacunga....	32
Gráfico 18 Cantidad de capacitaciones en un año	33
Gráfico 19 Perfil de capacitación	34
Gráfico 20 Característica decisiva para optar por una capacitación	35
Gráfico 21 Precio a pagar por una capacitación.....	36
Gráfico 22 Preferencia de horario	37
Gráfico 23 Preferencia de ubicación	38
Gráfico 24 Aspectos de infraestructura y equipamiento	39
Gráfico 25 Recomendación del centro de capacitación	40
Gráfico 26 Beneficio por recomendación	41
Gráfico 27 Medio para recomendar el centro de capacitación.....	42
Gráfico 28 Medio para recibir información y publicidad	43
Gráfico 29 CANVAS ACCDEPRO S.A.S.	44
Gráfico 30 Lienzo propuesta de valor.....	46
Gráfico 31 Imagotipo ACCDEPRO S.A.S.	57

Gráfico 32 Matriz FODA ACCDEPRO S.A.S.	59
Gráfico 33 Macro localización ACCDEPRO S.A.S.	62
Gráfico 34 Macro localización ACCDEPRO S.A.S.	62
Gráfico 35 Macro localización ACCDEPRO S.A.S.	63
Gráfico 36 Simbología utilizada en los flujogramas de ACCDEPRO S.A.S.	67
Gráfico 37 Flujograma del diseño y desarrollo de programas de capacitación	68
Gráfico 38 Flujograma de impartición de cursos de capacitación	68
Gráfico 39 Flujograma de evaluación y certificación por competencias	69
Gráfico 40 Organigrama funcional ACCDEPRO S.A.S.....	70
Gráfico 41 Simulación de crédito parte 1	75
Gráfico 42 Simulación de crédito parte 2	76

INTRODUCCIÓN

1.1. Introducción

Un plan de negocios es fundamental para cualquier tipo de negocio, ya sea que se venda un producto o un servicio, este ayuda a establecer una base sólida para el crecimiento y la sostenibilidad, proporcionando una guía estratégica para enfrentar los desafíos del mercado y alcanzar el éxito empresarial.

A diferencia de una empresa que produce productos, entendiéndose esto como objetos físicos o tangibles, un negocio de servicios puede llegar a depender más de recursos humanos que debes estar altamente calificados y contar con habilidades especializadas para brindar el servicio, manteniendo siempre la calidad en la entrega del servicio y haciendo énfasis en la gestión de la relación con los clientes. El plan de negocios de una empresa es una herramienta mediante la cual se establece de manera textual los objetivos de la empresa, y en concordancia a ellos se enfoca en mejorar los procesos y estrategias administrativas con la finalidad de alcanzar el mejor beneficio económico que sea sostenible y que a la vez aporte al crecimiento de sus socios y colaboradores.

La elaboración del Plan de negocios para la expansión de la Empresa capacitadora ACCDEPRO S.A.S. en la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi, se presenta dentro de la línea de investigación: “Administración y economía para el desarrollo social” y su correspondiente sublínea de investigación: “Estrategias administrativas, productividad y emprendimiento”.

Hoy en día, la capacitación es esencial para el desarrollo y crecimiento de las instituciones, por tanto, es imperativo para el avance profesional de los empleados, ya que, potenciando las capacidades del recurso más valioso dentro de sus instalaciones, logran que cada uno de los colaboradores desarrollen de mejor manera sus labores, optimizando los recursos a su disposición, incrementando la productividad.

Así, el objetivo principal de una empresa que brinda el servicio de capacitación es ayudar a las personas a mejorar sus habilidades, destrezas y conocimientos en una determinada área, ya sea en su carrera profesional o en su vida personal.

El adquirir, renovar o fortalecer conocimientos es parte de la naturaleza del ser humano, por ello un centro de capacitación debe ofrecer un servicio integral que

incluya los conocimientos teóricos y prácticos en un entorno físico o virtual que facilite la comprensión y retentiva, todos estos elementos son necesarios para satisfacer al usuario tanto en la parte cognitiva como emocional por el logro alcanzado.

Un plan de negocios para una empresa de capacitación debe comenzar con una investigación exhaustiva para identificar las necesidades de capacitación en el mercado objetivo y un análisis de la competencia para entender cómo la empresa se puede diferenciar y destacar brindando un servicio de calidad.

1.2. Planteamiento del problema

En el mundo empresarial, contar con un plan de negocios es esencial para establecer una dirección clara y asegurar el éxito a largo plazo, sin embargo, el problema surge debido a que, en el sector de la capacitación, muchas empresas pueden carecer de un plan de negocios sólido y bien definido y en algunos casos puede no existir ningún plan documentado.

Esto puede generar diversos problemas que afectan la calidad de la capacitación ofrecida, así como la capacidad de la empresa para competir en el mercado y lograr una rentabilidad sostenible.

A nivel mundial el problema de la falta de un plan de negocios en empresas de capacitación tiene un impacto significativo en su éxito a largo plazo, según una encuesta realizada por la consultora Company & McKinsey (2018), el 87% de los ejecutivos y gerentes encuestados creen que la capacitación y el desarrollo de habilidades son una prioridad estratégica para sus empresas, sin embargo, solo el 15% de ellos están satisfechos con la calidad de la capacitación ofrecida, por lo que la falta de un plan de negocios sólido que focalice sus servicios y clientes también puede tener un impacto en la rentabilidad y el crecimiento.

Adicional a esto el Banco Mundial (2019), señaló que la falta de capacitación y educación continua puede aumentar la desigualdad de ingresos entre diferentes grupos de la población. Aquellos que no pueden acceder a oportunidades de capacitación y desarrollo profesional pueden quedar rezagados en términos de salarios y oportunidades laborales.

En cuanto a nivel regional la falta de un plan de negocios en las empresas de América Latina hace más probable que se cometan errores costosos y que se tomen

decisiones poco informadas aunado a esto la falta de capacitación y actualización de habilidades puede afectar negativamente la productividad laboral en la región. Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) (2019), la productividad laboral en América Latina es significativamente menor que en otras regiones, lo que afecta la competitividad y el crecimiento económico.

En Ecuador, la falta de un plan de negocios en empresas de capacitación también es un problema importante que afecta su éxito y crecimiento, de acuerdo con un estudio realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) (2018), solo el 4,3% de las empresas ecuatorianas tienen un plan estratégico y solo el 2,2% de ellas tienen un plan de negocios.

Sin un plan claro y bien definido, las empresas pueden tener dificultades para establecer una dirección clara y tomar decisiones estratégicas importantes; siendo esto un problema común, las empresas de la provincia de Cotopaxi no son la excepción, un artículo publicado por el periódico local La Hora (2019), informó que muchas empresas de este tipo no tenían un plan de negocios formal, se citó a algunos empresarios que brindan el servicio de capacitación mismos que señalaron que la falta de un plan de negocios adecuado había dificultado su capacidad para expandirse y obtener nuevos clientes.

Debido a esto, el principal problema que enfrenta el centro de capacitación ACCDEPRO S.A.S. al no tener un plan de negocios adecuado a su situación actual es una baja rentabilidad que dificulta su expansión y obtención de potenciales clientes y socios. La formulación del problema del presente proyecto de desarrollo está enfocada a la siguiente interrogante: ¿Elaborar un plan de contribuirá a expansión de la empresa capacitadora ACCDEPRO S.A.S.?

1.3. Justificación

La justificación para la creación de un plan de negocios para la expansión del centro de Capacitación ACCDEPRO S.A.S., radica en la importancia de tener una estrategia clara y definida para el éxito empresarial, ya que, al tener un plan de negocios bien estructurado, la empresa de capacitación puede establecer sus objetivos, metas, estrategias y planes de acción de manera concisa. Además, ayuda a identificar las oportunidades y amenazas del mercado, lo que permitirá a la

empresa adaptarse a las necesidades y demandas actuales y futuras de los clientes y competidores.

Al contar con un plan de negocios se facilitará definir claramente los cursos y programas de capacitación que se ofrecerán, así como la metodología, materiales y recursos necesarios para brindar una formación de calidad. Adicionalmente, permitirá establecer un presupuesto y una estrategia de marketing para atraer y retener clientes, así como definir los precios y la forma en que se comercializarán los servicios de la empresa.

Por todo lo anterior, el plan de negocios se convierte en una herramienta esencial para establecer una estrategia empresarial efectiva, que permita a la empresa competir y tener éxito en un mercado cada vez más competitivo, logrando alcanzar su expansión, esto se relaciona estrechamente con el objetivo de desarrollo sostenible postulado por las Naciones Unidas (2023) en el acápite ocho: Trabajo decente y crecimiento económico, este propende a mejorar la calidad de vida a través del acceso a empleos adecuados, así también en el objetivo cuatro: Educación de calidad, al tratarse de una empresa de capacitación ACCDEPRO S.A.S. con sus servicios contribuye a que se alcance la meta “aumentar considerablemente el número de jóvenes y adultos que tienen las competencias necesarias, en particular técnicas y profesionales, para acceder al empleo, el trabajo decente y el emprendimiento”.

1.4. Objetivos del proyecto

1.4.1. Objetivo general

Elaborar un plan de negocios para la expansión de la empresa capacitadora ACCDEPRO S.A.S.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar teórica y conceptualmente al plan de negocios y sus elementos a través de la revisión en diferentes fuentes bibliográficas.
- Desarrollar un estudio de mercado que identifique el nivel de demanda potencial y precio de los servicios de la empresa capacitadora ACCDEPRO S.A.S.
- Verificar la factibilidad financiera del plan de negocios para la expansión de la empresa ACCDEPRO S.A.S.

1.5. Beneficiarios

Los beneficiarios de este proyecto de desarrollo se presentan en directos e indirectos.

Beneficiarios directos:

- Profesionales técnicos que desean mejorar sus habilidades.
- Estudiantes de pre grado y post grado de carreras técnicas.
- Socios de la capacitadora ACCDEPRO S.A.S.

Beneficiarios indirectos:

- Proveedores de la empresa ACCDEPRO S.A.S.
- Empleadores que contratan a personal mejor capacitado con más habilidades y conocimientos.

CAPÍTULO I. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1. Antecedentes

En esta sección se han examinado algunos proyectos relevantes que han creado planes de negocio y que comparten algunas similitudes con el tema que se está desarrollando. Estos proyectos fueron analizados exhaustivamente para ser considerados como antecedentes en el presente caso de estudio, con el propósito de ofrecer ideas que puedan ayudar a lograr una conclusión exitosa.

A nivel regional, el autor Pacheco (2018) publicó en Chile, la tesis titulada “Plan de negocio para una empresa de capacitación en competencias laborales”, su autor Pacheco Américo, utilizando un enfoque que se basó en cuatro aspectos: el análisis de macro entorno, el atractivo de la industria, capacidades internas y con un estudio de mercado para conocer en detalle la oferta y la demanda; estableció una estrategia adecuada, un modelo de negocio respaldado del análisis financiero concluyó que no se presentaron variables que impidan el funcionamiento del negocio lo que contribuye a que se aplaquen en parte los problemas de falta de empleo de aquellos que buscan capacitarse.

En Ecuador, el autor Ouedraogo (2020) presento su trabajo con el título “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”, mediante la investigación realizada en diversas fuentes bibliográficas y el estudio de mercado, que se llevó a cabo a través de la aplicación de encuestas a una muestra representativa de la población, elaboró el plan de negocios a fin de establecer las bases para la creación de un centro de capacitación laboral que ofrezca servicios a los propietarios, gerentes y empleados de pequeñas y medianas empresas (PYMES) en la localidad antes mencionada, de forma que se impulse sus actividades comerciales, las conclusiones arrojaron viabilidad financiera para la puesta en

marcha de la empresa y se proporcionó ideas breves sobre el marketing a utilizar para promocionar la misma.

Guapisaca & Chimbo (2022) presentaron en colaboración un proyecto de emprendimiento denominado “Plan de negocios para la expansión de mercado del Supermercado Garcés de la ciudad de Ambato”, su objetivo fue crear un plan de negocio que se enfoque en la expansión del mercado para atraer y satisfacer las necesidades de los clientes potenciales, se utilizaron encuestas para recopilar información de ambateños residentes cerca de la zona donde se sitúa el negocio, para demostrar la preferencia de los consumidores con ello y de acuerdo al estudio financiero, se demostró que el plan era factible porque los indicadores de rentabilidad (TIR, VAN y relación costo- beneficio) resultaron favorables para la empresa.

Los trabajos antes citados contribuyeron a crear y mejorar empresas en sus diferentes ámbitos, en similitud trabajaron investigando el mercado para definir si los objetivos eran viables, de ahí que son importantes para considerarlos como marco de referencia del presente proyecto.

1.2. Bases teóricas

1.2.1. Teoría del plan de negocios

La teoría del plan de negocios es un enfoque estratégico y estructurado que tiene como objetivo principal guiar el proceso de creación, desarrollo y gestión de un negocio. Proporciona un marco conceptual que permite identificar y analizar diversos aspectos clave, como el mercado objetivo, la propuesta de valor, la estrategia de marketing, la estructura financiera y la viabilidad económica.

Así para Moreno (2022) de este modo actúa como una herramienta fundamental para evaluar la viabilidad y el potencial de éxito de una idea empresarial, así como para establecer los objetivos, las estrategias y las acciones necesarias para alcanzarlos.

1.3. Bases conceptuales

1.3.1. Definición del plan de negocios

El plan de negocios es un documento que es el resultado de un proceso de planificación y está escrito de manera clara, precisa y sencilla.

Según Weinberger (2009) este documento sirve como guía para un negocio porque muestra los objetivos que se quieren lograr y las actividades cotidianas que se desarrollarán para alcanzarlos.

1.3.2. Funciones del plan de negocio

Las funciones del plan de negocios se pueden clasificar en dos grupos: internas y externas.

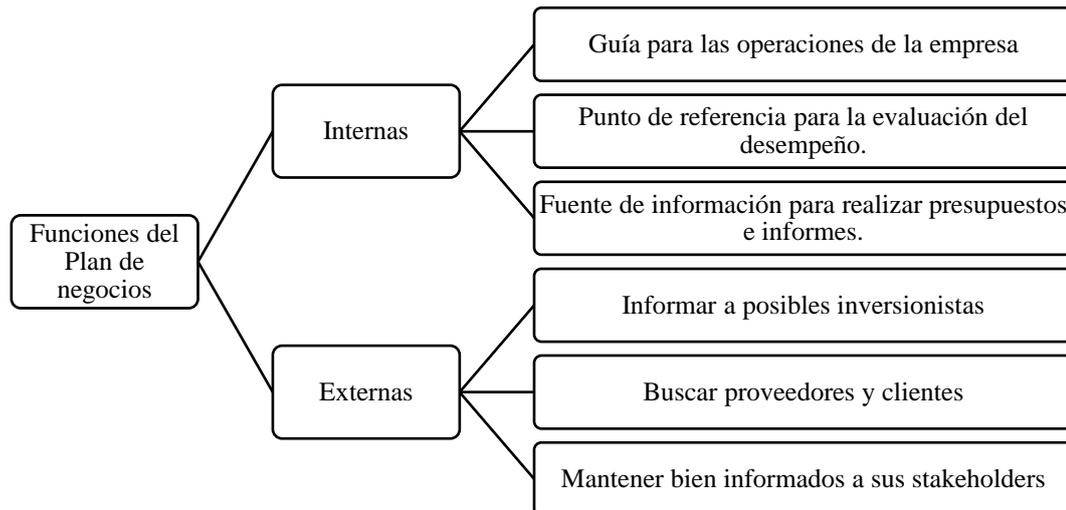


Gráfico 1 Funciones del Plan de negocios
Fuente: Weinberger (2009)

1.3.3. Objetivo, alcance y enfoque del plan de negocios

Como herramienta de planificación el plan de negocios posee su objetivo, enfoque y alcance propios:

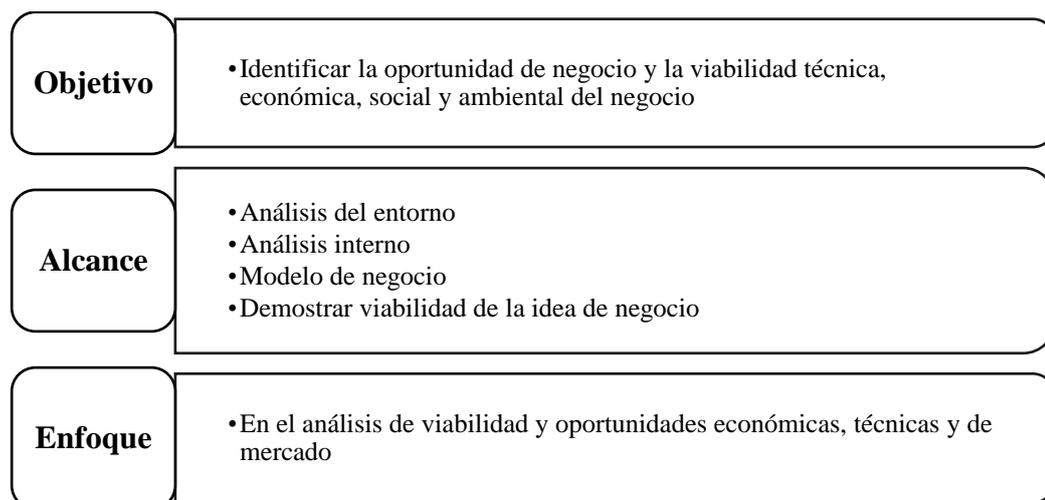


Gráfico 2 Funciones del Plan de negocios
Fuente: Weinberger (2009)

Esto es importante señalar debido a que con lo anterior se distingue al plan de negocios del plan estratégico que comúnmente se confunde, siendo la principal diferencia que el segundo busca establecer la proyección de la empresa en un largo plazo.

1.3.4. Tipos de planes de negocio

Dado que hay muchas alternativas de negocios en el mercado hoy en día, no existe un plan de negocios único que se ajuste para todas las empresas, pudiendo ser estas emergentes con un único fundador hasta empresas familiares históricas que deben mantenerse competitivas. Cada tipo de organización requiere un plan de negocios personalizado.

A continuación, se presentan los cuatro tipos de plan de negocio existentes de acuerdo con Moreno (2022) acompañado de su principal característica:

- **Plan de negocios para un negocio emergente:** Se usa para nuevas ideas de negocios. Sienta los fundamentos para el éxito futuro de una empresa. Como está escrito completamente desde cero, necesita usar datos de la industria actuales y explicar estrategias comerciales y planes de comercialización únicos.
- **Planes de negocios de adquisición:** Los inversores también adquieren negocios existentes, no solo nuevos.
Un plan de negocios para una empresa existente explicará cómo una adquisición cambiará su modelo operativo, qué elementos permanecerán con la nueva propiedad, describir el estado actual del negocio y las razones por las que está a la venta.
- **Plan de negocios de reposicionamiento:** Los directores ejecutivos lo crean para evitar la adquisición, al reposicionar su marca o probar algo nuevo.
En estos planes se reconoce la situación real del negocio, se expresa una perspectiva de futuro, y se describe las razones por las que las empresas deben reposicionarse debido a los cambios en las tendencias del mercado y demandas de los clientes.
- **Plan de negocios de expansión o de negocio en marcha:** Es necesario para una empresa exitosa que se expande a otro lugar, generalmente el proyecto requerirá más inversión y concentrarse en un nuevo mercado objetivo.

Este plan no comienza desde cero al contrario suele basarse en datos existentes.

1.3.5. Modelo de estructura de un plan de negocios para una empresa en marcha

Uno de las estructuras más comunes para un plan de negocios para una empresa en marcha con miras a la expansión incluye al menos siete partes, cada una de estas posee ciertas características mismas que lograrán en conjunto que la empresa dé el salto para su crecimiento.

A continuación, se explica a cada una de las partes:

1.3.5.1. Resumen Ejecutivo

De acuerdo con Weinberger (2009) aquí se incluye la descripción de la empresa, es decir, su historia, un breve análisis de la industria, los productos y servicios ofrecidos, estados financieros y su equipo gerencial.

El resumen ejecutivo es una breve presentación de las partes más importantes del plan de negocios, esta presentación, normalmente no se extiende muchas páginas, ya que es la parte más importante del plan de negocios porque en la mayoría de los casos la única que se lee. Este resumen tiene como objetivo principal despertar la curiosidad del inversionista y como preámbulo lo animará a leer más sobre la idea de negocio, lo que lo atraerá como inversionista potencial.

1.3.5.2. Descripción de la competencia

Se debe de la posición competitiva y del mercado objetivo. “El análisis de la competencia es fundamental y sirve para tomar decisiones, en la medida que se comparen los atributos y características de las empresas o productos que compiten entre sí” (Weinberger, 2009, p.57).

En esta sección el empresario podrá identificar a sus competidores directos, que son aquellos que venden un bien o servicio idéntico o casi idéntico al que ofrece, y a sus competidores indirectos o sustitutos, que buscan satisfacer las mismas necesidades, pero con un bien o servicio diferente.

1.3.5.3. Planeamiento estratégico

Para Weinberger (2009) el plan estratégico de una empresa comienza con una lista de variables que pueden servir como representación de sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (FODA). Se comienza con un listado de las

oportunidades y amenazas que se descubrieron in el análisis del entorno y el análisis de la industria, gracias al estudio o sondeo del mercado, sea para una empresa en marcha o para una nueva iniciativa empresarial. Luego se describen las fortalezas y las debilidades de la empresa o del equipo de gestión.

Cuando se trata de una empresa en marcha, es importante mostrar cuáles son sus recursos, capacidades y habilidades centrales que se utilizarán para crear una posición competitiva en el mercado; porque, haciendo uso de estos elementos, las empresas realizarán mejores actividades que sus competidores, diferenciándose y creando mayor valor para sus clientes.

1.3.5.4. Estrategias de marketing y ventas

Según el portal 100 Plan de Negocios (2023) Todas las actividades de marketing (ventas, publicidad, redes, multimedia, líneas de productos y relaciones públicas) se integrarán en la estrategia de marketing. Cada uno de estos elementos funcionan bien juntos para mejorar la imagen de la empresa y diferenciarse de la competencia.

1.3.5.5. Análisis de la infraestructura

“El análisis de la infraestructura debe centrarse en estimar la calidad y tamaño de las instalaciones necesarias, así como la ubicación geográfica que ellas deben tener” (Peña, 2017, p. 10).

Todo negocio necesita infraestructura para producir y mantener oficinas. Además, necesita equipamiento como maquinaria para el proceso productivo, computadoras y muebles. Esta infraestructura es importante no solo por las operaciones comerciales, sino también por su impacto económico. Muchas veces, el costo de las partes que componen la infraestructura representan un gran porcentaje de los fondos iniciales de una empresa. Por lo tanto, un cálculo erróneo sobre la cantidad y calidad de la infraestructura puede resultar en pérdidas significativas al principio de la empresa.

1.3.5.6. Gestión de la empresa

Una vez que la empresa funciona bien, los dueños suelen contratar un administrador para que se encargue de la organización y se dedique a encontrar oportunidades y crear un plan de negocios para una nueva empresa.

Para Weinberger (2009) el empresario debe tener la capacidad de reconocer sus puntos fuertes y débiles. Si no tiene habilidades de gestión, tendrá que aprender a

elegir a las personas más adecuadas para que la empresa crezca, he allí donde se puede optar por un rediseño de la gestión de la empresa.

1.3.5.7. Evaluación financiera

Es fundamental comprender si el negocio tendrá éxito a largo plazo y si la inversión no perderá dinero. Muchas empresas fracasan o se pierden por no tener claras las cuentas de su economía y finanzas.

En una evaluación financiera de proyectos, se calcularán todos los indicadores económicos que determinarán si es negocio es viable. Los indicadores de evaluación de proyectos más usados según Rodríguez (2022) son:

- Valor Actual Neto (VAN): Es una evaluación financiera de proyectos en la que se deben utilizar los flujos de caja futuros en la situación actual del proyecto y compararlos con la inversión inicial del negocio.
- Tasa Interna de Retorno (TIR): Al calcular el TIR en la evaluación financiera de proyectos se tiene que buscar la tasa de descuento mínima recomendable para el proyecto y así generar un beneficio. (párr.35-37)

1.3.6. Plan de expansión de una empresa

Se define como “un documento que incluye un análisis de la expansión potencial de la empresa, así como el diagnóstico de la factibilidad de esta expansión teniendo en cuenta las características propias de la empresa y el entorno” (Economía 3, 2023, párr.2).

Se debe recordar que es un documento no solo para la empresa, sino también para terceros, por tanto, debe contener detalles mismos que hagan que el lector tenga la impresión de que no se le ha ocultado algo que pueda ser perjudicial para la empresa. Los beneficios de la empresa son más importantes que ocultar información.

1.3.7. Modelo CANVAS

La ACF INTERNATIONAL (2023) indica que el consultor suizo Alexander Osterwalder creó el Business Model Canvas, una herramienta para pensar y crear modelos de negocios.

Sus 9 elementos parten de determinar la oferta de valor frente a la segmentación de clientes luego se establecen los canales de distribución y relaciones determinando

así los ingresos. Posterior se especifican los recursos y actividades esenciales, para plantear los costos. Al final se determinan las alianzas necesarias para operar.

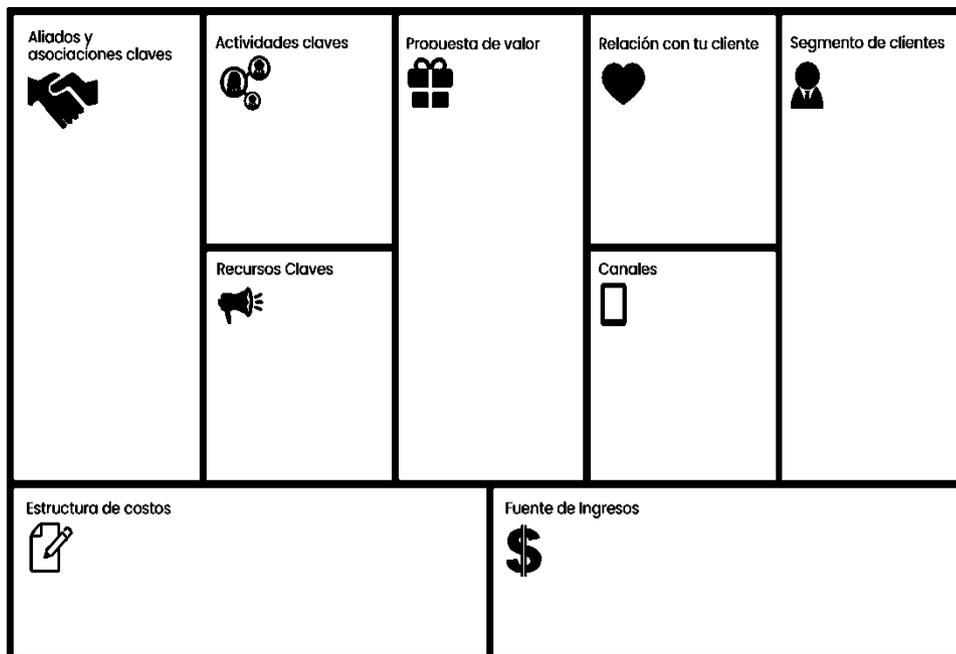


Gráfico 3 Modelo CANVAS
Fuente: (Medina, 2023)

1.3.7.1. Elementos del modelo CANVAS

En la siguiente tabla se detalla cada uno de los elementos que componen el modelo.

Tabla 1. Elementos del modelo CANVAS

Elemento	Descripción
1. Segmento de clientes	Descripción de las características fundamentales que debe tener el comprador ideal (edad, sexo, ubicación geográfica, estrato socioeconómico, intereses, hábitos, motivaciones y cualquier otra característica relevante para comprender al consumidor)
2. Propuesta de valor	En este espacio se establece el o los beneficios que una empresa brinda a sus clientes. Es la ventaja que tiene tu producto o servicio sobre los demás en el mercado
3. Actividades clave	Son aquellas que son necesarias para que la empresa funcione correctamente. Se clasifican según el tipo de modelo de negocio en: plataforma/red, resolución de problemas y producción
4. Aliados clave	Establecer alianzas con proveedores o empresas de servicios ya que permiten la adquisición de recursos o la reducción de riesgos, es importante establecer qué organizaciones, empresas e instituciones gubernamentales pueden colaborar
5. Recursos clave	Explicar los activos tanto físicos, económicos, intelectuales y humanos necesarios, teniendo en cuenta que se pueden obtener, alquilar o comprar los recursos esenciales a los aliados clave

6. Canales	Para proporcionar una propuesta de valor a los diferentes segmentos de mercado, debe explicar cómo la empresa se comunicará con ellos, los canales son la vía mediante la cual se puede conectar con los clientes.
7. Relación con el cliente	Para interactuar con el segmento de clientes, se establece una relación que puede ser personal o automatizada, esto determinará cómo captar, y fidelizar a los clientes
8. Estructura de costos	Se debe especificar los costos fijos y variables, es decir, todos los gastos que tendrás que pagar durante el lanzamiento y puesta en marcha de la empresa
9. Fuente de ingresos	Se puede obtener ingresos del pagos de sus clientes, financiamiento de inversionistas y/o entidades bancarias, ventas de activos, etc.

Fuente: Medina (2023)

1.3.8. Oferta y demanda

“Cuando hablamos de oferta, nos referimos a la cantidad de bienes y servicios que se ponen en venta, mientras que la demanda es la cantidad de dichos bienes y servicios que se desean adquirir” (GCF Global, 2023, párr.2).

Las cantidades y precios de los bienes y servicios que consumimos a diario se entienden entonces como oferta y demanda, recordando que el precio ayuda al consumidor a elegir como administrar su presupuesto y optar por una cierta cantidad de producto o servicio.

1.3.9. Centro de capacitación

Para el portal EducaEdu (2023) un centro de capacitación es una organización que brinda capacitación académica, laboral o profesional con el objetivo de brindar a los estudiantes que desean mejorar su desempeño académico o desarrollarse profesionalmente aquellas habilidades y conocimientos necesarios. El objetivo de los cursos es que los estudiantes adquieran una actualización profesional aplicando lo que han aprendido.

1.3.10. Perfil profesional

“El perfil laboral o profesional es la descripción clara del conjunto de capacidades y competencias que identifican la formación de una persona para encarar responsablemente las funciones y tareas de una determinada profesión o trabajo” (Gobierno de Argentina, 2023, párr.1).

Se utiliza el término perfil profesional para comprender al conjunto de competencias técnicas (conocimientos), metodológicas (habilidades), relacionales

(participación) y personales (rasgos y actitudes) que habilitan a los trabajadores para ingresar a una determinada organización.

1.3.11. Sociedades por acciones simplificadas

“La sociedad por acciones simplificadas es un tipo de compañía que se constituye por una o varias personas naturales o jurídicas” (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2023, párr.2).

El objeto de este tipo de empresas es promover el desarrollo económico del país a través de la formalización de empresas, viabilizando su acceso al crédito y la ampliación de sus procesos de producción.

De acuerdo a la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2023) Las características de las Sociedades por Acciones Simplificadas son:

- Se constituyen mediante un trámite simplificado sin costo.
- Se constituyen ante la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, no ante Registro Mercantil, como los otros tipos de compañías.
- Puede tener uno o más accionistas
- No tiene capital mínimo requerido.
- Se puede dedicar a cualquier actividad mercantil, excepto aquellas actividades que están reguladas por una legislación específica (seguros, mercado de valores, medicina prepagada, etc). (párr. 3)

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

La metodología aplica en el presente proyecto de desarrollo propende describir que es lo que se realizó, en cuanto a las actividades para alcanzar los objetivos planteados previamente en el apartado Introducción, se indica, por tanto, la metodología que fue empleada y los diferentes aspectos que la componen.

2.1. Modalidad o enfoque de la investigación

Toda investigación presentada atiende a un enfoque que puede ser: cualitativo, cuantitativo o mixto.

Para el presente proyecto de desarrollo, se ha utilizado un enfoque mixto ya que se ha recopilado datos sobre los comportamientos del consumidor a través de un instrumento, estos datos se procesaron a través de procesos estadísticos para apoyar el plan de negocios como tal, por tanto, aplica este enfoque.

Según Sánchez (2023) el enfoque cualitativo permite a los investigadores comprender mejor las interacciones sociales mediante la recopilación de datos sobre fenómenos culturales, experiencias vividas, emociones o comportamientos y los significados que las personas les atribuyen.

El enfoque cuantitativo se define como “método estructurado de recopilación y análisis de información que se obtiene a través de diversas fuentes. Este proceso se lleva a cabo con el uso de herramientas estadísticas y matemáticas con el propósito de cuantificar el problema de investigación” (Ortega, 2023, párr. 4).

Por su parte el enfoque mixto “Una investigación mixta integra tanto investigación cuantitativa como cualitativa y provee una aproximación holística que combina y analiza datos estadísticos con perspectivas contextualizadas a un nivel más profundo” (Sánchez Kohn, 2023, párr. 10).

2.2. Tipo de Investigación

Dentro del proyecto de desarrollo se han trabajado principalmente con tres tipos de investigación: investigación documental, no experimental y descriptiva.

Investigación documental “es una técnica de investigación cualitativa que se encarga de recopilar y seleccionar información a través de la lectura de documentos, libros, revistas, grabaciones, filmaciones, periódicos, bibliografías, etc” (Ortega, 2023, párr. 3). Para el presente proyecto se han revisado documentos existentes que dan un preámbulo para analizar la situación actual de ACCDEPRO S.A.S. ya que al tratarse de una empresa en marcha se tuvo una base en sus archivos para partir con la elaboración del plan de negocios. Esta investigación documental corresponde al enfoque cualitativo.

Para Hernández et al. (2014) la investigación no experimental implica que el estudio se realizó sin manipulación, es decir, que a un conjunto de variables se las observó en su medio natural.

Este análisis además puede realizarse tomando información en una sola ocasión, convirtiéndose por tanto en una investigación no exploratoria transeccional, en contraparte si se realizara en diferentes momentos se denominaría investigación no experimental longitudinal. En el caso de este proyecto la investigación fue una investigación no experimental con un diseño transeccional, encontrándose a su vez dentro de la investigación cuantitativa.

La investigación descriptiva “Busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Hernández et al., 2014, p. 98).

Con base a esto los datos recolectados a través del instrumento han permitido medir ciertos aspectos y por ende evaluar un fenómeno, vale recalcar que los mismos han sido previamente definidos a fin que contribuyan al desarrollo del proyecto, realizando un diagnóstico del mercado para evaluar la viabilidad del plan de negocios presentado. Además, es necesario señalar que este tipo de investigación corresponde al enfoque cuantitativo.

2.2.1. Herramientas utilizadas en el proyecto de desarrollo

Adicional al tratarse de un proyecto de desarrollo es necesario resaltar las herramientas que han sido utilizadas para obtener la información y datos necesarios para verificar la viabilidad de la expansión de ACCDEPRO S.A.S. A continuación, se detallan las herramientas utilizadas:

2.2.1.1. Estudio de oferta

Se desarrolló un análisis exhaustivo de la oferta actual en el mercado de la ciudad de Latacunga, consultando a los encuestados si conocen sobre centros de capacitación y detallando a aquellos servicios similares, describiendo a los competidores directos y también los competidores indirectos.

2.2.1.2. Estudio de demanda

Para establecer la demanda previamente se realizó una investigación detallada de las necesidades y preferencias del mercado objetivo, a través de la aplicación de una encuesta se logró determinar el tamaño del mercado y con los datos estadísticos del INEC se estableció el potencial de crecimiento de la demanda a través de los años.

2.2.1.3. Análisis FODA

Con la investigación de los factores internos y externos que afectan la empresa se establecieron las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, esto considerando la realidad actual de ACCDEPRO S.A.S., esta evaluación interna o externa está plasmada en la figura Análisis FODA.

2.2.1.4. Lienzo CANVAS

Se utilizó el Lienzo CANVAS como una herramienta visual para desarrollar y comunicar el modelo de negocio del proyecto de manera concisa y resumida, en este lienzo se identificó los segmentos de clientes, propuesta de valor, canales de distribución, relaciones con clientes, fuentes de ingresos, recursos clave, actividades clave, asociaciones clave y estructura de costos.

La metodología aplicada fue diseñada para ser flexible y adaptarse a las particularidades del proyecto, permitiendo una toma de decisiones fundamentada y la creación de un enfoque sólido y orientado al logro de los resultados esperados.

2.3. Población y muestra

En cada proyecto se establece la población y muestra a fin de que el o los investigadores estudien a ciertos individuos de tal manera que sus resultados puedan usarse para sacar conclusiones que se apliquen a toda la población.

2.3.1. Población

El término población se refiere a al universo de elementos que tienen las características de ser objeto de estudio de un fenómeno en particular, pueden ser

medidos y cuantificados, también se conoce a este término como universo de estudio. “La población debe delimitarse claramente en torno a sus características de contenido, lugar y tiempo” (Toledo, 2023, p.4).

De acuerdo al Instituto Nacional de Estadística y Censos (2010) la población del cantón Latacunga asciende a 170489 habitantes, este conglomerado incluye tanto a población urbana como rural, así como las edades comprendidas entre menos de 1 año a 85 años en adelante

Tabla 2. Distribución poblacional de Latacunga por edades

Rango etario	Habitantes
Menos de 1 a 4 años	16573
De 5 a 14 años	36069
De 15 a 24	33125
De 25 a 34	26648
De 35 a 44	20099
De 45 a 54	14491
De 55 a 64	10316
De 65 a 74	7570
De 75 a 84	4247
De 85 en adelante	1351
Total	170489

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2018)

Para establecer la población de estudio se basó en la distribución de población según edades (ver Tabla 2), considerando que los clientes del centro de capacitación ACCDEPRO S.A.S tienen edades comprendidas entre los 18 a 40 años se tomaron los rangos etarios en los que se incluyen mencionadas edades, lo que finalmente proporciona que existen 79872 habitantes en el cantón Latacunga cuya edad oscila dentro de los 15 a 44 años, a partir de esta población se obtuvo la muestra a fin de aplicar el instrumento y cuyos resultados fueron base para el planteamiento del plan de negocios.

2.3.2. Muestra

Toledo (2023) indica que la muestra es una porción de la población, esta porción debe ser representativa y adecuada, la primera característica se refiere a que refleja las características de la población, por tanto, se requiere de un muestreo probabilístico, la segunda característica en cambio hace referencia a que debe ser cuantitativa y suficientemente grande lo que se refleja en el tamaño de la muestra. Y para Ortega (2023) el muestreo debe cumplir con el requisito de que todos los elementos de la población tengan la misma oportunidad de ser seleccionados para formar parte de la muestra.

2.3.2.1. Muestreo aleatorio simple

Para el presente proyecto, se determinó el tamaño de la muestra con la aplicación de la fórmula del muestro aleatorio simple:

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

Tabla 3. Valores asignados a la fórmula para el cálculo de la muestra

Variable Nomenclatura	- Significado	Valor asignado para el cálculo
n	Tamaño de la muestra	Valor a calcular
N	Tamaño de la población	79872
Z	Nivel de confianza	95% equivale a 1.96 para el cálculo
E	Error de estimación máximo aceptado	5%
P	Probabilidad de éxito de que ocurra el evento	50%
Q	Probabilidad de no ocurrencia del evento	50%

Elaborado por: Velastegui Rosario

$$n = \frac{79872 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (79872 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{76709,0688}{200,6379}$$

$$n = 382,3259$$

De este modo, se identificó una muestra de 383 personas.

2.4. Técnicas e instrumentos

Las técnicas de recolección de datos permiten obtener información relevante sobre los objetos de estudio para analizarlos posteriormente, en el proyecto desarrollado se ha considerado a la encuesta como el principal método para obtener información.

2.4.1. Encuesta

La encuesta se define como “un método de recolección de datos a partir de un muestreo de personas, a menudo con el objetivo de generalizar los resultados para un segmento de población más grande” (Qualtrics, 2023, párr.2).

Esta fuente de información es básica para diferentes tipos de empresas existentes, la encuesta utilizada en la presente investigación es de tipo administrada, pues las respuestas fueron obtenidas en el mismo formato y las preguntas en su mayoría cerradas ya que se proporcionaron opciones de respuesta a cada ítem.

2.4.2. Aplicación de la encuesta

Para este proyecto la aplicación de este instrumento fue por medio de internet, enviado a diferentes personas dentro del rango etario que se estableció en la población, la decisión de hacerlo vía internet atendió principalmente a las ventajas que este medio proporciona mismas que el portal en línea Qualtrics (2023) destaca:

- Ahorro de papel (reduce el impacto ecológico)
- Rápida difusión
- Presentación más amigable
- Los encuestados pueden responder en cualquier momento del día por lo que no hay necesidad de ajustar su horario
- Fácil análisis de datos
- Se elimina el riesgo de equivocarse al registrar un dato erróneo al trasladar las respuestas a una base de datos.

2.4.3. Diseño de la encuesta

La encuesta se ha planteado acorde al formato que se puede visualizar en el Anexo 1, como se observa, las preguntas en su mayoría son cerradas ya que se le presentó al encuestado una lista de opciones dentro de las cuales se debía escoger una respuesta.

2.4.4. Validación de la encuesta

La validación de la encuesta se realizó mediante el juicio experto de un profesional en el área, en el Anexo 2 se puede revisar el documento y los criterios utilizados para validar el instrumento.

CAPÍTULO III. PROPUESTA

3.1. Resultados de la encuesta

Una vez aplicado el instrumento de recolección de datos a la muestra establecida en el Capítulo II, se han obtenido los siguientes resultados mismos que se presentan con su correspondiente interpretación y representación gráfica:

3.1.1. Información preliminar

a. Género

Tabla 4. Géneros encuestados

Alternativas de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	272	71,0
Femenino	111	29,0
Total	383	100,0

Fuente: Encuesta

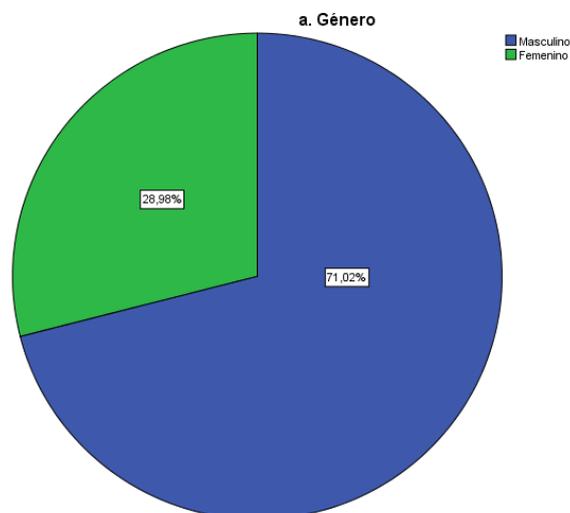


Gráfico 4 Género encuestados

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación de los resultados:

En cuanto a la distribución de género entre los participantes, de los 383 encuestados, el 71% fueron hombres, mientras que el 29% restante fueron mujeres. Esta diferencia puede indicar una mayor participación o interés por parte de los hombres

en el tema abordado en la encuesta por lo que se debe considerar mecanismos para potencia la inclusión de género en el plan de negocios.

b. Rango de edad

Tabla 5. Edad encuestados

Alternativas de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
18 a 24 años	254	66,3
25 a 29 años	28	7,3
30 a 34 años	52	13,6
35 a 39 años	21	5,5
40 años en adelante	28	7,3
Total	383	100,0

Fuente: Encuesta

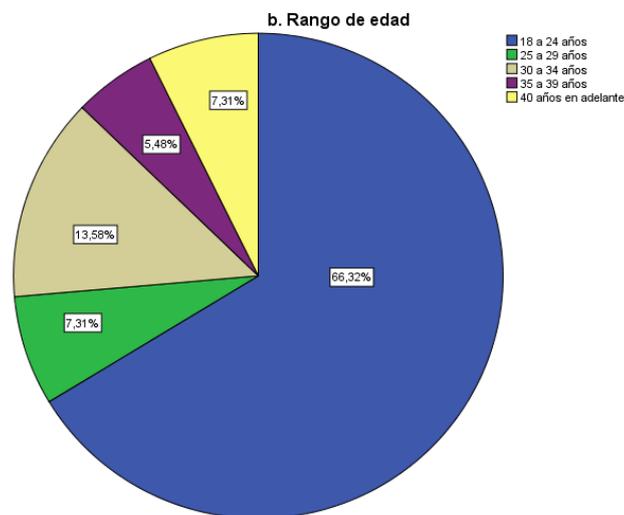


Gráfico 5 Edad encuestados

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación de los resultados:

De los participantes encuestados, el grupo de edad más representado fue el de 18 a 24 años, con un total de 254 encuestados, lo que representa el 66,3% del total de participantes, siendo este un indicativo de que los jóvenes tienen mayor interés respecto a las capacitaciones que brinda ACCDEPRO S.A.S. el grupo etario que siguen con el 13,6% fue de 30 a 34, seguido de 25 a 29 años con el 7,3%, a continuación, el grupo comprendido desde 40 años en adelante con el 7,3, y el que menor representación alcanzó fue de 35 a 39 años con el 5,5%.

c. Formación académica

Tabla 6. Formación académica encuestados

Alternativas de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Bachillerato	250	65,3
Tecnología - Ingeniería	82	21,4
Diplomado - Maestría	51	13,3
Total	383	100,0

Fuente: Encuesta

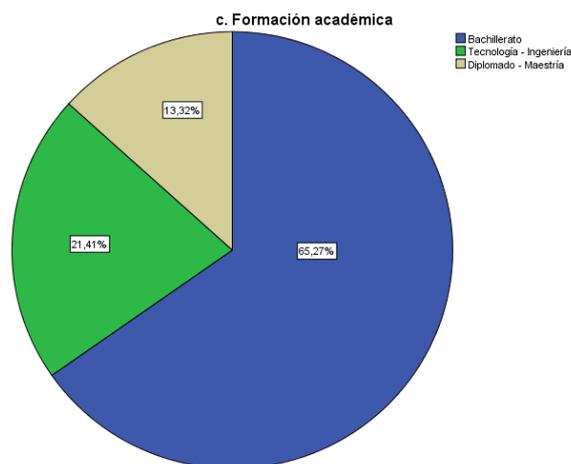


Gráfico 6 Formación académica encuestados

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación de los resultados:

La formación académica más representada fue el bachillerato, con el 65,3% del total de encuestados, esta alta participación puede indicar una mayor accesibilidad y disponibilidad para participar en los servicios que proporciona ACCDEPRO S.A.S. El nivel educativo de tecnología o ingeniería fue el segundo más representado en la encuesta, con un total de 82 participantes, esto es el 21,4% y finalmente con una participación menor del 13,3% se encuentra diplomado o maestría.

d. Ocupación laboral actual

Tabla 7. Ocupación laboral encuestados

Alternativas de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Trabajo en sector público	54	14,1
Trabajo sector privado	124	32,4
Autoempleo / negocio propio	64	16,7
No trabaja	141	36,8
Total	383	100,0

Fuente: Encuesta

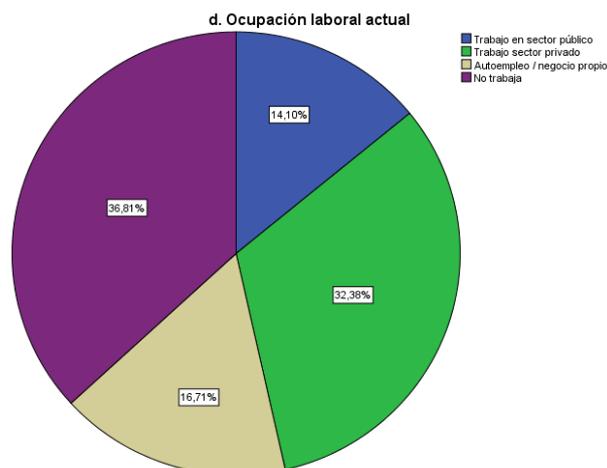


Gráfico 7 Ocupación laboral encuestados

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación de los resultados:

Los resultados de la encuesta muestran una distribución de participantes en diferentes situaciones laborales, empleados en el sector privado representan el 32,4%, en el sector público 14,1%, los participantes en autoempleo o negocio propio tienen una participación del 16,7%, y el 36,8% de los encuestados actualmente no labora.

3.1.2. Cuestionario

1. Adicional a su instrucción formal ¿considera que las capacitaciones en temas específicos son necesarias?

Tabla 8. Necesidad de capacitaciones

Alternativas de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
No	16	4,2
Si	367	95,8
Total	383	100,0

Fuente: Encuesta

1. Adicional a su instrucción formal ¿considera que las capacitaciones en temas específicos son necesarias?

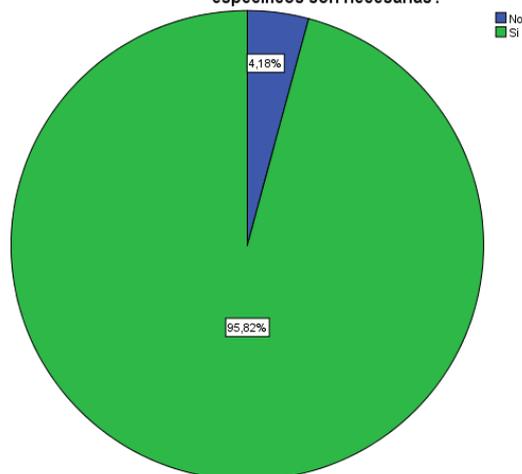


Gráfico 8 Necesidad de capacitaciones

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación de los resultados:

Los resultados muestran que el 4,2% no considera que sea necesario capacitarse, mientras que la gran mayoría de los encuestados, es decir, 95,8%, considera que las capacitaciones en temas específicos son necesarias como complemento a su instrucción formal. Esto refleja una valoración generalizada de la importancia del aprendizaje continuo y el desarrollo de habilidades especializadas para mantenerse actualizado y competitivo. Estos resultados respaldan la relevancia de ofrecer capacitaciones y formación en temas específicos para satisfacer las demandas y necesidades de los encuestados y promover su crecimiento personal y profesional.

2. ¿Piensa que una persona capacitada contribuye a la productividad de la empresa en la que labora?

Tabla 9. Contribución de capacitaciones a la productividad laboral

Alternativas de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
No	41	10,7
Si	342	89,3
Total	383	100,0

Fuente: Encuesta

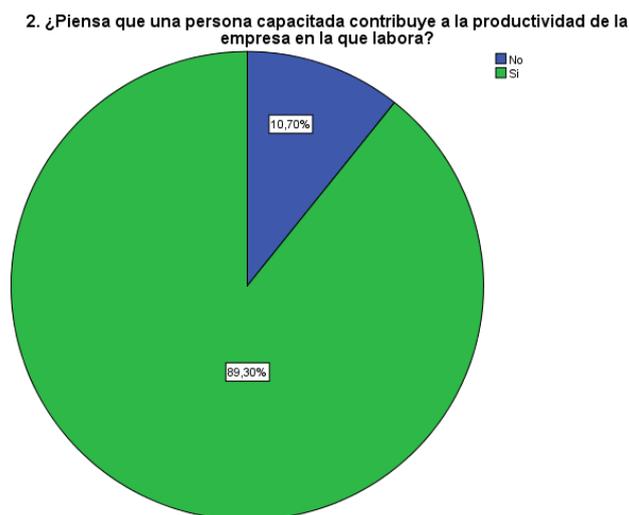


Gráfico 9 Contribución de capacitaciones a la productividad laboral

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación de los resultados:

Los resultados indican que el 10,7% no está de acuerdo con la afirmación respecto a que las capacitaciones contribuyen a la productividad laboral, por su parte la gran mayoría de los encuestados, el 89,3%, cree que una persona capacitada contribuye a la productividad de la empresa en la que labora. Estos resultados respaldan la idea de que la capacitación es un factor clave para mejorar el rendimiento y los resultados en el entorno laboral. Implica la importancia de que las empresas brinden oportunidades de capacitación y desarrollo a sus empleados para aumentar la productividad y el éxito en general.

3. ¿Cree que disponer de cursos y certificaciones facilita conseguir un empleo?

Tabla 10. Contribución de capacitaciones para conseguir empleo

Alternativas de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
No	86	22,5
Si	297	77,7
Total	383	100,0

Fuente: Encuesta

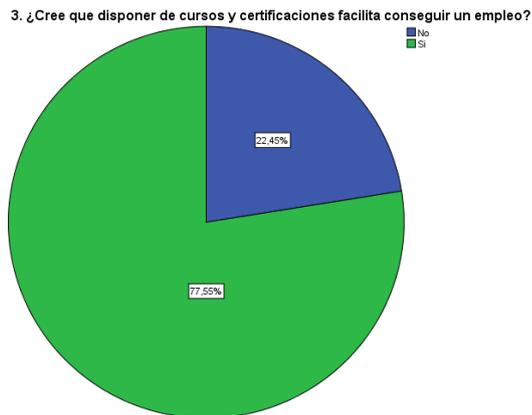


Gráfico 10 Contribución de capacitaciones para conseguir empleo
Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación de los resultados:

El 22,5% de encuestados no cree que estar capacitado contribuya a alcanzar un empleo, mientras que la mayoría de los encuestados, es decir, el 77,5%, cree que disponer de cursos y certificaciones facilita conseguir un empleo. Estos resultados respaldan la idea de que la formación adicional y las acreditaciones alcanzadas a través de certificaciones pueden ser un factor importante para aumentar las oportunidades de empleo y mejorar las perspectivas laborales en el mercado actual.

4. Dentro de los requisitos de alguna oferta laboral ¿ha visto que soliciten al postulante alguna certificación o curso en especial que este avalado por el Ministerio de Trabajo?

Tabla 11. Capacitación como requisito para conseguir empleo

Alternativas de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
No	124	32,4
Si	259	67,6
Total	383	100,0

Fuente: Encuesta



Gráfico 11 Capacitación como requisito para conseguir empleo
Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación de los resultados:

El 32,4% de los encuestados no ha visualizado dentro de los requisitos de una oferta de empleo que al postulante se le solicite alguna certificación o curso avalado por el Ministerio de Trabajo, en contraparte el 67,6% si lo ha visto. Estos resultados respaldan la importancia de contar con certificaciones oficiales y acreditadas para aumentar las posibilidades de éxito en la búsqueda de empleo. Así los postulantes deben considerar obtener certificaciones respaldadas por autoridades competentes para cumplir con los requisitos del mercado laboral y mejorar sus oportunidades de empleo al contar con una validación de las habilidades y competencias, lo que puede generar confianza tanto para los empleadores como para los propios postulantes.

5. En la institución donde labora, ¿se maneja un plan y presupuesto para capacitación de los colaboradores?

Tabla 12. Presupuesto para capacitación

Alternativas de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
No	166	43,3
Si	217	56,7
Total	383	100,0

Fuente: Encuesta

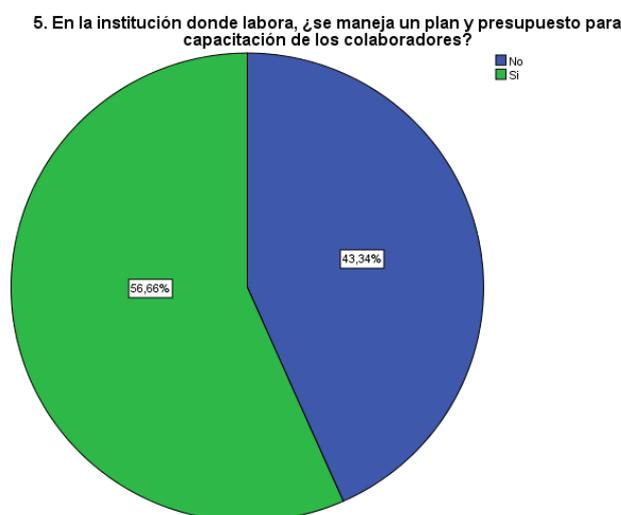


Gráfico 12 Presupuesto para capacitación

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación de los resultados:

La mayoría de los encuestados, es decir, el 56,7%, labora en instituciones donde se maneja un plan y presupuesto para la capacitación de los colaboradores. Esto indica que estas organizaciones valoran y reconocen la importancia de invertir en el desarrollo de habilidades y conocimientos de su personal. Sin embargo, los resultados también señalan que existe un porcentaje considerable de instituciones,

el 43,3%, donde no se maneja un plan y presupuesto para la capacitación, lo que puede indicar áreas de mejora en términos de la importancia que se otorga a la capacitación y el desarrollo del personal.

6. En su trabajo ¿puede usted sugerir temas de capacitación que sean necesarios?

Tabla 13. Opción para sugerir temas de capacitación

Alternativas de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
No	164	42,8
Si	219	57,2
Total	383	100,0

Fuente: Encuesta

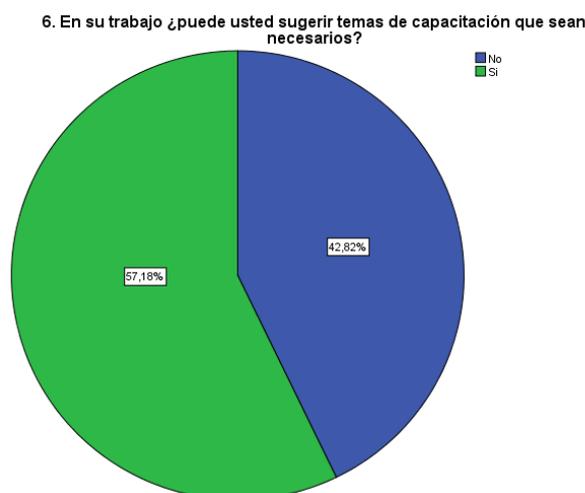


Gráfico 13 Opción para sugerir temas de capacitación

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación de los resultados:

Los resultados indican que la mayoría de los encuestados, el 57,2%, tienen la oportunidad de sugerir temas de capacitación que sean necesarios en su trabajo. Esto refleja un entorno laboral que valora la participación y el aporte de los empleados en el desarrollo de programas de capacitación. Sin embargo, los resultados también señalan que aún existe un porcentaje considerable, el 42,8%, de empleados que no tienen esta oportunidad, lo que sugiere la necesidad de fomentar una cultura de participación y desarrollo profesional en todas las organizaciones.

7. ¿Previamente ha recibido alguna capacitación u obtenido una certificación en alguna institución?

Tabla 14. Obtención previa de certificaciones

Alternativas de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
No	126	32,9
Si	257	67,1
Total	383	100,0

Fuente: Encuesta

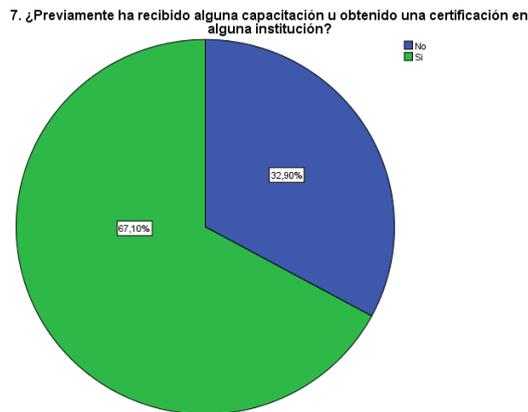


Gráfico 14 Obtención previa de certificaciones
Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación de los resultados:

La encuesta arrojó, que el 67,1% de consultados, ha recibido alguna capacitación u obtenido una certificación en alguna institución anteriormente. Esto muestra un interés por parte de los encuestados en buscar oportunidades de desarrollo y mejora en su carrera profesional. Sin embargo, también se destaca la necesidad de promover la importancia de la capacitación y brindar acceso a programas de formación a aquellos que aún no han tenido la oportunidad de recibir capacitación u obtener certificaciones quienes en esta encuesta representaron el 32,9%.

8. ¿Conoce de instituciones en la ciudad que brinden cursos de capacitación con certificaciones validas por el Ministerio de trabajo?

Tabla 15. Centros de capacitación en Latacunga

Alternativas de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
No	182	47,5
Si	201	52,5
Total	383	100,0

Fuente: Encuesta

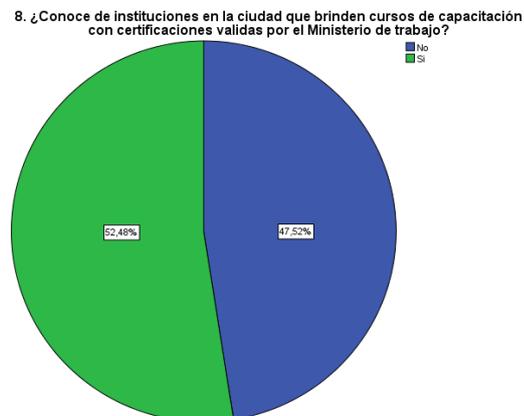


Gráfico 15 Centros de capacitación en Latacunga
Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación de los resultados:

El 52,5% de los consultados están informados sobre la existencia de instituciones en la ciudad que brindan cursos de capacitación con certificaciones válidas por el Ministerio de Trabajo. Mientras que el 47,5% de los encuestados no está al tanto de su existencia. Esto señala la posibilidad de que haya una brecha entre la oferta y la demanda de cursos de capacitación con certificaciones válidas. Si hay un número significativo de encuestados que no conocen las instituciones que brindan este tipo de cursos, puede haber una necesidad de fortalecer la promoción y la accesibilidad de dichos programas a través del planteamiento del presente plan de negocios.

9. ¿Cuál considera es el factor que limita a una persona para que curse una capacitación o alcance una certificación?

Tabla 16. Factores limitantes para una capacitación

Alternativas de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Poca disponibilidad de tiempo	106	27,7
Falta de interés	111	29,0
Costos elevados	92	24,0
No hay suficiente información sobre los beneficios	74	19,3
Total	383	100,0

Fuente: Encuesta

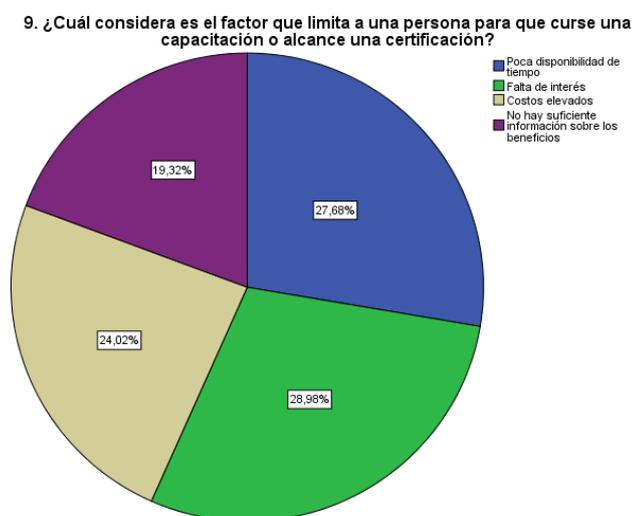


Gráfico 16 Factores limitantes para una capacitación

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación de los resultados:

Las respuestas de los encuestados revelan varios factores que limitan a las personas para cursar una capacitación o alcanzar una certificación. Estos factores son tanto internos como externos que influyen en la decisión de las personas de cursar una capacitación o alcanzar una certificación.

La falta de interés, puede indicar una falta de motivación o relevancia percibida por parte de los encuestados que para esta opción representa el 29%, la poca disponibilidad de tiempo, el 27,7% de los encuestados, puede estar relacionada con las responsabilidades laborales o personales, mientras que los costos elevados, con 24%, pueden ser una limitación financiera, y la falta de información sobre los beneficios con el 19,3% puede reflejar la necesidad de una mejor comunicación y promoción de los programas de capacitación.

10. ¿Estaría dispuesto a acudir a un centro de capacitación ubicado en la ciudad de Latacunga que proporcione certificaciones avaladas por el ministerio de trabajo?

Tabla 17. Disposición para acudir a un centro de capacitación en Latacunga

Alternativas de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
No	16	4,2
Si	367	95,8
Total	383	100,0

Fuente: Encuesta

10. ¿Estaría dispuesto a acudir a un centro de capacitación ubicado en la ciudad de Latacunga que proporcione certificaciones avaladas por el ministerio de trabajo?

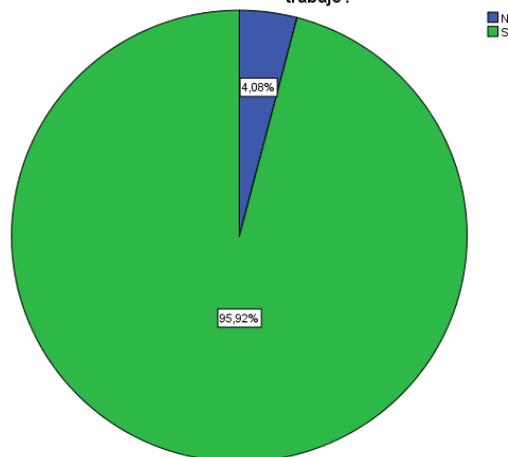


Gráfico 17 Disposición para acudir a un centro de capacitación en Latacunga

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación de los resultados:

Apenas el 4,2% de los encuestados respondieron que no están dispuestos a capacitarse en Latacunga, mientras que por otro lado los resultados más significativos de la encuesta muestran una alta y contundente disposición por parte de los encuestados para acudir a un centro de capacitación ubicado en la ciudad de Latacunga que ofrezca certificaciones avaladas por el Ministerio de Trabajo con un 95,8%. Lo anterior indica una fuerte demanda y la valoración que se le otorga a las certificaciones oficiales avaladas por organismos gubernamentales en el ámbito

laboral, haciendo que sea necesario ofertar programas de capacitación en la ciudad y destacan la importancia de contar con centros de formación confiables y accesibles para los residentes de Latacunga.

11. ¿Cuántos cursos o capacitaciones está dispuesto a recibir en un año?

Tabla 18. Cantidad de capacitaciones en un año

Alternativas de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Uno	98	25,6
Dos	128	33,4
Tres	73	19,1
Cuatro o más	84	21,9
Total	383	100,0

Fuente: Encuesta

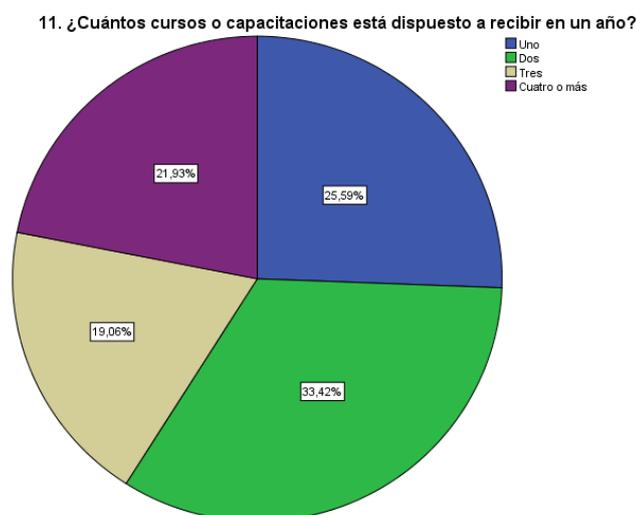


Gráfico 18 Cantidad de capacitaciones en un año

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación de los resultados:

Los resultados de la encuesta muestran una variedad en la disposición de los encuestados para recibir cursos o capacitaciones en un año.

Mientras que algunos de los encuestados, el 25,6%, están dispuestos a recibir solo un curso, otros están dispuestos a participar en múltiples programas de capacitación; el 33,4% se capacitaría por al menos dos ocasiones en el año, el 19,1% lo haría por 3 ocasiones y el 21,9% recibiría cuatro o más capacitaciones en el periodo antes señalado.

Esto indica un interés en el aprendizaje continuo y el desarrollo profesional. Los resultados también sugieren una demanda potencial para ACCDEPRO S.A.S. y la necesidad de ofrecer una variedad de cursos a lo largo del año para satisfacer las necesidades y preferencias de los encuestados.

12. ¿En qué perfil (capacidades o competencias) le gustaría capacitarse - certificarse?

Tabla 19. Perfil de capacitación

Alternativas de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Instrucción en actividades de capacitación	258	67,4
Formación de formadores	17	4,4
Actividades de docencia	11	2,9
Soldadura	8	2,1
Gestión de soldadura	2	0,5
Armado de estructuras metálicas	2	0,5
Mecanizado y construcciones metálicas	4	1,0
Mecatrónica industrial	3	0,8
Mecatrónica automotriz	18	4,7
Mantenimiento electromecánico de vehículos	8	2,1
Enderezamiento y soldadura automotriz	2	0,5
Instalaciones eléctricas	16	4,2
Instalación de equipos y maquinas eléctricas	1	0,3
Instalación y mantenimiento de equipos electrónicos y eléctricos	8	2,1
Prevención de riesgos laborales	13	3,4
Otros	12	3,1
Total	383	100,0

Fuente: Encuesta

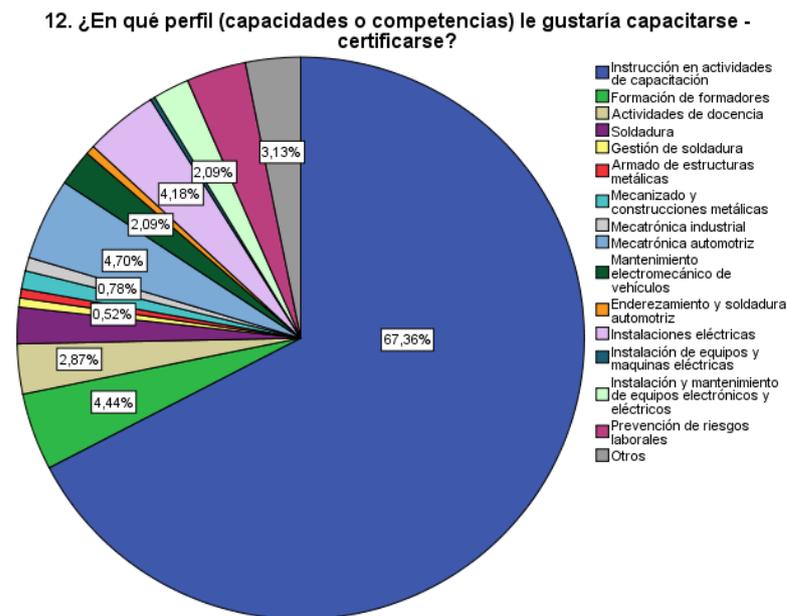


Gráfico 19 Perfil de capacitación

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación de los resultados:

El resultado más destacado es el alto número de encuestados 67,4%, que manifestaron interés en capacitarse y certificarse en actividades relacionadas con la instrucción en actividades de capacitación. Esto indica un deseo por parte de los encuestados de mejorar sus habilidades y competencias para poder desempeñarse como instructores o capacitadores en diversas áreas. Además, se identificaron otros

perfiles y áreas de interés, estos incluyen mecatrónica automotriz 4,7%, formación de formadores 4,4%, instalaciones eléctricas 4,2%, prevención de riesgos laborales 3,4%, actividades de docencia 2,9%, soldadura 2,1%, mantenimiento electromecánico de vehículos 2,1%, instalación y mantenimiento de equipos electrónicos y eléctricos 2,1%, mecanizado y construcciones metálicas 1%, mecatrónica industrial 0,8%, gestión de soldadura 0,5%, armado de estructuras metálicas 0,5%, enderezamiento y soldadura automotriz 0,5%, instalación de equipos y maquinas eléctricas 0,3%, y otros 3,1% (idiomas, administración, agroecología, diseño y renderización, entre otros). Esto permite a ACCDEPRO S.A.S. a considerar estas preferencias en términos de perfiles y áreas de capacitación para adaptar su oferta.

13. ¿Qué característica considera que es el más importante para decidir en qué institución tomar un curso o capacitación?

Tabla 20. Característica decisiva para optar por una capacitación

Alternativas de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Horario flexible	167	43,6
Instructores que gocen de renombre en sus respectivas áreas	17	4,4
Precio accesible	67	17,5
Aulas y laboratorios confortables y equipados	49	12,8
Calidad de materiales para las prácticas	26	6,8
Disponible capacitación virtual	25	6,5
Periodo de acompañamiento posterior a la finalización del curso / capacitación	16	4,2
Pronta entrega de la certificación una vez culminada la capacitación	16	4,2
Total	383	100,0

Fuente: Encuesta

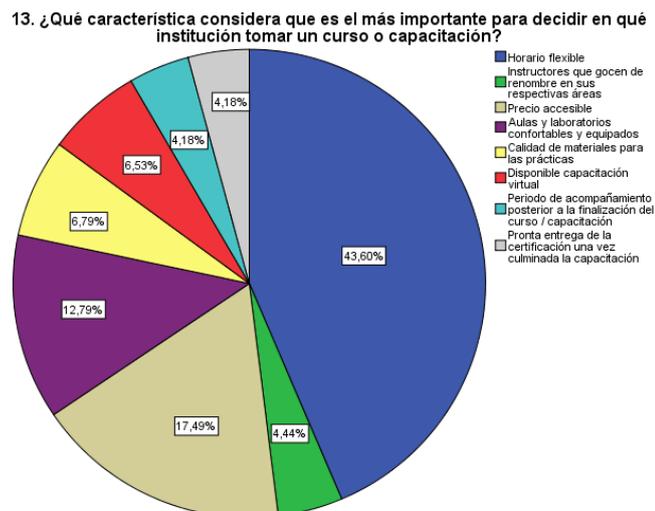


Gráfico 20 Característica decisiva para optar por una capacitación

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación de los resultados:

Los resultados de la encuesta revelan que los consultados consideran el horario flexible como la característica más importante al elegir una institución para tomar un curso o capacitación con el 43,6%, ya que un horario flexible les permite adaptarse mejor a sus compromisos personales y laborales. También se valora las otras características en el siguiente orden: el precio accesible con el 17,5% (los encuestados buscan opciones que se ajusten a su presupuesto y que brinden un buen equilibrio entre calidad y costo), las instalaciones con el 12,8%, los materiales de calidad 6,8%, la disponibilidad de capacitación virtual 6,5%, el renombre de los instructores 4,4%, el período de acompañamiento 4,2% y la pronta entrega de la certificación 4,2%.

14. ¿Qué precio está dispuesto a pagar por una capacitación?

Tabla 21. Precio a pagar por una capacitación

Alternativas de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Entre \$50,00 a \$80,00	300	78,3
Entre \$81,00 a \$120,00	59	15,4
\$121,00 en adelante	24	6,3
Total	383	100,0

Fuente: Encuesta

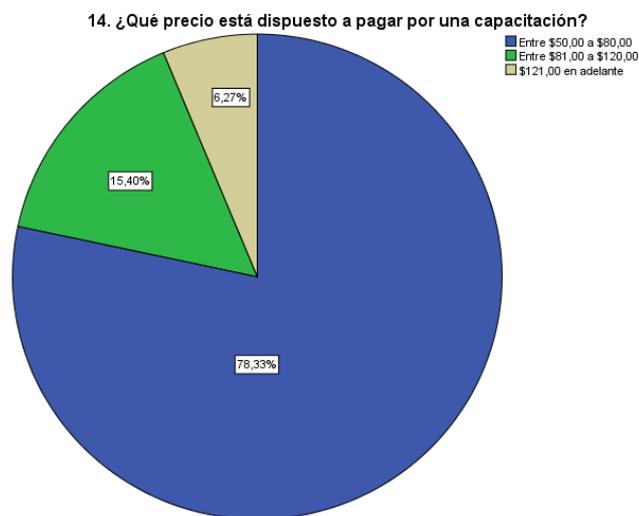


Gráfico 21 Precio a pagar por una capacitación

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación de los resultados:

La mayoría de los encuestados 78,3% indicaron que están dispuestos a pagar un precio de entre 50,00 a 80,00 USD por una capacitación, esto sugiere que hay una preferencia general por precios más bajos y accesibles al momento de considerar opciones de capacitación. Sin embargo, existen algunos encuestados dispuestos a

pagar precios más altos: el 15,4% indicó que estaría dispuesto a gastar un precio de entre 81,00 a 120,00 USD por una capacitación, es decir, considera apropiado un rango de precios ligeramente más alto, pero aún dentro de un rango moderado. Y el 6,3% indicó que estaría dispuesto a pagar 121,00 USD en adelante por una capacitación. Esto indica que hay una minoría que valora la calidad y está dispuesta a invertir más en su desarrollo y formación. Estos hallazgos son útiles para ACCDEPRO S.A.S con ello puede determinar sus estrategias de precios y ofrecer opciones que se ajusten a las preferencias y posibilidades económicas de los encuestados.

15. ¿En qué horario le sería factible recibir una capacitación?

Tabla 22. Preferencia de horario

Alternativas de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Lunes a viernes en la mañana	84	21,9
Lunes a viernes en la tarde	71	18,5
Lunes a viernes en la noche	67	17,5
Sábados y domingos	161	42,0
Total	383	100,0

Fuente: Encuesta

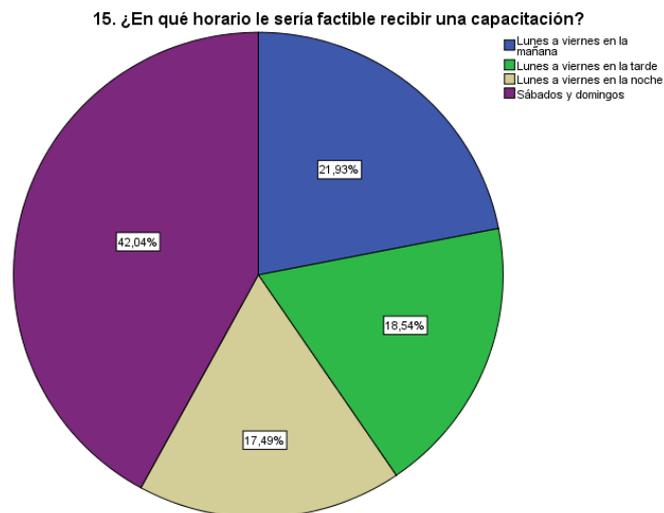


Gráfico 22 Preferencia de horario

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación de los resultados:

La opción más popular entre los encuestados fue recibir capacitación los sábados y domingos, con un 42%, esto indica que una gran parte de los encuestados encuentra factible y conveniente dedicar su tiempo los fines de semana para recibir capacitación. Esta preferencia puede deberse a que los días de semana están ocupados con sus actividades laborales o personales, y los fines de semana les brindan mayor disponibilidad. En cuanto a capacitarse de lunes a viernes la

distribución de respuestas es relativamente equilibrada: en la mañana obtuvo 21,9%, en la tarde 18,5% y en la noche 17,5%. Esto indica que hay un interés y disponibilidad para recibir capacitación durante diferentes momentos del día dentro de la semana. Estos hallazgos pueden ser útiles para ACCDEPRO S.A.S. al planificar sus horarios y ofrecer opciones que se ajusten a las preferencias y disponibilidad de los encuestados.

16. ¿En qué lugar le gustaría que se sitúe el centro de capacitación?

Tabla 23. Preferencia de ubicación

Alternativas de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Centro de la ciudad	298	77,8
Ingreso Norte	42	11,0
Ingreso Sur	43	11,2
Total	383	100,0

Fuente: Encuesta

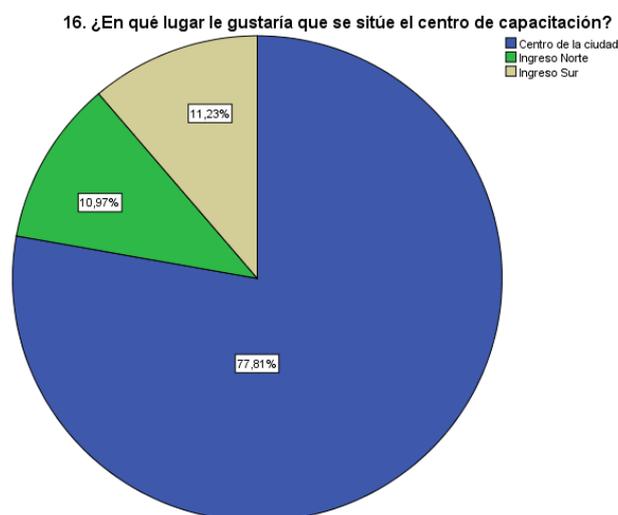


Gráfico 23 Preferencia de ubicación

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación de los resultados:

La mayoría de los encuestados, el 77,8%, prefiere que el centro de capacitación se sitúe en el centro de la ciudad, esto puede estar relacionado con la conveniencia y accesibilidad que ofrece esta ubicación, ya que proporcionar conveniencia en términos de transporte y accesibilidad para los participantes. Sin embargo, también se observa un interés por ubicar el centro de capacitación en los ingresos norte con el 11% y sur 11,2%, lo que sugiere que una parte de los encuestados valora la proximidad a estas áreas específicas. Estos hallazgos pueden ser útiles para ACCDEPRO S.A.S. para evaluar si su ubicación satisface las preferencias y necesidades de los encuestados.

17. ¿Qué aspectos considera importante respecto a la infraestructura y equipamiento de un centro de capacitación?

Tabla 24. Aspectos de infraestructura y equipamiento

Alternativas de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Aulas amplias	288	75,2
Disponibilidad de parqueadero	8	2,1
Acceso a WIFI gratuito	35	9,1
Equipo y mobiliario moderno	47	12,3
Áreas de espera y descanso	5	1,3
Total	383	100,0

Fuente: Encuesta

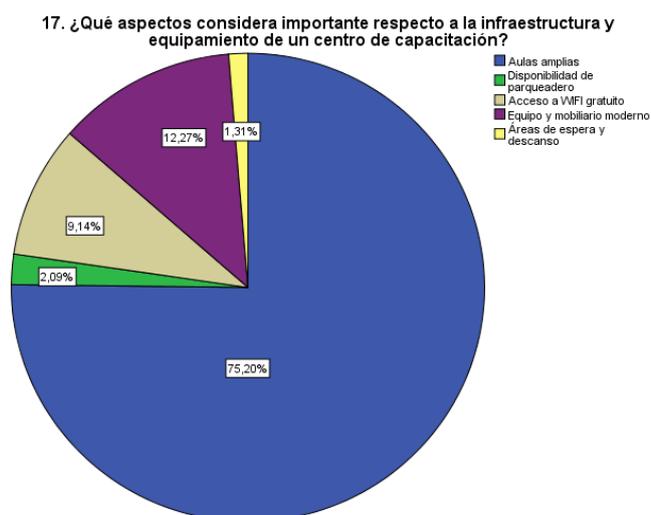


Gráfico 24 Aspectos de infraestructura y equipamiento

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación de los resultados:

El 75,2% de los encuestados considera que aulas amplias son un aspecto importante en la infraestructura y equipamiento de un centro de capacitación pues la mayoría de los encuestados considera que contar con espacios amplios para la capacitación es esencial ya que proporcionan comodidad y facilitan la interacción entre los participantes durante las sesiones de aprendizaje. Otros aspectos considerados importantes son: equipo y mobiliario moderno 12,3% y acceso a WIFI gratuito con 9,1%.

En menor medida, la disponibilidad de parqueadero con el 2,1% y la disponibilidad de áreas de espera y descanso 1,3%, no fueron consideradas como un aspecto de gran importancia. Estos hallazgos pueden ser útiles para ACCDEPRO S.A.S. al diseñar y mejorar sus instalaciones, priorizando los aspectos que los encuestados consideran más relevantes y buscando proporcionar un ambiente adecuado para el aprendizaje.

18. ¿Tras obtener una buena experiencia en cuanto a un curso o capacitación usted la recomendaría a su familiares, amigos y compañeros de trabajo?

Tabla 25. Recomendación del centro de capacitación

Alternativas de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
No	23	6,0
Si	360	94,0
Total	383	100,0

Fuente: Encuesta

18. ¿Tras obtener una buena experiencia en cuanto a un curso o capacitación usted la recomendaría a su familiares, amigos y compañeros de trabajo?

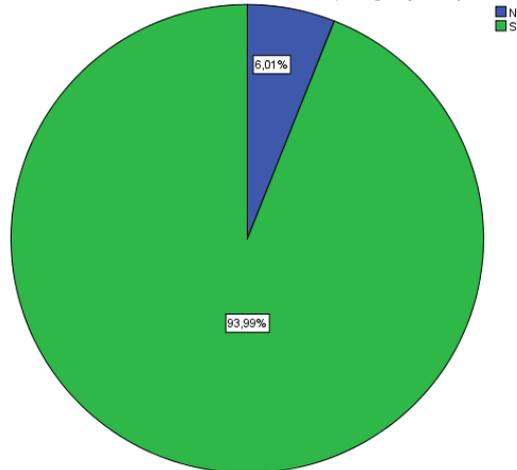


Gráfico 25 Recomendación del centro de capacitación

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación de los resultados:

La gran mayoría de los encuestados, 94% estaría dispuesta a recomendar una capacitación o curso en el que hayan tenido una buena experiencia. Esto demuestra que, ante un nivel alto de satisfacción y confianza en las experiencias de aprendizaje, las personas están dispuestas a compartir sus recomendaciones con sus familiares, amigos y compañeros de trabajo. Y solamente el 6% no lo haría, estos hallazgos subrayan la importancia de brindar experiencias de aprendizaje positivas y de alta calidad para fomentar la promoción boca a boca y el crecimiento de la reputación de los programas de capacitación.

19. ¿Le gustaría recibir un beneficio para su siguiente capacitación en el caso que recomiende el centro de capacitación a un conocido?

Tabla 26. Beneficio por recomendación

Alternativas de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
No	47	12,3
Si	336	87,7
Total	383	100,0

Fuente: Encuesta

19. ¿Le gustaría recibir un beneficio para su siguiente capacitación en el caso que recomiende el centro de capacitación a un conocido?

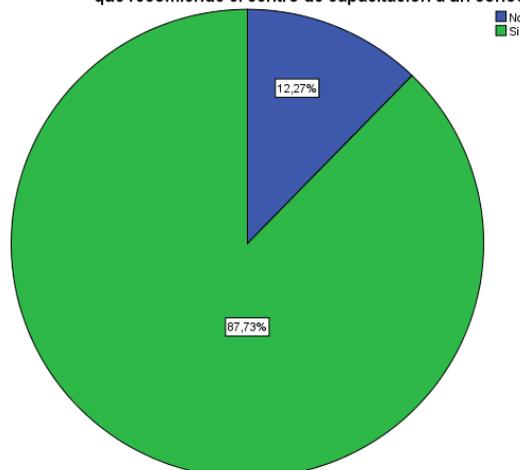


Gráfico 26 Beneficio por recomendación

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación de los resultados:

El 87,7% de los encuestados, indicaron que les gustaría recibir un beneficio para su siguiente capacitación en caso de recomendar el centro de capacitación a un conocido. Con esto se evidencia que los encuestados muestran una motivación para compartir su experiencia positiva y esperan recibir una recompensa en forma de beneficio para su propio desarrollo profesional.

Por otro lado, el 12,3% no está motivado por los incentivos señalados en la pregunta de la encuesta en mención, lo que sugiere que pueden estar más motivados por otros factores en su experiencia de aprendizaje. Estos resultados resaltan la importancia de ofrecer incentivos atractivos para fomentar la recomendación y el boca a boca positivo (entendiéndose a este de la forma tradicional y también como las recomendaciones por medios virtuales), y la necesidad de comprender las preferencias individuales de los encuestados para adaptar las estrategias de beneficios y promoción.

20. ¿Por qué medio recomendaría a sus familiares y amigos sobre su experiencia respecto al centro de capacitación?

Tabla 27. Medio para recomendar el centro de capacitación

Alternativas de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Llamada telefónica	162	42,3
Mensaje texto vía WhatsApp	144	37,6
Redes sociales o	69	18,0
Correo electrónico	8	2,1
Total	383	100,0

Fuente: Encuesta

20. ¿Por qué medio recomendaría a sus familiares y amigos sobre su experiencia respecto al centro de capacitación?

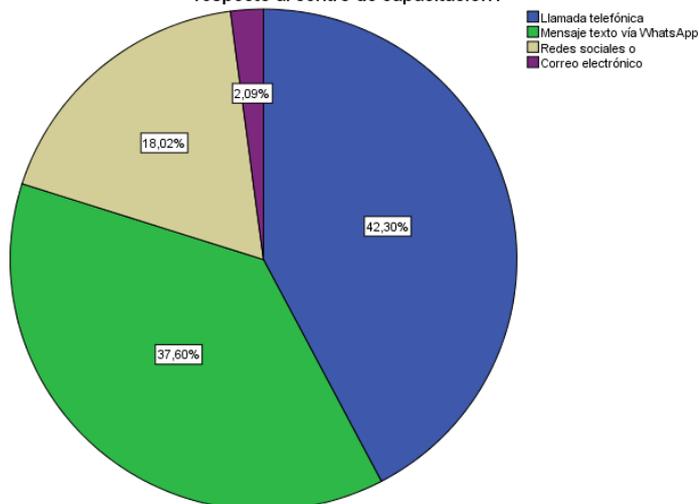


Gráfico 27 Medio para recomendar el centro de capacitación

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación de los resultados:

Los resultados muestran que los encuestados tienen diferentes preferencias en cuanto al medio que utilizarían para recomendar el centro de capacitación a sus familiares y amigos. La llamada telefónica y el mensaje de texto vía WhatsApp son los medios más populares con el 42,3% y 37,6% respectivamente, seguidos de las redes sociales con 18% y finalmente el correo electrónico con 2,1%.

Estos resultados resaltan la importancia de tener una estrategia de marketing integral que aproveche múltiples canales de comunicación para promover y difundir las experiencias positivas de los participantes. Al considerar esto, el centro de capacitación ACCDERPO S.A.S. puede adaptar sus estrategias de promoción y comunicación para maximizar el impacto de las recomendaciones y llegar a un público más amplio.

21. ¿Por qué medio le gustaría recibir información sobre nuevos cursos y certificaciones, así como promociones o descuentos especiales de los servicios de la capacitadora?

Tabla 28. Medio para recibir información y publicidad

Alternativas de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Llamada telefónica	114	29,8
Mensaje texto vía WhatsApp	178	46,5
Redes sociales o	74	19,3
Correo electrónico	17	4,4
Total	383	100,0

Fuente: Encuesta

21. ¿Por qué medio le gustaría recibir información sobre nuevos cursos y certificaciones así como promociones o descuentos especiales de los servicios de la capacitadora?

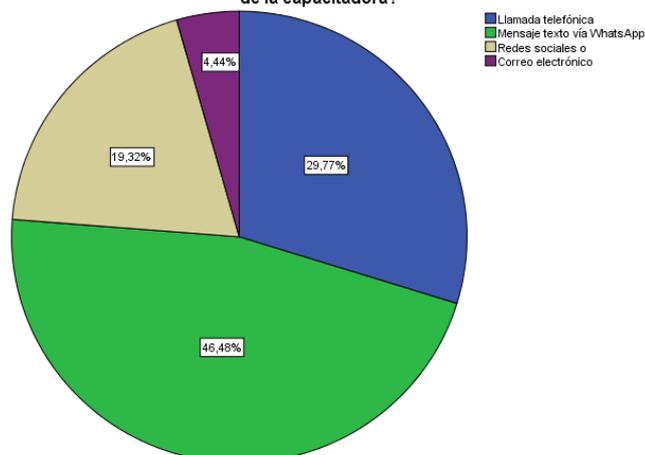


Gráfico 28 Medio para recibir información y publicidad

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación de los resultados:

Los resultados revelan que los encuestados tienen diferentes preferencias en cuanto al medio que les gustaría recibir información sobre nuevos cursos y certificaciones, así como promociones o descuentos especiales de la capacitadora. El mensaje de texto vía WhatsApp es el medio más popular con el 46,5%, seguido de la llamada telefónica con 29,8%, las redes sociales con 19,3% y finalmente el correo electrónico 4,4%. Estos resultados destacan la importancia de utilizar múltiples canales de comunicación para llegar a los participantes de manera efectiva y mantenerlos informados sobre las novedades y beneficios ofrecidos por la capacitadora. Al considerar estas preferencias, la capacitadora ACCDEPRO S.A.S. puede adaptar sus estrategias de comunicación y marketing para garantizar una difusión eficiente y una mayor participación de los interesados en los cursos y certificaciones ofrecidos.

3.2. Modelo CANVAS para ACCDEPRO S.A.S.

Previamente en el apartado de Fundamentación Teórica, se estableció que el modelo CANVAS es una valiosa herramienta para representar y analizar un modelo de negocios. En este instrumento estructurado, se plasman los nueve elementos clave que componen dicho modelo, con el objetivo de presentar de manera clara y concisa la propuesta de valor de ACCDEPRO S.A.S., una empresa enfocada en brindar servicios de capacitación. A través de este lienzo, se visualiza el segmento de clientes al que se dirige, la propuesta de valor ofertada, los canales de

comunicación que serán utilizados para llegar a los clientes, la relación que se establece con los clientes, las fuentes de ingresos generadas, los recursos y las actividades clave que permiten brindar los servicios de capacitación, así como las alianzas estratégicas que respaldan a esta empresa. Además, el lienzo también permite analizar la estructura de costos asociada al desarrollo de la operación. Mediante esta presentación del modelo CANVAS, se busca brindar una visión integral y resumida de ACCDEPRO S.A.S., destacando sus puntos fuertes y el valor diferencial que oferta en el mercado de la capacitación.



Gráfico 29 CANVAS ACCDEPRO S.A.S.
Elaborado por: Velastegui Rosario

3.2.1. Segmento de clientes

Los servicios que presta ACCDEPRO S.A.S. están orientados un segmento de clientes compuesto por una amplia gama de usuarios entre 18 y 40 años que se encuentran en una etapa crucial de su desarrollo profesional. Sus servicios están dirigidos a personas interesadas en mejorar sus habilidades laborales y potenciar su crecimiento en el ámbito laboral. Una de sus principales objetivos como empresa es brindar oportunidades de aprendizaje a aquellos individuos que buscan

certificaciones avaladas por el Ministerio de Trabajo de Ecuador, lo que les brinda mayor reconocimiento y respaldo en el mercado laboral. Los programas y cursos están diseñados para adaptarse a las necesidades y objetivos de este segmento de clientes, ofreciendo contenido relevante y actualizado que les permita adquirir las competencias necesarias para sobresalir en sus respectivas áreas profesionales. ACCDEPRO S.A.S. busca brindar a sus clientes herramientas necesarias para alcanzar sus metas y aspiraciones profesionales.

Tabla 29. Características del cliente de ACCDEPRO S.A.S

Tipo	Variable	Descripción
Localización	Provincia	Cotopaxi
	Cantón	Latacunga
	Tamaño poblacional	79872 habitantes
Situación	Edad	18 a 40 años
	Género	Indistinto
	Estado civil	Indistinto
	Miembros del núcleo familiar	Indistinto
	Ingresos	Al menos una remuneración básica unificada
	Educación	Deseable bachillerato completo
	Actividad laboral	Servidores públicos, empleados privados, trabajadores autónomos, estudiantes (pregrado y posgrado)
Psicográficas	Estilo de vida	Indistinto
	Clase social	Indistinto
	Rasgos de personalidad	Interesado en mejorar sus capacidades y habilidades
Conductual	Frecuencia de compra	Anual / bianual
	Beneficios esperados	Certificación avalada
	Actitud ante el servicio	Positiva, desea aprender adquirir conocimientos para superarse

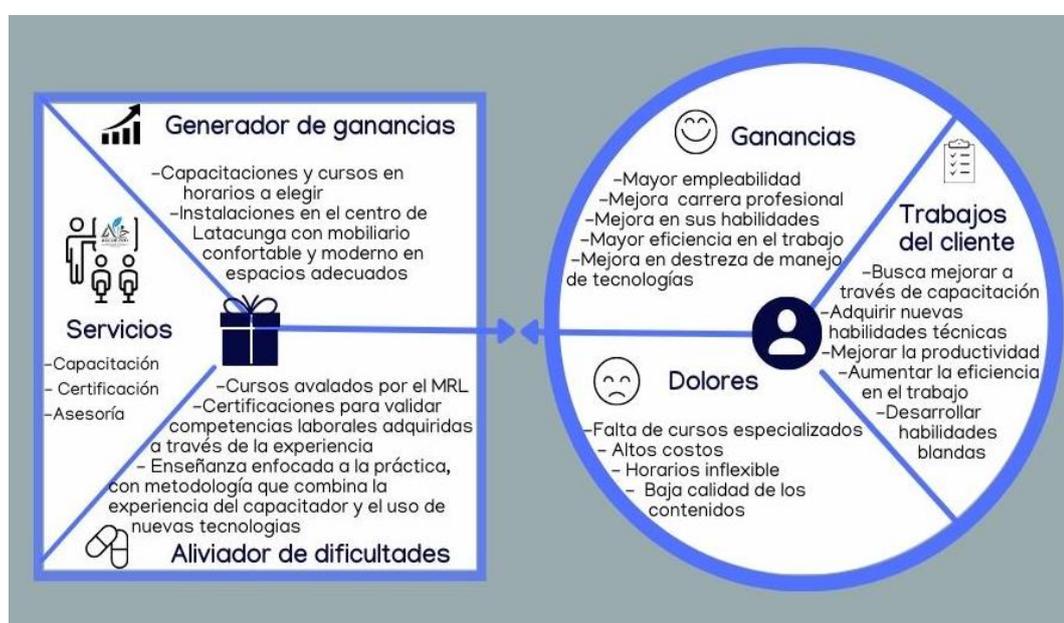
Elaborado por: Velastegui Rosario

3.2.2. Propuesta de valor e innovación

La propuesta de valor de ACCDEPRO S.A.S. se distingue por ofrecer certificaciones avaladas por el Ministerio de Trabajo del Ecuador, lo que garantiza a sus clientes la validez y reconocimiento oficial de sus logros en el ámbito laboral. Los cursos de capacitación innovan al estar diseñados cuidadosamente para mejorar las habilidades laborales del cliente, brindándoles conocimientos prácticos y actualizados que les permitan destacarse en su campo profesional, los cursos o capacitaciones se diseñarán de forma tal que sean lo suficientemente prácticos conjugando la experiencia del capacitador y el uso de las nuevas tecnologías como la realidad aumentada para mejorar la experticia de los participantes o usuarios.

Además, se encuentra estratégicamente ubicado en el centro de la ciudad de Latacunga lo que proporciona un entorno propicio para el aprendizaje, ofreciendo comodidad y accesibilidad al usuario. ACCDEPRO S.A.S., se esfuerza por ofrecer una propuesta de valor integral que combine la validación oficial, la calidad de la capacitación y la conveniencia de su ubicaciones y horarios que facilitan al usuario dividir su tiempo entre sus actividades laborales, familiares y lúdicas, con el objetivo de satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes en su búsqueda de crecimiento y éxito profesional.

3.2.2.1. Lienzo de propuesta de valor



*Gráfico 30 Lienzo propuesta de valor
Elaborado por: Velastegui Rosario*

3.2.2.2. Cartera de servicios

Los principales servicios de capacitación que ACCDEPRO S.A.S. proporciona se muestran a continuación, sin embargo, gracias a las alianzas con operadores de capacitación se puede ampliar a más perfiles.

Tabla 30. Cartera de servicios de ACCDEPRO S.A.S.

Servicio	Observación
Capacitación	Temas detallados en el apartado producto
Certificación	Perfiles detallados en el apartado producto
Asesoría y consultoría	En temas específicos a las capacitaciones

Elaborado por: Velastegui Rosario

3.2.3. Actividades clave

Las actividades clave de ACCDEPRO S.A.S. desempeñan un papel fundamental en el éxito de su negocio de capacitación:

- **Diseño y desarrollo de programas de capacitación:** Constituyen una actividad esencial para adaptar los cursos a las necesidades y demandas del mercado. A través de un enfoque cuidadoso y personalizado, se crean programas que abordan temas relevantes y actualizados, brindando a los participantes las herramientas necesarias para mejorar sus habilidades laborales.
- **Impartición de los cursos:** Es otra actividad clave, donde los instructores altamente calificados llevan a cabo sesiones interactivas y dinámicas para transmitir los conocimientos y fomentar la participación activa de los participantes.
- **Evaluación y certificación de los participantes:** Asegurando que hayan alcanzado los objetivos de aprendizaje establecidos y otorgándoles un reconocimiento oficial por su desempeño y logros.

Estas actividades clave son fundamentales para brindar una experiencia de capacitación de alta calidad y garantizar el crecimiento y desarrollo profesional de los participantes.

Adicional también tiene otras actividades como:

- **Atención al cliente:** Cuyo objetivo es garantizar la satisfacción de los clientes para establecer una relación de fidelidad duradera con ACCDEPRO S.A.S.
- **Administración y contabilidad:** Esta actividad permite a la empresa tener un mayor control de sus operaciones, administrar eficientemente sus recursos y cumplir con las obligaciones ante los diferentes entes de control.

3.2.4. Aliados clave

Las alianzas clave de ACCDEPRO S.A.S. son fundamentales para fortalecer su modelo de negocios de capacitación:

- **Ministerio de Trabajo de Ecuador:** Valida y avala las certificaciones otorgadas por la empresa. Esta colaboración brinda reconocimiento oficial a las certificaciones y respalda la calidad de los programas de capacitación ofrecidos.
- **Empresas y organizaciones:** Con el objetivo de promover la capacitación y generar oportunidades laborales para los participantes. Estas

colaboraciones permiten a ACCDEPRO S.A.S. ampliar su alcance y conectar a los participantes con potenciales empleadores, facilitando su inserción en el mercado laboral.

- **Operadoras de capacitación:** Permiten ampliar el alcance de los servicios ofrecidos y llegar a un público más diverso. A través de estas asociaciones ACCDEPRO S.A.S. puede compartir recursos, experiencias y conocimientos, enriqueciendo así la oferta de programas y cursos disponibles, también brindan la oportunidad de colaborar en el desarrollo de proyectos conjuntos.

Estas alianzas clave son vitales para el éxito de ACCDEPRO S.A.S., ya que agregan valor, credibilidad y oportunidades adicionales a los servicios de capacitación ofrecidos.

3.2.5. Recursos clave

Los recursos clave de ACCDEPRO S.A.S. son fundamentales para el éxito de su negocio de capacitación.

- **Recursos humanos:** Cuenta con instructores altamente calificados y con amplia experiencia en sus respectivas áreas de especialización. Estos instructores desempeñan un papel crucial en la entrega de los cursos, brindando conocimientos y habilidades de manera efectiva a los participantes.
- **Infraestructura y equipamiento:** Dispone de instalaciones adecuadas y equipadas para impartir los cursos de manera cómoda y efectiva. Estas instalaciones brindan un ambiente propicio para el aprendizaje y promueven una experiencia de capacitación enriquecedora. Asimismo, ACCDEPRO S.A.S. se asegura de contar con materiales de capacitación y recursos didácticos actualizados, lo que garantiza la calidad y relevancia de los contenidos impartidos.

Estos recursos clave contribuyen a la excelencia en la entrega de los cursos y al cumplimiento de los objetivos de aprendizaje de los participantes.

3.2.6. Canales

En cuanto a los canales de ACCDEPRO S.A.S., la empresa utiliza diversas estrategias para llegar a su público objetivo. Se emplea la publicidad en medios

tradicionales, pero se hará mayor énfasis en medios digitales como una forma efectiva de promover los servicios de capacitación, alcanzando a un amplio espectro de usuarios interesados. Asimismo, se realiza un enfoque de marketing en redes sociales para llegar de manera directa y personalizada a los potenciales clientes, aprovechando las plataformas más populares y relevantes en el ámbito digital, tales como Facebook, Instagram, TikTok ya que el rango de edad de usuarios oscila entre 18 a 40 años, es necesario llegar a ellos adecuando el contenido a la red social que más usan acorde a su edad. Además, ACCDEPRO S.A.S. establece colaboraciones con empresas y organizaciones, con el propósito de promover la capacitación entre sus empleados. Esta sinergia permite acceder a un público específico y aprovechar la confianza y credibilidad de las organizaciones colaboradoras para difundir los servicios de la empresa.

Mediante estos canales estratégicos, ACCDEPRO S.A.S. logra una amplia cobertura y visibilidad, facilitando el alcance a los clientes potenciales y promoviendo la importancia de la capacitación en el ámbito laboral.

3.2.7. Relación con el cliente

La relación de ACCDEPRO S.A.S. con sus clientes se caracteriza por brindar una atención personalizada y cercana a lo largo de todo el proceso. Durante el proceso de inscripción, se ofrece una atención individualizada, asesorando y guiando a los clientes en la elección de los cursos más adecuados a sus necesidades y metas profesionales. Una vez finalizados los cursos, se realiza un seguimiento posterior para recopilar comentarios y sugerencias, buscando constantemente mejorar la calidad de los servicios y adaptarse a las expectativas de los clientes. Además, ACCDEPRO S.A.S. mantiene una comunicación constante con sus clientes, proporcionando información relevante sobre capacitación y oportunidades laborales que puedan ser de su interés.

Esta relación de confianza y compromiso con los clientes contribuye a fortalecer la reputación de la empresa y garantizar la satisfacción de aquellos que confían en ACCDEPRO S.A.S. para su desarrollo profesional.

3.2.8. Estructura de costos

La estructura de costos de ACCDEPRO S.A.S. se compone de costos directos e indirectos

Costos directos:

- Honorarios de los instructores
- Sueldo responsable de ventas y sus beneficios sociales
- Materiales y recursos didácticos

Costos indirectos:

- Servicios básicos
- Arriendo Instalaciones

Gastos:

- Sueldos del personal administrativo y de servicios diversos
- Mantenimiento de las instalaciones
- Marketing y publicidad, con el fin de promover los servicios de ACCDEPRO S.A.S. y atraer a nuevos clientes.
- Suministros de oficina

Todos estos componentes de la estructura de costos representan inversiones necesarias para garantizar la calidad de los programas de capacitación y el crecimiento continuo de la empresa.

3.2.9. Fuente de ingresos

Las fuentes de ingresos de ACCDEPRO S.A.S. se basan principalmente en los cursos de capacitación, cuyo precio está establecido en 60,00 USD y la certificación por competencias laborales que también se han establecido en un precio de 60,00 USD. Este precio permite adaptarse a las necesidades y presupuestos de los clientes, brindando flexibilidad y accesibilidad en la oferta de capacitación y certificación. Además, ACCDEPRO S.A.S. ofrece servicios adicionales de consultoría o asesoría relacionados con la capacitación, lo que representa una oportunidad adicional de generación de ingresos, a un precio de 20,00 USD por hora. Estos servicios permiten a los clientes recibir asesoramiento especializado y personalizado para abordar necesidades específicas dentro de su entorno laboral. De esta manera, las fuentes de ingresos diversificadas de ACCDEPRO S.A.S. contribuyen a la sostenibilidad y crecimiento de la empresa en el mercado de la capacitación.

3.3. Plan de negocios para ACCDEPRO S.A.S.

Dado que ACCDEPRO S.A.S. es una empresa ya constituida se presenta el siguiente plan de negocios, que contiene siete partes clave necesarias para un

negocio en marcha, cada parte posee algunos aspectos que contribuirán al crecimiento de esta institución. En adelante se establece cada parte a detalle:

3.3.1. Resumen Ejecutivo

El siguiente plan de negocios tiene como objetivo presentar una estrategia integral para el crecimiento y éxito de ACCDEPRO S.A.S., una empresa dedicada a brindar servicios de capacitación con certificaciones avaladas por el Ministerio de Trabajo de Ecuador. Con un enfoque en usuarios entre 18 y 40 años, su objetivo es ofrecer cursos de capacitación que mejoren las habilidades laborales de sus clientes, proporcionándoles una ventaja competitiva en el mercado laboral. Además, sus instalaciones ubicadas estratégicamente en el centro de la ciudad de Latacunga permiten brindar una experiencia de aprendizaje cómoda y accesible. A lo largo de este plan, se abordan los diversos aspectos clave del negocio, con estos se busca alcanzar un crecimiento sostenible y a brindar una experiencia de capacitación excepcional al cliente.

3.3.1.1. Historia ACCDEPRO S.A.S.

La historia de ACCDEPRO S.A.S. se remonta al inicio del emprendimiento de la ingeniera eléctrica Rosario Velastegui y su esposo también ingeniero eléctrico de profesión, quienes comenzaron su actividad económica como persona natural ejerciendo su profesión y brindando capacitaciones bajo el nombre comercial de M&V Ingenieros.

Durante los últimos cinco años, han logrado establecerse en el mercado y generar ingresos a través de estas actividades. En el año 2019, su dedicación y excelencia en la capacitación les valió el reconocimiento del Ministerio de Trabajo del Ecuador, lo que les permitió ofertar capacitaciones y certificaciones por competencias laborales.

Para octubre de 2019, VM Ingenieros ya había certificado a más de mil personas, lo que evidencia su compromiso y éxito en el campo de la capacitación. Con el crecimiento constante de esta área, la decisión de separar las actividades de ingeniería eléctrica de las de capacitación se hizo evidente. Así nace ACCDEPRO S.A.S., una empresa dedicada exclusivamente a la capacitación, respaldada por los socios de VM Ingenieros.

A pesar de ser una empresa relativamente nueva, ACCDEPRO S.A.S. cuenta con el respaldo y la experiencia de sus socios estratégicos y clientes fijos, quienes confían en la calidad de sus servicios de capacitación.

Con el compromiso de seguir brindando una experiencia de aprendizaje excepcional y con el respaldo de su trayectoria en diferentes áreas de enseñanza, ACCDEPRO S.A.S. se posiciona como una empresa prometedora en el mercado de la capacitación, lista para alcanzar nuevos logros y contribuir al desarrollo profesional de sus clientes.

3.3.1.2. Breve análisis de los servicios de capacitación en Latacunga

El mercado de la capacitación en la ciudad de Latacunga cuenta con empresas y proveedores que ofrecen servicios similares a los de ACCDEPRO S.A.S.

Existen diversas instituciones y empresas que ofrecen una amplia variedad de cursos para satisfacer las necesidades de diferentes sectores y perfiles de usuarios. Estos cursos abarcan desde programas de formación técnica especializada en áreas como informática, administración y electricidad, hasta cursos de desarrollo personal y liderazgo, los servicios de capacitación en la ciudad de Latacunga proporcionan a los usuarios una oportunidad invaluable para adquirir nuevos conocimientos, mejorar sus habilidades y aumentar su competitividad en el mercado laboral.

3.3.2. Cálculo de la demanda y descripción de la competencia

3.3.2.1. Demanda potencial actual

Tabla 31. Cálculo de la demanda potencial

Población	Porcentaje afirmativo	Demanda potencial
79872	95,8%	76517

Elaborado por: Velastegui Rosario

El cálculo de la demanda potencial se basa en los datos obtenidos de la pregunta número 10 de la encuesta realizada a una muestra representativa. En dicha pregunta, se consultó a los participantes si estarían dispuestos a acudir a un centro de capacitación en la ciudad de Latacunga que ofreciera certificaciones avaladas por el Ministerio de Trabajo. El 95,8% de las personas encuestadas respondieron afirmativamente a esta pregunta. Extrapolando estos resultados a la población total de 79,872 personas, se estima una demanda potencial de 76,517 individuos interesados en acceder a este tipo de capacitación.

3.3.2.2. Demanda proyectada

Tabla 32. Cálculo de la demanda proyectada

Año	Demanda potencial	Tasa de crecimiento	Proyección demanda(usuarios)
2023	76517	1,88%	77955
2024	77955	1,88%	79420
2025	79420	1,88%	80913
2026	80913	1,88%	82434
2027	82434	1,88%	83983

Elaborado por: Velastegui Rosario

Utilizando la demanda potencial calculada anteriormente, se lleva a cabo una proyección para los próximos cinco años, considerando una tasa de crecimiento poblacional del 1,88% (Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC, 2010).

3.3.2.3. Oferta actual

Tabla 33. Cálculo de la oferta actual

Población	Porcentaje afirmativo	Oferta actual
79872	52,50%	41932

Elaborado por: Velastegui Rosario

Siguiendo la metodología utilizada para calcular la demanda, la estimación de la oferta se basa en la pregunta número 8 de la encuesta. En esta pregunta, se indagó si los encuestados conocen instituciones en la ciudad de Latacunga que ofrezcan cursos de capacitación con certificaciones válidas por el Ministerio de Trabajo. Un 52,5% de los participantes respondieron afirmativamente a esta pregunta, considerando la población total podemos indicar que la cobertura de la oferta actual alcanza a 41932 personas.

3.3.2.4. Análisis de la competencia

La oferta actual a la que hacen referencia los encuestados mencionados en el acápite previo, se debe a la presencia en la ciudad de Latacunga de algunos centros de capacitación cuyo portafolio de servicios se asemeja en ciertas áreas al que posee ACCDEPRO S.A.S. Para el análisis de la competencia actual se distingue la competencia directa y la competencia indirecta.

Tabla 34. Competencia directa

Empresa	Ubicación	Principales cursos / capacitaciones que ofertan	Usuario objetivo
FUNDEL	Latacunga (centro)	Formador de formadores, tributario contable, Ventas, farmacia, Auxiliar parvularia, Cajero Bancario, Compras públicas	Bachilleres Recién graduados de carreras administrativas
Capacítate	Latacunga (noroeste)	Administración de la Economía Popular y Solidaria, Atención al cliente	Bachilleres Recién graduados carreras afines

Dominio	Latacunga (ingreso norte)	Diseño de modas y alta costura, Emprendimiento, Negocios	Bachilleres
CASCEP	Latacunga (ingreso sur)	Prevención de riesgos laborales, Soldadura Auxiliar parvularia, Asistencia contable	Bachilleres
SIEDUCA	Latacunga (norte)	Proceso de calidad en la soldadura, Reparación y mantenimiento de computadoras, Auxiliar de educación parvularia, Estimulación temprana y psicomotricidad, Terapia de lenguaje, Formación de docentes, Community manager Diseño gráfico básico, Asistente administrativo contable	Bachilleres Recién graduados de carreras afines a los cursos ofertados
SOLCONTRI	Latacunga (centro)	Asistencia tributaria contable y laboral, Compras públicas, Cajeros bancarios y comerciales, Excel financiero, Excel básico, Excel intermedio	Bachilleres Recién graduados de carreras administrativas
SECAP	Latacunga (centro)	Metalmecánica, Soldadura, Plomería, Fundición de estructuras, Asistencia contable, Compras públicas, Derecho laboral, Mantenimiento automotriz, Prevención de riesgos, Primeros auxilios, Excel	Bachilleres Personas con experiencia previa afín al curso

Elaborado por: Velastegui Rosario

Al realizar un análisis de la competencia, se identifican algunos actores clave en el sector. En primer lugar, existen empresas establecidas con experiencia y reputación en el campo de la capacitación. Estas empresas han construido relaciones sólidas con clientes y han logrado posicionarse como líderes en el mercado local. Su ventaja competitiva radica en su trayectoria y en la diversidad de cursos y programas de capacitación que ofrecen.

Además, existen otras empresas más pequeñas y nuevas que están ingresando al mercado de la capacitación en la ciudad. Estas empresas buscan destacarse a través de propuestas innovadoras, precios competitivos y enfoques especializados en áreas específicas de capacitación. Aunque pueden carecer de la experiencia y el reconocimiento de las empresas establecidas, su agilidad y enfoque específico pueden atraer a clientes que buscan soluciones más especializadas. En este análisis no se han incluido los centros de capacitación cuya oferta se especializa en preparación previa a exámenes de ingreso universitario dirigido a estudiantes de bachillerato ya que difiere de la oferta de ACCDEPRO S.A.S.

También es importante mencionar la competencia indirecta, que incluye instituciones educativas, como universidades e institutos de formación técnica, estas instituciones tienen la ventaja de contar con recursos y reconocimiento

académico, lo que puede generar confianza en sus alumnos, sin embargo, implica que el tiempo de estudios es mayor, ya que en estas instituciones se obtiene un título de tercer nivel.

Tabla 35. Competencia indirecta

Institución	Ubicación	Carreras que ofertan (Título de tercer nivel)	Usuario
Instituto Superior Tecnológico Cotopaxi Latacunga	Latacunga (panamericana norte)	Seguridad Penitenciaria; Mantenimiento y reparación de motores; Mantenimiento eléctrico y control industrial; Electromecánica; Logística; Floricultura; Desarrollo infantil integral; Gestión territorial del cambio climático; Producción manejo forestal; Contabilidad	Bachiller cuyo objetivo es obtener un título de tercer nivel
Universidad Técnica de Cotopaxi	Latacunga (ingreso norte)	Contabilidad y Auditoría; Administración de Empresas; Gestión de la Información Gerencial; Mercadotecnia; Gestión del Talento Humano; Diseño Gráfico; Comunicación; Trabajo Social; Electricidad; Electromecánica; Ingeniería Industrial; Sistemas de Información; Hidráulica; Agroindustrias; Agronomía; Turismo; Ambiente; Medicina Veterinaria; Pedagogía de la Lengua y Literatura; Educación Básica; Educación Inicial; Pedagogía del Idioma Inglés	
Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE	Latacunga (centro y parroquia Belisario Quevedo)	Automotriz; Mecatrónica; Petroquímica; Electrónica y Automatización; Software; Turismo; Electromecánica; Contabilidad; Mecánica Automotriz; Aeronáutica; Automatización e Instrumentación; Seguridad y Prevención de Riesgos Laborales; Redes Telecomunicaciones	
Instituto Superior Técnico Vicente León	Latacunga (centro)	Desarrollo de software; Marketing digital y gestión de negocios; Seguridad e higiene del trabajo; Administración Financiera; Contabilidad y asesoría tributaria; Diseño gráfico y multimedia	
Instituto Tecnológico Superior Ramón Barba Naranjo	Latacunga (centro - sur)	Desarrollo Integral Infantil; Floricultura; Logística Multimodal; Seguridad Penitenciaria; Atención Primaria de la Salud.	

Elaborado por: Velastegui Rosario

En este contexto competitivo, ACCDEPRO S.A.S. se destaca mediante su propuesta de valor única, que incluye certificaciones avaladas por el Ministerio de Trabajo de Ecuador, cursos de capacitación adaptados a las necesidades del mercado laboral y la ubicación estratégica de sus instalaciones en el centro de la ciudad. Asimismo, el respaldo de sus socios estratégicos y la experiencia acumulada son elementos diferenciadores que le permitan captar y fidelizar clientes.

3.3.2.5. Proyección de la oferta

Aplicando la misma metodología utilizada para estimar la demanda proyectada, se realiza una proyección de la oferta para los próximos cinco años.

Esta proyección se basa en la oferta calculada previamente, considerando una tasa de crecimiento del 1,88% (Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC, 2010).

Tabla 36. Cálculo de la oferta proyectada

Años	Oferta	Tasa de crecimiento	Proyección oferta
2023	41932	1,88%	42720
2024	42720	1,88%	43523
2025	43523	1,88%	44341
2026	44341	1,88%	45174
2027	45174	1,88%	46023

Elaborado por: Velastegui Rosario

3.3.2.6. Demanda insatisfecha

Tabla 37. Cálculo de la demanda insatisfecha proyectada

Años	Demanda proyectada	Oferta proyectada	Demanda insatisfecha
2023	77955	42720	35235
2024	79420	43523	35897
2025	80913	44341	36572
2026	82434	45174	37260
2027	83983	46023	37960

Elaborado por: Velastegui Rosario

Al comparar la demanda proyectada con la oferta proyectada, se puede determinar la existencia de una demanda insatisfecha. El cálculo de la demanda insatisfecha se ha proyectado para los próximos 5 años, tal como se visualiza en la tabla anterior.

3.3.2.7. Capacidad instalada y utilizada

Basándose en el cálculo de la demanda insatisfecha realizado previamente, ACCDEPRO S.A.S. ha establecido la meta de cubrir al menos el 3,24% de esta. Teniendo en cuenta la capacidad de inversión de la empresa y los recursos disponibles por parte de los socios, se proyecta atender a aproximadamente 1140 clientes al año, lo que equivale a un promedio de 95 clientes por mes, considerando tanto las capacitaciones como las certificaciones por competencias.

3.3.3. Planeamiento estratégico

El centro de capacitación ACCDEPRO cuenta con un plan estratégico debido a que permite definir la visión, misión y objetivos claros del centro de capacitación. De esta manera ayuda a establecer una dirección clara y a enfocar los esfuerzos en actividades que sean consistentes con los propósitos y metas de la organización.

3.3.3.1. Imagotipo

El imagotipo creado para ACCDEPRO S.A.S. incorpora la combinación de elementos como estructuras, conocimiento y estudio. Sus elementos forman una figura humana que representa a los usuarios de este centro de capacitación y las

bases sólidas que adquieren para desarrollar sus trabajos con excelencia gracias a la capacitación.



Gráfico 31 Imagotipo ACCDEPRO S.A.S.

Fuente: ACCDEPRO S.A.S.

En cuanto a los colores utilizados se encuentran azul en diferentes tonalidades, gris y negro, de acuerdo a la simbología y psicología del color estos representan:

Azul: se asocia con la confianza, la seriedad y la profesionalidad, transmitiendo una sensación de seguridad y credibilidad.

Gris: evoca estabilidad, neutralidad y equilibrio.

Negro: añade un sentido de elegancia y sofisticación.

En conjunto, los colores utilizados en el logotipo de ACCDEPRO S.A.S. buscan comunicar una imagen de confianza, profesionalismo y solidez en los servicios de capacitación que ofrece la empresa.

3.3.3.2. Slogan

El slogan establecido para ACCDEPRO S.A.S. es: *“Desarrollando habilidades, creando oportunidades”*

Este slogan refleja la propuesta de valor y los beneficios que ACCDEPRO S.A.S. ofrece a sus clientes, así como busca a la vez ser memorable y transmitir los valores de la empresa.

3.3.3.3. Misión

Brindar servicios de capacitación de calidad y certificaciones avaladas por el Ministerio de Trabajo de Ecuador a sus usuarios para que mejoren sus habilidades

laborales, ofreciéndoles programas diseñados para potenciar sus conocimientos y competencias a fin de superarse en el ámbito laboral.

3.3.3.4. Visión

Al 2027 convertirse en el referente principal de capacitación y certificación en la ciudad de Latacunga, siendo reconocidos a nivel nacional por la calidad y excelencia de nuestros servicios, siendo reconocidos su compromiso con el desarrollo profesional de nuestros clientes.

3.3.3.5. Objetivos

Los objetivos de ACCDEPRO S.A.S. son:

- **Brindar capacitación de calidad:** El objetivo principal de ACCDEPRO es ofrecer programas de capacitación de alta calidad, que estén actualizados y sean relevantes para el mercado laboral.
- **Obtener certificaciones reconocidas:** Sus esfuerzos se enfocan en obtener certificaciones avaladas por el Ministerio de Trabajo de Ecuador y otras instituciones relevantes, garantizando la validez y el reconocimiento de los programas de capacitación.
- **Satisfacer las necesidades del cliente:** Brindar una atención personalizada y adaptarse a las necesidades individuales de cada cliente, a fin de superar las expectativas y garantizar la satisfacción de los usuarios.
- **Establecer alianzas estratégicas:** Establecer colaboraciones y alianzas estratégicas con empresas y organizaciones para promover la capacitación entre sus empleados y generar oportunidades laborales para sus graduados.
- **Promover el crecimiento profesional:** Contribuir al crecimiento y desarrollo profesional de los usuarios, brindándoles las herramientas necesarias para avanzar en sus carreras y alcanzar sus metas laborales.

3.3.3.6. Valores institucionales

Los valores institucionales de ACCDEPRO S.A.S. son:

- **Calidad:** Comprometidos a brindar servicios de capacitación de alta calidad, cumpliendo con los estándares más exigentes y buscando la mejora continua sus programas y procesos.
- **Excelencia:** Buscar la excelencia en todo lo que se hace, desde la selección de los instructores hasta el diseño de los programas de capacitación. Se

busca superar las expectativas y alcanzar los más altos niveles de desempeño.

- **Ética:** Actuar con integridad y ética en toda interacción y decisión. Valorar la transparencia, la honestidad y el respeto en las relaciones con los clientes, los socios y la comunidad en general.
- **Adaptabilidad:** Adaptarse rápidamente a los cambios y desafíos del entorno empresarial y del mercado laboral. Abiertos a la innovación y a la adopción de nuevas metodologías y tecnologías para mejorar los servicios.

3.3.3.7. Matriz FODA ACCDEPRO S.A.S.

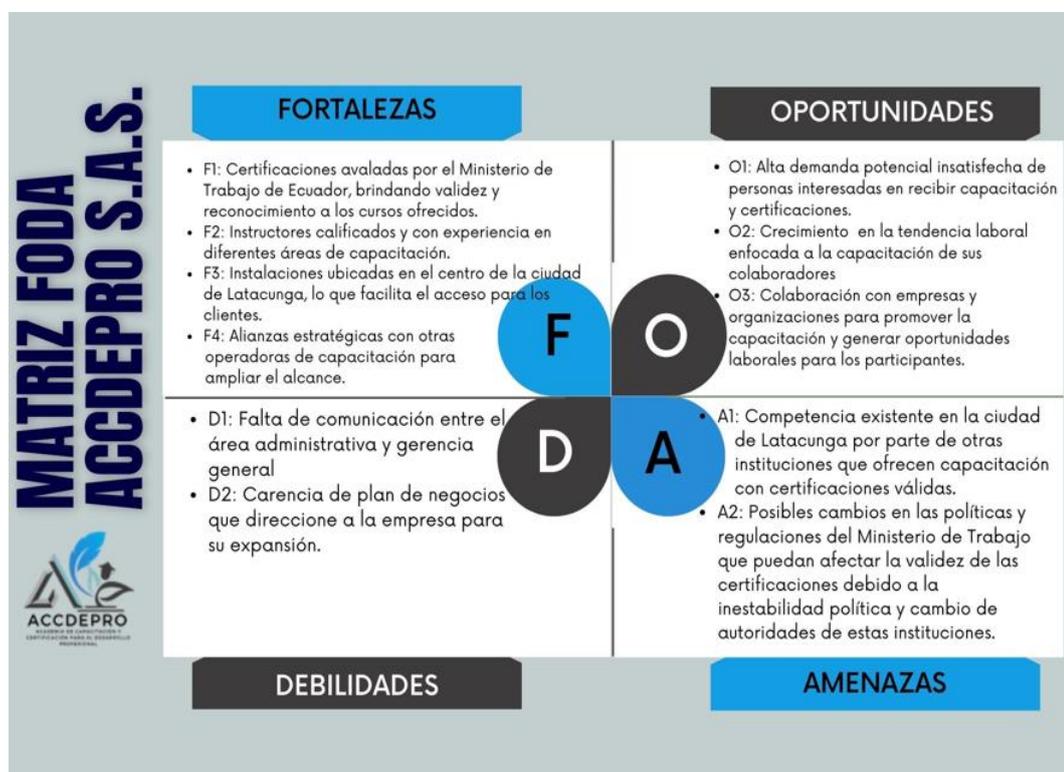


Gráfico 32 Matriz FODA ACCDEPRO S.A.S.

Elaborado por: Velastegui Rosario

La presentación de la matriz FODA para ACCDEPRO S.A.S. es de vital importancia, ya que proporciona una visión clara y concisa de los factores internos y externos que afectan a la empresa. Esta herramienta estratégica permite identificar las fortalezas y debilidades internas de la organización, así como las oportunidades y amenazas que surgen en el entorno empresarial.

Al analizar estos aspectos, ACCDEPRO S.A.S., gestionando adecuadamente sus recursos puede aprovechar sus fortalezas, abordar sus debilidades, capitalizar las oportunidades y mitigar las amenazas.

3.3.4. Estrategias de marketing y ventas

Tabla 38. Presupuesto publicidad ACCDEPRO S.A.S

Rubro	Costo anual USD
Marketing digital	200,00
Desarrollo leads	300,00
Publicidad en medios televisivos locales	180,00
Roll Up y Stand desarmable	120,00
Presupuesto total publicidad	800,00

Elaborado por: Velastegui Rosario

El presupuesto de publicidad de ACCDEPRO S.A.S. incluye lo necesario para llevar a cabo la estrategia de marketing y ventas que incluirá los siguientes elementos:

- **Análisis del mercado objetivo:** Luego de realizada la investigación para identificar el mercado objetivo de ACCDEPRO S.A.S. en función de sus características demográficas, necesidades de capacitación y preferencias de compra. Se estableció el perfil del cliente de ACCDEPRO S.A.S tal como se puede observar en la Tabla 29, siendo por tanto el cliente potencial una persona cuya edad oscila entre 18 y 40 años, con residencia en la ciudad de Latacunga y necesidades específicas de superarse y adquirir conocimientos para mejorar sus capacidades y habilidades capacitación por lo que se muestra positivo ante la propuesta de esta empresa.
- **Posicionamiento de marca:** A través de la promoción destacar las certificaciones avaladas por el Ministerio de Trabajo de los cursos de capacitación, así como la pronta entrega de los certificados, la conveniente ubicación de las instalaciones en el centro de la ciudad de Latacunga, en aulas amplias y confortables que de acuerdo a la investigación de mercado es un factor importante en cuanto a la infraestructura, así lograr posicionar la marca como referente de capacitación en Latacunga en conjunto con la estrategia de comunicación.
- **Estrategia de comunicación:** Con un mayor hincapié en uso de medios digitales, pero también en combinación con medios tradicionales llegar al público objetivo en sus diferentes rangos etarios. Esto incluye el rediseño del sitio web para hacerlo más atractivo y funcional, el uso de redes sociales para promocionar los servicios de capacitación, la publicidad en medios

locales y la participación en eventos y ferias relacionadas con el ámbito de la capacitación y educación formal.

- **Generación de leads:** Implementar estrategias de generación de leads para captar el interés de clientes potenciales. Esto puede incluir la creación de contenido relevante y de calidad, el uso de formularios de contacto en el sitio web a crearse dentro de la estrategia de comunicación.
- **Gestión de relaciones con los clientes y relaciones públicas:** Para mantener un sistema efectivo de gestión de relaciones con los clientes es necesario responder rápidamente a consultas y solicitudes, procurando siempre brindar un trato amable, personalizado y de calidad. Adicional hacer un seguimiento posterior a los cursos para recopilar comentarios y sugerencias, para complementar el marco del servicio post venta se enviará información relevante sobre capacitaciones nuevas y oportunidades laborales.
- **Medición de resultados y ajustes:** Para que sea posible identificar puntos de mejora, ajustes y acciones que deben ajustarse dentro de las estrategias de marketing y ventas, se establecerá un plan de seguimiento en el que se analizarán los resultados obtenidos cada cuatrimestre.

Al desarrollar una estrategia de marketing y ventas integral que abarque estos aspectos, ACCDEPRO S.A.S. podrá aumentar su visibilidad, atraer y retener clientes, y lograr un crecimiento sostenible en el mercado de la capacitación.

3.3.5. Análisis de la infraestructura

El análisis de la infraestructura permite analizar la viabilidad técnica de las iniciativas de expansión, adquisición de equipos o mejora de infraestructura. Esto ayuda a asegurar que los recursos y la inversión necesarios estén disponibles y sean adecuados para llevar a cabo las operaciones de la empresa.

3.3.5.1. Localización

Como ya se estableció previamente lo más ventajoso es mantener las instalaciones de ACCDEPRO S.A.S. en la zona centro de Latacunga, así por tanto la macro localización se entiende que estará en la cabecera cantonal, mientras que la micro localización establece la dirección exacta en las calles Antonio José de Sucre y Amazonas.

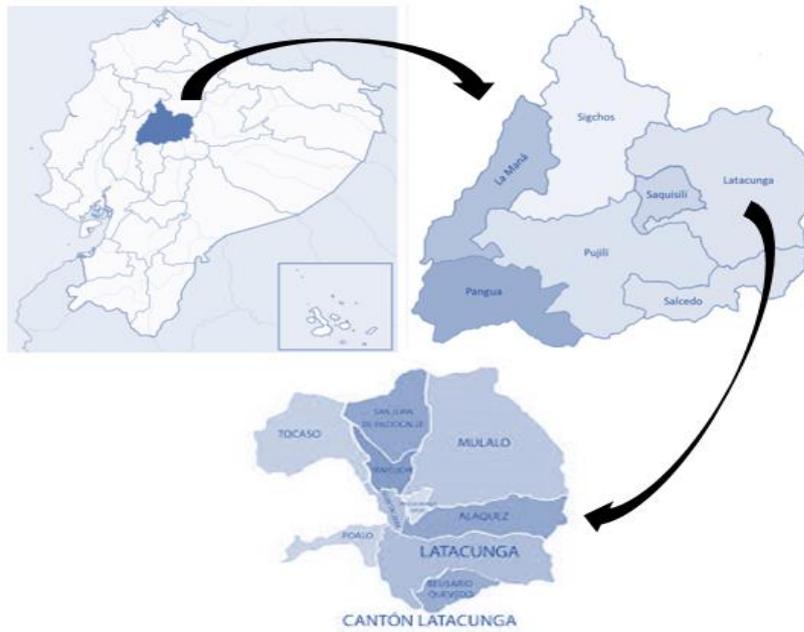


Gráfico 33 Macro localización ACCDEPRO S.A.S.
Elabrado por: Velastegui Rosario

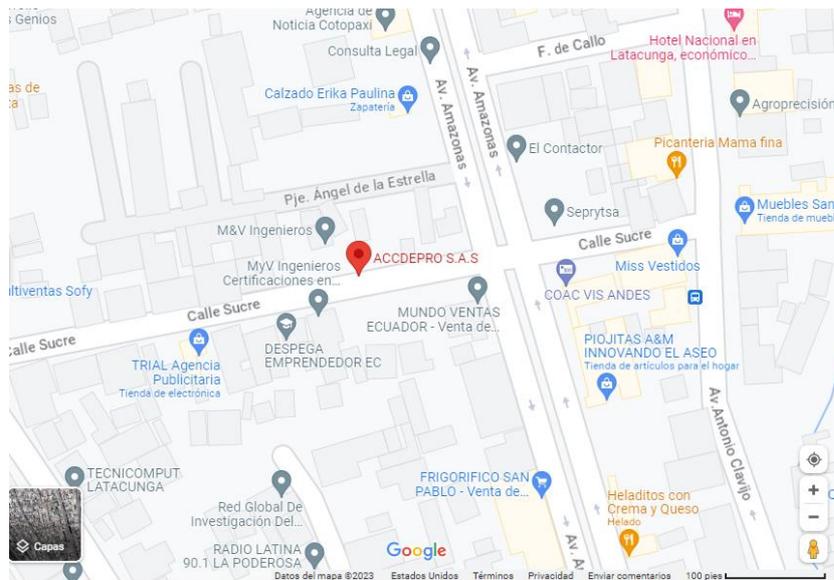


Gráfico 34 Macro localización ACCDEPRO S.A.S.
Fuente: Google Maps (2023)

Adicional, los motivos para mantener la ubicación actual de ACCDEPRO S.A.S. son la presencia de todos los servicios básicos, cercanía a zona comercial y financiera, alta afluencia de transeúntes y fácil acceso de vehículos particulares y de servicio público.

3.3.5.2. Infraestructura

El local en el que ACCDEPRO S.A.S. desarrolla sus actividades operativas y administrativas se encuentra ventajosamente ubicado en el centro de la ciudad de

Latacunga, con un canon de arrendamiento de 200,00 USD estipulado en el contrato establecido con el propietario del bien inmueble, de acuerdo con los resultados de la investigación de mercado, la mayoría de personas consultadas con el 77,8% prefieren que la ubicación sea en la zona céntrica, motivo por el cual se ha decidido continuar en estas instalaciones, ya que el espacio es adecuado tanto para mantener aulas y oficinas confortables, para implementar un aula, sala de espera, sala de reuniones y espacio para ventas será necesario contratar el local adyacente disponible en la misma edificación por un valor adicional de 150,00 USD; dando un total de 350,00 USD mensuales por concepto de arrendamiento. La nueva distribución física de ACCDEPRO S.A.S. se puede visualizar en el gráfico a continuación:

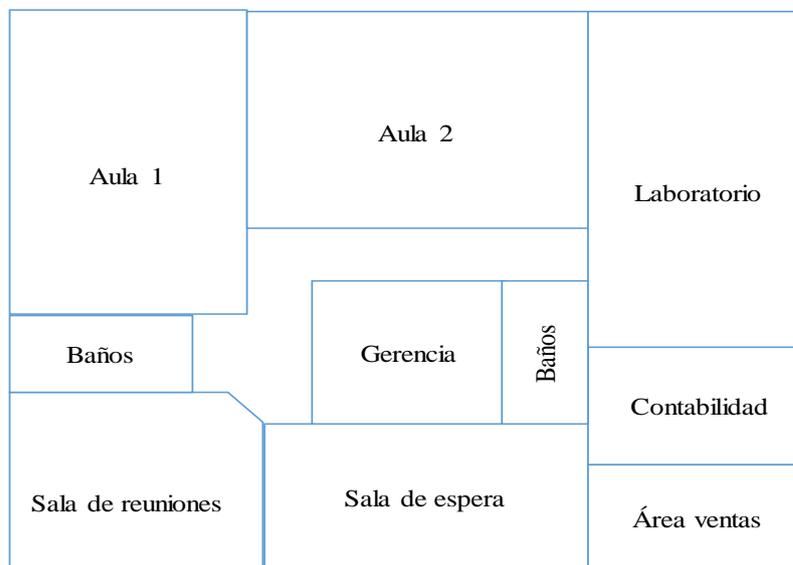


Gráfico 35 Macro localización ACCDEPRO S.A.S.
Fuente: Google Maps (2023)

3.3.5.3. Equipamiento y mobiliario

El equipamiento necesario para que ACCDEPRO S.A.S. lleve adelante sus operaciones en sus diferentes áreas se detalla a continuación:

Tabla 39. Muebles, enseres y equipo de cómputo aulas

Rubro	Cantidad	Costo unitario USD	Costo total USD
Escritorios y sillas	50	48,00	2400,00
Escritorio y silla instructor	2	120,00	240,00
Basurero	2	5,00	10,00
Laptop	2	700,00	1400,00
Pizarra digital	2	1500,00	3600,00
Infocus	2	300,00	600,00
Total			7650,00

Elaborado por: Velastegui Rosario

Tabla 40. Muebles, enseres y equipo de cómputo laboratorio

Rubro	Cantidad	Costo unitario USD	Costo total USD
Escritorios y sillas	25	48,00	1200,00
Escritorio y silla instructor	1	120,00	120,00
Computador todo en uno	20	600,00	12000,00
Laptop	1	700,00	700,00
Infocus	1	300,00	300,00
Pizarra digital	1	1500,00	1500,00
Basurero	1	5,00	5,00
Herramientas y equipo prácticas	1	2000,00	2000,00
Kit realidad virtual gafas + guantes	6	150,00	900,00
Total			18725,00

Elaborado por: Velastegui Rosario

Tabla 41. Muebles, enseres y equipo de cómputo área administrativa

Rubro	Cantidad	Costo unitario USD	Costo total USD
Escritorio y silla giratoria	3	205,00	615,00
Sillas usuarios	6	50,00	300,00
Archivadores	3	70,00	210,00
Mesa reuniones con 8 sillas	1	750,00	750,00
Pizarra transportable	1	250,00	250,00
Basureros	3	5,00	15,00
Sala espera	1	250,00	250,00
Mesa auxiliar	2	120,00	240,00
Impresora	2	180,00	360,00
Laptop	3	700,00	2100,00
Cafetera	1	45,00	45,00
Total			5135,00

Elaborado por: Velastegui Rosario

3.3.6. Ingeniería del proyecto

En este apartado se establecen los recursos necesarios para el desarrollo adecuado de las actividades de capacitación y tareas administrativas que permitan cumplir los objetivos planteados en la planificación estratégica de ACCDEPRO S.A.S.

3.3.6.1. Productos

Los productos de ACCDEPRO S.A.S. los componen sus servicios que se dividen en 3 grupos principales:

Capacitaciones: ACCDEPRO S.A.S., brinda una amplia gama de cursos en diversas áreas, que van desde habilidades blandas hasta tecnológicas, con el objetivo de ayudar al cliente a desempeñarse de manera eficaz en su campo profesional. Su equipo de expertos altamente capacitados se dedica a enseñar con pasión y compromiso, brindando a cada usuario los conocimientos necesarios para su crecimiento y desarrollo. Sus cursos se destacan principalmente por su enfoque práctico y utilizando metodologías innovadoras se logra que el proceso de aprendizaje sea dinámico y efectivo. Considerando la investigación de mercado, se

presentarán horarios de los cursos para llevarse a cabo dos grupos en fin de semana, y un grupo de lunes a viernes. Cada uno con 25 participantes.

Tabla 42. Servicios: Capacitaciones ACCDEPRO S.A.S

N°	Área laboral	Tema de capacitación	
1	Seguridad laboral	Prevención de riesgos laborales	
2		Prevención en trabajos en alturas	
3		Trabajo en espacios confinados	
4		Prevención de riesgos psicosociales en el trabajo	
5		Prevención de riesgos eléctrico	
6		Prevención de riesgos laborales en establecimientos de salud	
7		Prevención de riesgos, seguridad industrial y salud ocupacional	
8		Educación vial para una adecuada conducción defensiva de vehículos	
9		Brigada de primera respuesta	
10		Brigadas contra incendio	
11		Brigadas de emergencias	
12		Primeros auxilios en zonas agrestes	
13		Primeros auxilios básicos	
14		Gestión de residuos peligrosos	
15		Supervisión de control de calidad en higiene ambiental hospitalaria	
16		Actividades de vigilancia y seguridad privada	
17		Operación segura de montacargas	
18		Defensa personal	
19		Aparejadores en izaje de cargas	
20	Agroindustria	Auditoría interna en BPM y HACCP en plantas de alimentos	
21		Buenas prácticas de manufactura de alimentos procesados (BPM)	
22		Calidad e inocuidad alimentaria (PPR - HACCP)	
23	Automotrices	Electricidad y electrónica automotriz	
24		Sistemas de inyección electrónica a gasolina	
25	Técnicas	Instalación de cámaras de video vigilancia CCTV y mini cámaras	
26		Instalación de equipos de domótica y casas inteligentes	
27		Instalaciones eléctricas residenciales	
28		Instalación y diseño de sistemas con paneles fotovoltaicos	
29		Instalación, mantenimiento y reparación de redes de fibra óptica GPON	
30		Diseño y armado de centros de carga residenciales y gabinetes de mando y control eléctrico industriales	
31		Conexión, programación y puesta en marcha de variadores de frecuencia	
32		Neumática aplicada a la industrial	
33		Refrigeración	
34		Educación	Formación de formadores
35			Liderazgo educativo - manejo estudiantil
36	Diseño curricular para personas con necesidades especiales		
37	Software	Autocad	
38		Word , excel y power point	
39	Administración	Administración de empresas	
40	Idioma	Ingles A1 y A2	

Elaborado por: Velastegui Rosario

Certificaciones por competencias laborales: Es un proceso evaluativo cuyo propósito es validar y reconocer las habilidades, destrezas y conocimientos adquiridos por una persona a través de su experiencia laboral. Este tipo de certificación se basa en estándares establecidos por entidades especializadas en cada sector productivo, y se lleva a cabo mediante la realización de pruebas teóricas

y prácticas que permiten demostrar el nivel de competencia de los individuos. Se llevará a cabo un grupo para certificaciones, de 20 participantes, en horario de sábado y domingo y con posibilidad de hacerlo en horario de lunes a viernes, si así lo solicitan los participantes. La obtención estas certificaciones desempeñan un papel fundamental en el desarrollo profesional, ya que posibilita a las personas mejorar su perfil laboral y aumentar su competitividad en el mercado, también representa un reconocimiento hacia la experiencia y conocimientos adquiridos por los trabajadores, contribuyendo así a la valoración del capital humano.

Tabla 43. Servicios: Certificaciones por competencias ACCDEPRO S.A.S

N°	Sector	Nombre del perfil
1	Enseñanza	Instrucción en actividades de capacitación
2		Formación de formadores
3		Actividades de docencia en la metodología aprendizaje basado en proyectos ABP
4	Metalmecánica	Soldadura
5		Gestión de soldadura
6		Armado de estructuras metálicas
7		Mecanizado y construcciones metálicas
8		Mecatrónica industrial
9	Vehículos,	Mecatrónica automotriz
10	carrocerías y	Mantenimiento electromecánico de vehículos
11	sus partes	Enderezamiento y soldadura automotriz
12	Electricidad	Instalaciones eléctricas
13		Instalación de equipos y maquinas eléctricas
14		Instalación y mantenimiento de equipos electrónicos y eléctricos
15	Riesgos	Prevención de riesgos laborales: Construcción y obras Públicas
16	laborales	Prevención de riesgos laborales: energía eléctrica

Elaborado por: Velastegui Rosario

En cuanto a asesorías estas están relacionadas a los temas de capacitación y certificaciones que proporciona ACCDEPRO S.A.S. de acuerdo al número de asesorías que se han prestado se proyecta cumplir con una base de 10 horas de asesoría mensual.

3.3.6.2. Precio

El precio estimado para los servicios de capacitación se establece considerando el costo total por unidad, que incluye los gastos de producción, además de agregar un porcentaje determinado como margen de ganancia.

En el caso de ACCDEPRO S.A.S, se ha determinado un margen de ganancia, que varía en función de los servicios, en un rango que va desde 28,00% a 90,97%. De esta manera, se busca asegurar que el precio de los servicios sea rentable, cubra los costos asociados (estableciendo un margen de beneficio para la empresa), y que estén acorde a los precios de la competencia.

Tabla 44. Precio unitario servicios ACCDEPRO S.A.S

N°	Servicio	Costo USD	Precio USD	Margen utilidad
1	Capacitaciones	31,42	60,00	90,97%
2	Certificaciones	39,92	60,00	50,31%
3	Asesoría o consultoría	15,63	20,00	28,00%

Elaborado por: Velastegui Rosario

3.3.6.3. Plaza

El mercado objetivo de los servicios de ACCDEPRO S.A.S. se encuentra en la zona central de la ciudad de Latacunga, donde se ubica estratégicamente la empresa, tal como se mencionó en la sección Localización. Aunque inicialmente se ha enfocado en atender a clientes locales de Latacunga, ACCDEPRO S.A.S. también tiene la capacidad de atender a clientes de otras ciudades del país.

3.3.6.4. Promoción

La promoción de ACCDEPRO S.A.S. se enfoca en posicionar la marca, para que se establezca a esta entidad como referente en capacitación en Latacunga utilizando una estrategia de comunicación que incluye el uso de medios digitales, redes sociales, publicidad en medios locales y participación en eventos relacionados con la capacitación. Se implementarán estrategias de generación de leads para captar el interés de clientes potenciales, como la creación de contenido relevante y formularios de contacto en el sitio web.

3.3.6.5. Procesos clave

Para los flujogramas que representan los procesos clave de las operaciones de ACCDEPRO S.A.S. ha utilizado la simbología que se muestra a continuación:

Símbolo	Nombre	Función
	Inicio /Final	Representa el inicio y final de un proceso
	Línea de flujo	Indica el orden de la ejecución de las operaciones, muestra el siguiente proceso
	Proceso	Representa cualquier tipo de operación
	Decisión	Permite analizar una situación para tomar una decisión

Gráfico 36 Simbología utilizada en los flujogramas de ACCDEPRO S.A.S.

Elaborado por: Velastegui Rosario

Los procesos clave son:

- Diseño y desarrollo de programas de capacitación,
- Impartición de los cursos
- Evaluación y certificación de los participantes.

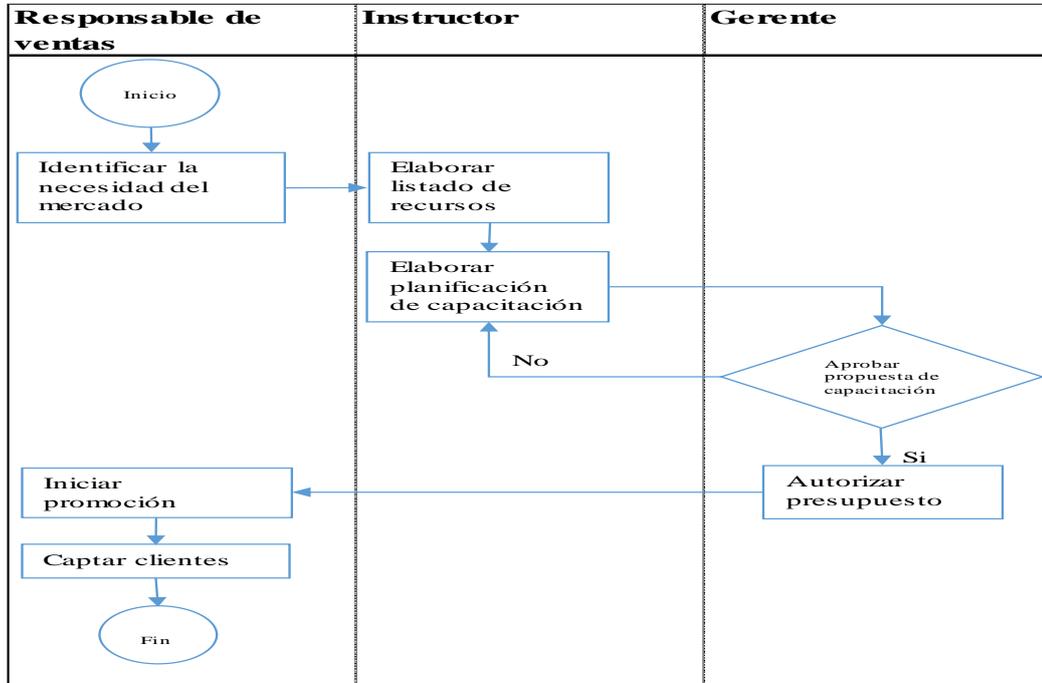


Gráfico 37 Flujograma del diseño y desarrollo de programas de capacitación
Elaborado por: Velastegui Rosario

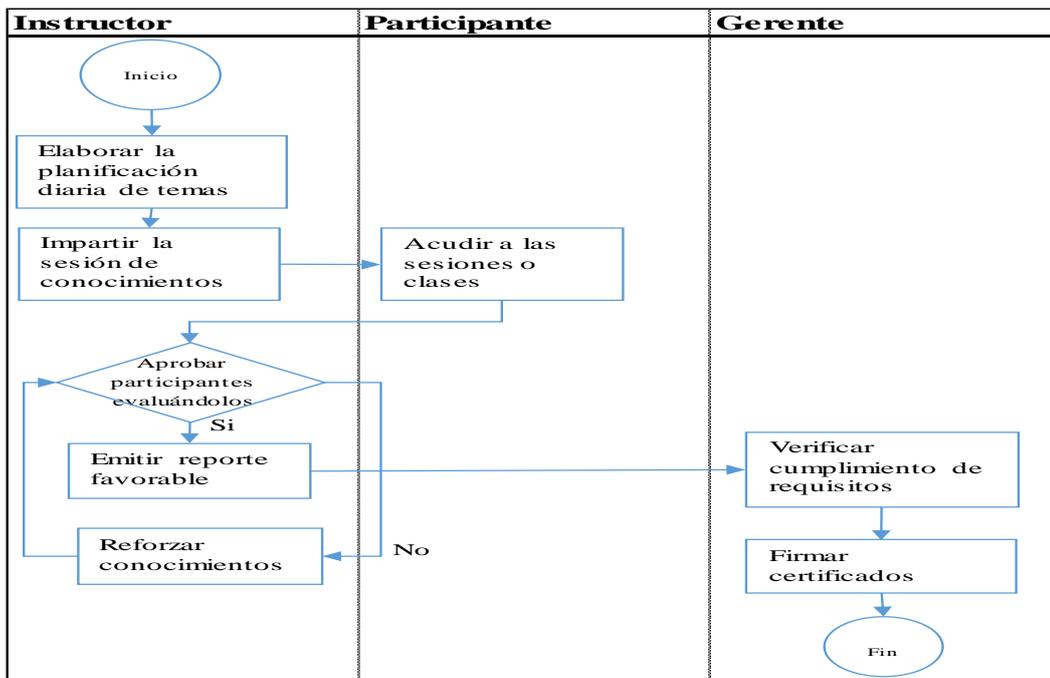


Gráfico 38 Flujograma de impartición de cursos de capacitación
Elaborado por: Velastegui Rosario

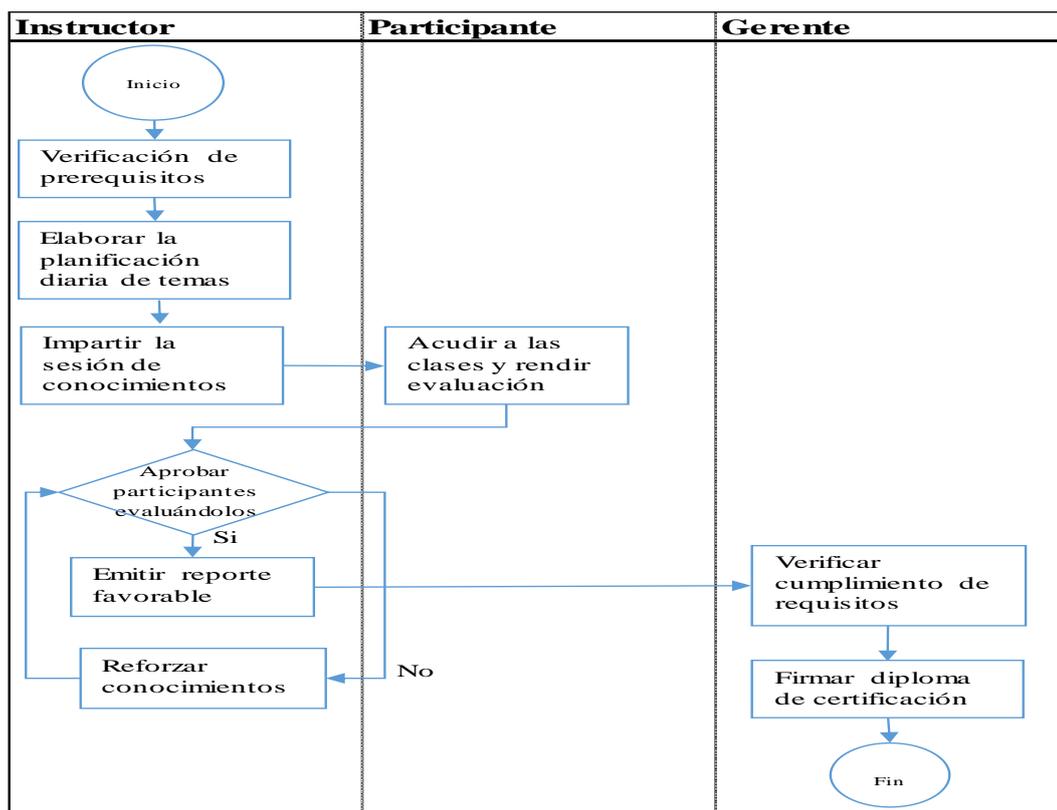


Gráfico 39 Flujograma de evaluación y certificación por competencias
Elaborado por: Velastegui Rosario

3.3.7. Gestión de la empresa

La gestión de ACCDEPRO S.A.S. depende mucho del talento humano, ya que es fundamental para asegurar la calidad de los servicios y el éxito de la organización, la gestión de talento humano debe ser sólida desde el reclutamiento, debe ser capaz de desarrollar y retener a profesionales capacitados, promoviendo una cultura de aprendizaje y mejora continua, siendo una empresa que brinda servicios de capacitación, es vital que sus trabajadores renueven y fortalezcan sus conocimientos así lograr fomentar un ambiente laboral motivador y colaborativo.

3.3.7.1. Estructura administrativa

En cuanto a la estructura administrativa es necesario destacar los cargos que son necesarios para que ACCDEPRO S.A.S. desarrolle sus operaciones de manera adecuada, con la finalidad de que cada rol se desempeñe conforme a sus responsabilidades y con funciones claras, evitando retrasos innecesarios en los procesos y logrando que el usuario perciba calidad en el servicio durante todo el tiempo que se encuentre en ACCDEPRO S.A.S.

3.3.7.2. Organigrama funcional

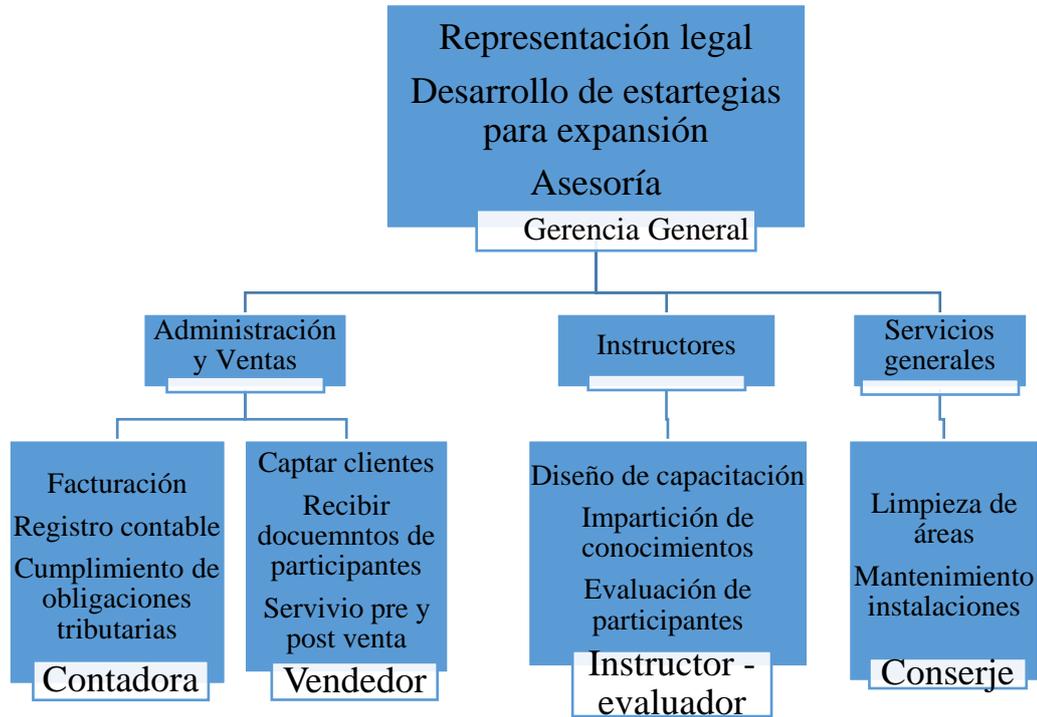


Gráfico 40 Organigrama funcional ACCDEPRO S.A.S.

Elaborado por: Velastegui Rosario

3.3.7.3. Personal fijo requerido

En cuanto al personal que labora en ACCDEPRO S.A.S. dependiendo de los cursos la cantidad de Instructores / Evaluadores puede variar, sin embargo, existe personal que debe laborar permanentemente:

- Gerente general: ciñéndose a sus actividades de representación su horario puede variar.
- Responsable de Ventas o vendedor: Horario completo, 8 horas diarias de lunes a viernes.
- Conserje: Medio tiempo, 4 horas diarias.

3.3.8. Evaluación financiera

La evaluación financiera del plan de negocios de ACCDEPRO S.A.S. es fundamental para evaluar la viabilidad económica del proyecto, planificar las finanzas de la empresa, tomar decisiones estratégicas, atraer inversores y financiamiento, y realizar un seguimiento y control adecuados del desempeño económico.

3.3.8.1. Inversión actual

Tabla 45. Inversión actual ACCDEPRO S.A.S

Rubro	Área	Cantidad	Costo unitario USD	Costo total USD
Escritorios y sillas	Aula / Laboratorio	38	48,00	1824,00
Escritorio y silla instructor	Aula	1	120,00	120,00
Basurero	Aula	1	5,00	5,00
Laptop	Aula	1	700,00	700,00
Infocus	Aula / Laboratorio	2	300,00	600,00
Escritorio y silla instructor	Laboratorio	1	120,00	120,00
Computador todo en uno	Laboratorio	10	600,00	6000,00
Laptop	Laboratorio	1	700,00	700,00
Basurero	Laboratorio	1	5,00	5,00
Herramientas y equipo prácticas	Laboratorio	1	2000,00	2000,00
Escritorio y silla giratoria	Administración	2	205,00	410,00
Sillas usuarios	Administración	4	50,00	200,00
Archivadores	Administración	2	70,00	140,00
Pizarra transportable	Administración	1	250,00	250,00
Basureros	Administración	2	5,00	10,00
Laptop	Administración	2	700,00	1400,00
Total				14484,00

Elaborado por: Velastegui Rosario

Al tratarse de un negocio en marcha debidamente registrado ante el Servicio de Rentas Internas SRI, como se puede visualizar en el Anexo 3, existe equipamiento disponible el mismo que se describe en la tabla previa.

En cuanto a gastos de constitución se ha realizado las erogaciones correspondientes a la formación legal de la capacitadora bajo la figura de Sociedad por acciones simplificada (la Razón de Inscripción se puede visualizar en el Anexo 4) este trámite no tiene costo, además ACCDEPRO S.A.S. cuenta con los permisos necesarios para su funcionamiento en el año 2023.

Tabla 46. Gastos de constitución ACCDEPRO S.A.S.

Rubro	Costo total USD
Trámites Ministerio de Trabajo para certificaciones	240,00
Permiso de funcionamiento	55,00
Permiso bomberos Latacunga	30,00
Total	325,00

Elaborado por: Velastegui Rosario

3.3.8.2. Inversión necesaria

En concordancia con las inversiones actuales que ya dispone ACCDEPRO S.A.S., el equipamiento necesario para el desarrollo las actividades descritas previamente, y las mejoras necesarias para las instalaciones físicas, a fin de que las mismas acojan lo requerido por los usuarios en el estudio de mercado: aulas amplias, equipo y mobiliario moderno, la inversión necesaria se presenta a continuación:

Tabla 47. Inversiones necesarias ACCDEPRO S.A.S.

Rubro	Costo total USD
Muebles, enseres y equipo de cómputo	17026,00
Adecuaciones infraestructura	2500,00
Total	19526,00

Elaborado por: Velastegui Rosario

3.3.8.3. Costos

En cuanto a los costos de ACCDEPRO S.A.S. se dividen en directos e indirectos.

Los costos directos contemplan materia prima y mano de obra directa de las capacitaciones y certificaciones:

Tabla 48. Mano de obra directa MOD

Cargo	Sueldo mensual USD	21,6% IESS USD	Décimo tercer sueldo USD	Décimo cuarto sueldo USD	Fondos de reserva USD	Total mensual USD
Vendedor	450,00	97,20	37,50	37,50	37,49	659,69

Elaborado por: Velastegui Rosario

Tabla 49. Prorrateo MOD por participante

MOD USD	Cantidad participantes por mes	Costo mensual MOD por participante USD
659,69	95	6,94

Elaborado por: Velastegui Rosario

Al ser un rubro mensual se ha prorrateado para la cantidad de participantes a atender durante todo el mes.

Tabla 50. Costos directos capacitaciones

Ítem	Cantidad	Costo unitario USD	Costo total por ítem USD
Honorarios instructor	2	450,00	900,00
Materiales	75	7,00	525,00
Certificado culminación de curso	75	2,00	150,00
Mano de obra directa	75	6,94	520,80
Costo directo capacitaciones			2095,80

Elaborado por: Velastegui Rosario

Tabla 51. Costos directos certificaciones

Ítem	Cantidad	Costo unitario USD	Costo total por ítem USD
Honorarios evaluador	1	450,00	450,00
Materiales	20	5,00	100,00
Diploma certificación	20	2,00	40,00
Mano de obra directa	20	6,94	138,88
Costo directo certificaciones			728,88

Elaborado por: Velastegui Rosario

El segundo grupo comprende los costos indirectos:

Tabla 52. Costos indirectos capacitaciones y certificaciones

Ítem	Cantidad	Costo unitario USD	Costo total por ítem USD
Agua	1	15,00	15,00
Luz	1	45,00	45,00
Internet	1	60,00	60,00
Arriendo Instalaciones (prorrateo)	1	210,00	210,00
Total costos indirectos			330,00

Elaborado por: Velastegui Rosario

Incluyen las erogaciones necesarias para agua, luz, internet, arriendo de instalaciones, estos rubros se han prorrateado para la cantidad mensual total de usuarios de capacitaciones y certificaciones.

Tabla 53. Costo indirecto por participante

Costo indirecto total USD	Cantidad de participantes por mes	Costo mensual indirecto por participante USD
330,00	95	3,47

Elaborado por: Velastegui Rosario

Establecidos los costos directos e indirectos totales mensuales se obtiene de estos los costos de los programas de capacitación y certificación correspondiente a cada usuario o participante.

Tabla 54. Costo total capacitaciones por participante

Costo directo capacitaciones USD	Cantidad de participantes capacitaciones	Costo directo de capacitación por participante USD	Costo indirecto por participante USD	Costo total capacitación por participante USD
2095,80	75	27,94	3,47	31,42

Elaborado por: Velastegui Rosario

Tabla 55. Costo total certificaciones por participante

Costo directo certificaciones USD	Cantidad de participantes certificaciones	Costo directo por participante USD	Costo indirecto por participante USD	Costo total certificación por participante USD
728,88	20	36,44	3,47	39,92

Elaborado por: Velastegui Rosario

En cuanto a los costos del servicio de consultoría o asesoría especializada se ha establecido este rubro por hora considerando el sueldo base de un especialista en una empresa privada.

Tabla 56. Costo por hora de asesoría o consultoría

Sueldo de un especialista USD	Horas al mes	Costo por hora USD
2500,00	160	15,63

Elaborado por: Velastegui Rosario

3.3.8.4. Gastos administrativos

Tabla 57. Sueldos y salarios

Cargo	Sueldo mensual USD	21,6% IESS USD	Décimo tercer sueldo USD	Décimo cuarto sueldo USD	Fondos de reserva USD	Total mensual USD
Gerente General	600,00	129,60	50,00	50,00	49,98	879,58
Conserje (medio tiempo)	225,00	48,60	18,75	18,75	18,74	329,84
Total						1209,42

Elaborado por: Velastegui Rosario

En cuanto a gastos administrativos están conformados por dos grupos principales de gastos, las remuneraciones del personal de área administrativa y servicios

generales y los demás gastos que incluyen gastos en consumibles necesarios para las operaciones.

Tabla 58. Gastos generales

Gasto	Valor mensual USD
Honorarios Contador	50,00
Suministros de oficina	30,00
Suministro de cafetería	25,00
Suministros de limpieza	20,00
Total	125,00

Elaborado por: Velastegui Rosario

En la tabla anterior no se contempla al Contador ya que ejerce sus funciones mediante honorarios profesionales ya que ACCDEPRO S.A.S. tiene deber tributarios y contables bajo la figura de RIMPE Emprendedor por tanto no es necesario que el cargo se ejerza a tiempo completo desde la oficina.

3.3.8.5. Gastos de publicidad

Para determinar los gastos de publicidad se realiza un prorrateo del presupuesto anual de publicidad para obtener una cifra mensual.

Tabla 59. Presupuesto publicidad prorrateado

Rubro	Costo anual USD	Costo mensual USD
Presupuesto publicidad	800,00	66,66

Elaborado por: Velastegui Rosario

3.3.8.6. Financiamiento necesario

Para incrementar la capacidad operativa de ACCEDPRO S.A.S. previamente se estableció que las inversiones necesarias ascienden a 19526,00 USD, este rubro se compone de inversión en activos fijos y enseres por 17026,00 USD, y adecuaciones de infraestructura por 2500,00 USD.

Actualmente la capacidad de los inversionistas de esta empresa es contribuir con los 2526,00 USD, por tanto, es necesario cubrir los 17000,00 USD restantes mediante financiamiento.

Para financiar el monto necesario se ha optado por un crédito en BanEcuador ya que esta institución financiera cuenta con amplia trayectoria, así como también tienen la ventaja de presentar una tasa de crédito adecuada, con el plus de brindar cobertura en ámbitos de asesoramiento financiero.

A continuación, se presenta la tabla de simulación de crédito por el monto señalado obtenida de la página web de BanEcuador.

Detalle Simulación de Crédito

Tipo	PYME	Tasa Nominal(%)	9.76
Destino	Activo Fijo	Tasa Efectiva(%)	10.21
Sector Económico	N/A	Monto(USD)	17,000.00
Facilidad	Pequeña y Mediana Empresa	Plazo(Años)	5
Tipo Amortización	Cuota Fija	Fecha Simulación	2023-06-17
Forma de Pago	Mensual		

Recuerda: Esta información es una simulación de crédito que permite familiarizarse con nuestro sistema. No tiene validez como documento legal o como solicitud de crédito.

Periodo	Saldo	Capital	Interés	Cuota
0	17000.00			
1	16779.07	220.93	138.27	359.20
2	16556.35	222.73	136.47	359.20
3	16331.81	224.54	134.66	359.20
4	16105.44	226.36	132.83	359.20
5	15877.24	228.20	130.99	359.20
6	15647.18	230.06	129.13	359.20
7	15415.25	231.93	127.26	359.20
8	15181.43	233.82	125.38	359.20
9	14945.71	235.72	123.48	359.20
10	14708.07	237.64	121.56	359.20
11	14468.50	239.57	119.63	359.20
12	14226.98	241.52	117.68	359.20
13	13983.50	243.48	115.71	359.20
14	13738.04	245.46	113.73	359.20
15	13490.58	247.46	111.74	359.20
16	13241.11	249.47	109.72	359.20
17	12989.61	251.50	107.69	359.20
18	12736.06	253.55	105.65	359.20
19	12480.45	255.61	103.59	359.20
20	12222.76	257.69	101.51	359.20
21	11962.98	259.78	99.41	359.20
22	11701.08	261.90	97.30	359.20
23	11437.06	264.03	95.17	359.20
24	11170.88	266.17	93.02	359.20
25	10902.54	268.34	90.86	359.20
26	10632.02	270.52	88.67	359.20
27	10359.30	272.72	86.47	359.20

Gráfico 41 Simulación de crédito parte 1
 Elaborado por: Velastegui Rosario

Recuerda: Esta información es una simulación de crédito que permite familiarizarse con nuestro sistema. No tiene validez como documento legal o como solicitud de crédito.

Periodo	Saldo	Capital	Interés	Cuota
28	10084.36	274.94	84.26	359.20
29	9807.18	277.18	82.02	359.20
30	9527.75	279.43	79.77	359.20
31	9246.05	281.70	77.49	359.20
32	8962.06	283.99	75.20	359.20
33	8675.75	286.30	72.89	359.20
34	8387.12	288.63	70.56	359.20
35	8096.14	290.98	68.22	359.20
36	7802.79	293.35	65.85	359.20
37	7507.06	295.73	63.46	359.20
38	7208.92	298.14	61.06	359.20
39	6908.36	300.56	58.63	359.20
40	6605.35	303.01	56.19	359.20
41	6299.88	305.47	53.72	359.20
42	5991.92	307.96	51.24	359.20
43	5681.46	310.46	48.73	359.20
44	5368.47	312.99	46.21	359.20
45	5052.94	315.53	43.66	359.20
46	4734.84	318.10	41.10	359.20
47	4414.16	320.69	38.51	359.20
48	4090.86	323.29	35.90	359.20
49	3764.94	325.92	33.27	359.20
50	3436.37	328.57	30.62	359.20
51	3105.12	331.25	27.95	359.20
52	2771.18	333.94	25.25	359.20
53	2434.52	336.66	22.54	359.20
54	2095.13	339.39	19.80	359.20
55	1752.97	342.16	17.04	359.20
56	1408.04	344.94	14.26	359.20
57	1060.29	347.74	11.45	359.20
58	709.72	350.57	8.62	359.20
59	356.30	353.42	5.77	359.20
60	0.00	356.30	2.90	359.20

Gráfico 42 Simulación de crédito parte 2
Fuente: BanEcuador (2023)

3.3.8.7. Ingresos

Con el estudio de mercado (frecuencia de compra al menos dos veces al año, seguido de una vez al año), resultados de demanda insatisfecha y capacidad de ACCDEPRO S.A.S. se estableció una base de clientes mensuales de 95 personas, con los precios planteados para cada rubro, los ingresos del primer año alcanzarían los 70800,00 USD como se puede visualizar en la tabla siguiente:

Tabla 60. Ingresos ACCDEPRO S.A.S.

Servicio	Cantidad mensual	Precio USD	Ingreso mensual USD
Capacitación	75,00	60,00	4500,00
Certificación	20,00	60,00	1200,00
Asesoría	10,00	20,00	200,00
Total ingreso mensual USD			5900,00
Total ingreso anual USD			70800,00

Elaborado por: Velastegui Rosario

3.3.8.8. Ingresos proyectados

La inflación anual alcanza un 2,44% (Banco Central del Ecuador BCE, 2023), con este valor se proyecta los ingresos para los siguientes 4 años con la consideración que se mantenga el mismo número de clientes, debido a la capacidad instalada.

Tabla 61. Ingresos proyectados ACCDEPRO S.A.S.

Año	2023	2024	2025	2026	2027
Ingresos USD	70800,00	72527,52	74297,19	76110,04	77967,13

Elaborado por: Velastegui Rosario

3.3.8.9. Costos y gastos proyectados

Tabla 62. Costos y gastos proyectados ACCDEPRO S.A.S.

Rubro / Año	2023	2024	2025	2026	2027
Costos operativos	36416,22	37304,78	38215,01	39147,46	40102,66
Gastos administración	17313,07	17735,51	18168,26	18611,56	19065,68
Gastos de ventas	800,00	819,52	839,52	860,00	880,98
Gastos financieros	1537,34	1254,24	942,26	598,41	219,47
Total	56066,63	57114,04	58165,04	59217,43	60268,79

Elaborado por: Velastegui Rosario

Bajo el mismo procedimiento que se calculó la proyección de ingresos, los costos y gastos proyectados se calculan en base a los rubros previamente descritos y la tasa de inflación anual del 2,44% (BCE, 2023) a excepción de los gastos financieros que se toman del interés de cada año de la tabla obtenida en la simulación de crédito.

3.3.8.10. Depreciación de activos fijos

Para la depreciación de activos fijos se ha determinado que se realizará a través del método en línea recta, en la tabla siguiente se puede observar la depreciación para cada rubro, el resultado arroja depreciación de 9344,00 USD durante los tres años iniciales, y 1724,00 USD para los dos años finales.

Tabla 63. Depreciación de activo fijos.

Rubro	Depreciación	Años a					
		depreciar	2023	2024	2025	2026	2027
Equipo de cómputo	33,33%	3	7620,00	7620,00	7620,00		
Muebles	20%	5	1324,00	1324,00	1324,00	1324,00	1324,00
Maquinaria	20%	5	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
Total			9344,00	9344,00	9344,00	1724,00	1724,00

Elaborado por: Velastegui Rosario

3.3.8.11. Estado de situación inicial

El estado de situación inicial de ACC

DEPRO S.A.S. indica que el activo asciende a 32980,00 USD, pasivo a \$17000,00 y el monto de patrimonio alcanza los 15980,00 USD.

Tabla 64. Estado de situación inicial al 2023

Cuenta	Valor USD
ACTIVO	35530,00
Activo corriente	4050,00
Efectivo y equivalentes	4000,00
Caja chica	50,00
Activo no corriente	31480,00
Equipo de cómputo	22860,00
Muebles y enseres	6620,00
Maquinaria	2000,00
PASIVO	17000,00
Pasivo corriente	0,00
Pasivo no corriente	17000,00
Crédito bancario	17000,00
PATRIMONIO	18530,00
Capital	18530,00
Total Pasivo + Patrimonio	35530,00

Elaborado por: Velastegui Rosario

3.3.8.12. Estado de resultados proyectado

Con las proyecciones de ingresos y de costos y gastos realizadas previamente, se proyecta el estado de resultados de ACCDEPRO S.A.S. donde se visualiza utilidades en cada periodo. Adicional se visualiza el cálculo de cada año correspondiente al impuesto a la renta bajo la normativa aplicable al régimen RIMPE emprendedores.

Tabla 65. Impuesto a la renta proyectado

	2023	2024	2025	2026	2027
Ingresos gravados	70800,00	72527,52	74297,19	76110,04	77967,13
(-) Límite inferior	50000,01	50000,01	50000,01	75000,01	75000,01
Valor excedente	20799,99	22527,51	24297,18	1110,03	2967,12
Tipo marginal	1,25%	1,25%	1,25%	1,50%	1,50%
Impuesto valor excedente	260,00	281,59	303,71	16,65	44,51
Impuesto a la fracción básica	360,00	360,00	360,00	672,50	672,50
Total Impuesto a la renta	620,00	641,59	663,71	689,15	717,01

Elaborado por: Velastegui Rosario

Tabla 66. Estado de resultados proyectado

Cuenta	2023	2024	2025	2026	2027
Ingresos	70800,00	72527,52	74297,19	76110,04	77967,13
(-) Costo operativo	36416,22	37304,78	38215,01	39147,46	40102,66
Utilidad bruta en ventas	34383,78	35222,74	36082,18	36962,58	37864,47
(-) Gastos administrativos	17313,07	17735,51	18168,26	18611,56	19065,68
(-) Gastos de ventas	800,00	819,52	839,52	860,00	880,98
(-) Depreciaciones	9344,00	9344,00	9344,00	1724,00	1724,00
Utilidad operacional	6926,71	7323,72	7730,41	15767,02	16193,80
(-) Gastos financieros	1537,34	1254,24	942,26	598,41	219,47
Utilidad antes de participación trabajadores	5389,37	6069,48	6788,15	15168,61	15974,33
(-) Participación trabajadores 15%	808,41	910,42	1018,22	2275,29	2396,15
Utilidad antes de impuestos	4580,96	5159,05	5769,93	12893,32	13578,18
(-) Impuesto a la renta RIMPE Emprendedores	620,00	641,59	663,71	689,15	717,01
Utilidad neta	3960,96	4517,46	5106,21	12204,17	12861,18

*Elaborado por: Velastegui Rosario***3.3.8.13. Flujo de caja proyectado****Tabla 67. Flujo de caja proyectado**

Rubro	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(A) Flujo de beneficio						
Ingreso por						
ventas		70800,00	72527,52	74297,19	76110,04	77967,13
Total		70800,00	72527,52	74297,19	76110,04	77967,13
(B) Flujo de costos						
Inversión fija	31510,00					
Costo operativo		37796,22	38718,45	39663,18	40630,96	41622,35
Gastos						
administrativos		17313,07	17735,51	18168,26	18611,56	19065,68
Gastos						
financieros		1537,34	1254,24	942,26	598,41	219,47
Total	31510,00	56646,63	57708,20	58773,69	59840,93	60907,51
(A-B) Flujo						
económico	-31510,00	14153,37	14819,32	15523,50	16269,11	17059,62
Financiamiento	17000,00					
Pago						
financiamiento		2773,02	2773,02	2773,02	2773,02	2773,02
Impuesto a la renta		620,00	641,59	663,71	689,15	717,01
Participación trabajadores		808,41	910,42	1018,22	2275,29	2396,15
Flujo neto	-14510,00	9951,94	13267,31	13841,56	13304,67	13946,46

Elaborado por: Velastegui Rosario

Este análisis detalla los flujos de efectivo anuales, lo que permite evaluar la viabilidad financiera de llevar a cabo el negocio de ACCDEPRO S.A.S. Se examinan las fuentes de efectivo, como ingresos por ventas y financiamiento, así como las salidas de efectivo, como gastos operativos, inversión en activos y pagos de deudas. Al evaluar el estado de flujo de efectivo, se puede determinar si el negocio es financieramente viable y si cuenta con suficiente efectivo para cubrir sus obligaciones y generar ganancias.

3.3.8.14. Tasa de descuento

La tasa de descuento se determina utilizando el Costo Promedio Ponderado de Capital (CPPC), el cual toma en cuenta la tasa pasiva y activa del BCE, el promedio de la tasa de inflación de los últimos cinco años y la tasa de Riesgo País para el año 2023. Se utiliza para calcular el valor presente de los flujos de efectivo futuros, descontándolos al valor presente utilizando una tasa que refleje el costo de oportunidad de los recursos o el riesgo asociado al proyecto. Es decir, refleja el rendimiento mínimo que se espera obtener para justificar una inversión.

Tabla 68. Tasa de descuento

Rubro	Valor USD	Participación	Interés		Promedio ponderado
Recursos propios	14510,00	46,05%	7,03%	Tasa pasiva	3,24%
Préstamo	17000,00	53,95%	10,21%	Tasa activa	5,51%
Total	31510,00	100%			8,75%
Riesgo país					18,75%
Inflación promedio					1,19%
Tasa de descuento					19,94%

Elaborado por: Velastegui Rosario

La tasa de descuento de este proyecto es 19,94%.

3.3.8.15. TMAR

La TMAR o tasa mínima aceptada de retorno es utilizada para comparar el rendimiento esperado de un proyecto con la tasa mínima deseada, y determinar si el proyecto es viable desde el punto de vista financiero, por tanto, se puede decir si el proyecto de ACCDEPRO S.A.S. es atractivo.

Tabla 69. TMAR

Rubro	Tasa
Tasa libre de riesgo	4,57%
Tasa activa	5,51%
TMAR	10,08%

Elaborado por: Velastegui Rosario

La tasa mínima aceptada de retorno para la inversión de ACCDEPRO S.A.S. es de 10,08%.

3.3.8.16. Valor Actual Neto VAN

A través del Valor Actual Neto (VAN), evaluamos la inversión que se realizará en ACCDEPRO S.A.S. para determinar los beneficios o pérdidas que se obtendrán a lo largo del tiempo.

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} - I_0$$

Tabla 70. Valores asignados a la fórmula para el cálculo del VAN

Variable - Nomenclatura	Significado	Valor asignado para el cálculo
VAN	Valor actual neto	Valor a calcular
N	Número de periodos	5
Ft	Flujos	Año 1: 9951,94; Año 2: 13267,31; Año 3: 13841,56; Año 4: 13304,67; Año 5: 13946,46
K	Tasa de descuento	19,94%
I0	Inversión Inicial	14510,00

Elaborado por: Velastegui Rosario

$$VAN = \$37.586,64 - \$14.510,00$$

$$VAN = \$23.076,64$$

Según el resultado obtenido, al tener un VAN positivo de 23076,64 USD (mayor a cero), se puede decir que ACCDEPRO S.A.S. será rentable a lo largo del tiempo, logrando recuperar la inversión inicial y generar beneficios.

3.3.8.17. Tasa Interna de Retorno TIR

Para calcular la TIR o tasa interna de retorno se debe buscar la tasa con la que el VAN se iguala a cero.

$$TIR \rightarrow VAN = 0$$

Al calcular los valores se obtiene:

$$TIR = 77,01\%$$

Al cumplirse la condición $TIR > TD$, para este proyecto $77,01\% > 19,94\%$, y $TIR > TMAR$, $77,01\% > 10,08\%$, indica que el proyecto es factible económicamente.

3.3.8.18. Periodo de Recuperación de la Inversión PRI

La fórmula del PRI permite calcular el tiempo que llevará recuperar la inversión realizada.

$$PRI = \frac{I_0}{\frac{\sum F_n}{a}}$$

Tabla 71. Valores asignados a la fórmula para el cálculo del PRI

Variable - Nomenclatura	Significado	Valor asignado para el cálculo
PRI	Periodo de recuperación de la inversión	Valor a calcular
I0	Inversión Inicial	14510,00
Ft	Sumatoria flujos netos	49801,95
A	Número de años	5

Elaborado por: Velastegui Rosario

$$PRI = \frac{14510,00}{\frac{49801,95}{5}}$$

$$PRI = \frac{14510,00}{9960,39}$$

$$PRI = 1,46$$

$$1 \text{ año}$$

$$0,46 * 12 \text{ meses} = 5,48 \text{ meses}$$

$$0,48 * 30 \text{ días} = 14 \text{ días}$$

El periodo de recuperación de la inversión inicial para la expansión de ACCDEPRO S.A.S. es de 1 año, 5 meses y 14 días.

3.3.8.19. Beneficio / Costo

La relación Beneficio / Costo, indica el valor a obtener por cada dólar invertido, para que se considere favorable el resultado debe ser superior a 1.

$$B/C = \frac{\sum \text{Ingresos brutos}}{\sum \text{Gastos totales del proyecto}}$$

$$B/C = \frac{70800,00}{65410,63}$$

$$B/C = 1,08$$

Considerando todos los costos y gastos en lo que se incurre en las operaciones de ACCDEPRO S.A.S, por cada dólar invertido en este proyecto, se obtiene 1,08 USD.

3.3.8.20. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio nos muestra la cantidad o número de veces que los servicios deben ser proporcionados para que el proyecto no se gane ni se pierda, es decir que al menos se logre cubrir los costos y gastos fijos y variables.

Tabla 72. Costos y gastos fijos

Costos y gastos fijos	Valor USD
Gasto arriendo	1800,00
Costo arriendo	2400,00
Mano de obra directa	5400,00
Sueldos y salarios administrativo y servicios	9900,00
Beneficios Sociales Responsable ventas	2516,22
Beneficios Sociales Administrativo y servicios generales	4613,07
Honorarios profesionales Instructores y evaluadores	16200,00
Honorarios profesionales Administrativo	600,00
Costo servicios básicos	120,00
Gastos suministros de oficina, cafetería y limpieza	75,00
Gasto permiso de funcionamiento	85,00
Gasto permiso Ministerio Relaciones Laborales	240,00
Gasto publicidad	800,00
Gastos financieros	1537,34
Total	46286,63

Elaborado por: Velastegui Rosario

Tabla 73. Punto de equilibrio

Servicio	Capacitaciones	Certificaciones	Asesorías	Total
Cantidad vendida	900	240	120	1260
Precio de venta unitario USD	60,00	60,00	20,00	
Costo variable unitario USD	9,00	7,00	0,00	
Participación en las ventas	71,43%	19,05%	9,52%	100,00%
Margen de contribución Unitario USD	51,00	53,00	20,00	
Margen de contribución Promedio ponderado USD	36,43	10,10	1,90	48,43
Punto de equilibrio multiproducto (Costos fijos / Margen de contribución total ponderado= 46286,63 / 48,43)				956 unidades
Punto de equilibrio unidades	683	182	91	
Punto de equilibrio USD	40961,62	10923,10	1820,52	

Elaborado por: Velastegui Rosario

El punto de equilibrio para este proyecto se alcanza con la venta de 683 capacitaciones, 182 certificaciones y 91 horas de asesoría en el año, en cuanto a valor monetario se alcanza con ventas de 40961,62 USD; 10923,10 USD y 1820,52 USD respectivamente para cada uno de los servicios previamente señalados.

3.3.8.21. Factibilidad financiera

Con los indicadores financieros previamente calculados, VAN, TIR, relación Beneficio / Costo, se demuestra que la expansión financiera de ACCDEPRO S.A.S. es viable.

CAPITULO IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

- El plan de negocios elaborado para lograr la expansión de la empresa de capacitaciones ACCDEPRO S.A.S. se ha fundamentado en sólidas bases teóricas, se ha diseñado considerando las características y necesidades del mercado objetivo, y se ha comprobado su factibilidad financiera. Esto brinda confianza en la viabilidad y éxito del proyecto de expansión de la empresa, permitiendo a ACCDEPRO S.A.S. alcanzar sus metas de crecimiento y rentabilidad en cada año de operación.
- Realizada una revisión en diferentes fuentes bibliográficas, se ha logrado respaldar y fundamentar teóricamente todos los elementos del plan de negocios para la expansión de ACCDEPRO S.A.S., se ha desarrollado cada uno: resumen ejecutivo, cálculo de la demanda, planeamiento estratégico, estrategias de marketing y ventas, análisis de infraestructura, ingeniería del proyecto, gestión de la empresa y la evaluación financiera; a fin de garantizar que las acciones propuestas estén respaldadas por bases conceptuales que han ayudado a que previos emprendimientos sean exitosos.
- Realizado el estudio de mercado, se ha logrado identificar el perfil del cliente de ACCDEPRO S.A.S., mismo que es una persona que busca superarse y mejorar sus habilidades sean estas blandas o tecnológicas dispuesto a adquirirlas a través de capacitación o a su vez que desea certificar sus competencias laborales. También con el estudio de mercado se determinó un alto nivel de demanda insatisfecha de 35235 personas, dada la capacidad instalada de la empresa se prevé cubrir el 3,24% de la misma, es decir una base de 95 usuarios mensuales para brindarles un servicio de calidad con precios para capacitaciones y certificaciones de 60,00 USD.

- La evaluación de la factibilidad financiera de ACCDEPRO S.A.S. se ha desarrollado a través de la proyección de ingresos, costos y gastos, con esos elementos se calculó: el Valor Actual Neto VAN cuyo resultado positivo de 23076,64 USD, Tasa Interna de Retorno TIR de 77,01% (mayor a la Tasa de Descuento TD de 19,94%, y mayor a la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento TMAR de 10,08%), relación Beneficio / Costo de 1,08 para el primer año, estos resultados obtenidos indican que el plan de expansión es financieramente viable y tiene el potencial de generar utilidades.

4.2. Recomendaciones

- Ya establecido el plan de negocios es necesario que se dé cumplimiento a los objetivos trazados fin de que las operaciones estén enfocadas a satisfacer las necesidades de los usuarios garantizando un servicio de calidad y calidez, lo que favorecerá al crecimiento y expansión de ACCDEPRO S.A.S.
- Se puede ampliar el estudio de mercado a otras ciudades del centro del país tales como Ambato, Quito, Riobamba, La Maná, ya que la población de estas es bastante amplia lo que permitirá definir si ACCDEPRO S.A.S. puede optar por abrir sucursales en estas localidades y extenderse aún más.
- A fin de fidelizar a los usuarios es recomendable desarrollar un plan de beneficios para aquellos participantes de las capacitaciones o certificaciones que atraigan directamente más clientes a ACCDEPRO S.A.S., así como desarrollar un programa para promocionar los servicios de esta empresa a instituciones tanto públicas como privadas de la localidad.
- Al ser un centro de capacitación la Gerencia de ACCDEPRO S.A.S. debe procurar evaluar y monitorear las tendencias del consumidor, a fin de que pueda adaptar su plan de negocio en caso de ser necesario, a fin de optimizar los resultados de su gestión.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. (Sexta ed.). McGraw-Hill.
- Weinberger, K. (2009). *Plan de negocios. Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio*. Nathan Associates Inc. <https://www.nathaninc.com/wp-content/uploads/2017/10/LIBRO-PLAN-DE-NEGOCIOS-2.pdf>.
- 100 Plan de Negocios. (2023). *Estrategia de Marketing para su Plan de Negocios*. <https://www.100plandenegocios.com/estrategia-de-marketing-para-su-plan-de-negocios>
- ACF INTERNATIONAL. (2023). *Metodología CANVAS*. https://www.accioncontraelhambre.org/sites/default/files/documents/pdf/explicacion_metologia_canvas.pdf
- Banco Central del Ecuador BCE. (2023). *Boletín mensual de inflación*. <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf202304.pdf>
- Banco Mundial. (2019). *Informe sobre el Desarrollo Mundial 2019: La naturaleza cambiante del trabajo*. <https://documents1.worldbank.org/curated/en/767331554985479543/pdf/Main-Report.pdf>
- Company & McKinsey. (2018). *Closing the skills gap: Creating workforce-development programs that work for everyone*. <https://www.mckinsey.com/business-functions/organization/our-insights/closing-the-skills-gap-creating-workforce-development-programs-that-work-for-everyone>
- Economía 3. (2023). *Qué es y cómo se elabora un plan de expansión*. <https://economia3.com/que-es-y-como-se-elabora-un-plan-de-expansion/>
- EducaEdu. (2023). *Centro de Capacitación y Actualización Profesional*. <https://www.educaedu.com.mx/centros/centro-de-capacitacion-y-actualizacion-profesional-uni2691#:~:text=El%20Centro%20de%20Capacitaci%C3%B3n%20y,dese%C3%B1o%20acad%C3%A9mico%20o%20desarrollarse%20profesionalmente.>

- GCF Global. (2023). *¿Qué es la oferta y demanda?*.
<https://edu.gcfglobal.org/es/conceptos-basicos-de-economia/que-es-la-oferta-y-demanda/1/#>
- Gobierno de Argentina. (2023). *Perfil profesional*.
https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2._perfil_profesional.pdf
- Guapisaca, A., & Chimbo, A. (2022). *Plan de negocios para la expansión de mercado del Supermercado Garcés de la ciudad de Ambato*. [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Cotopaxi].
<http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/9155/1/PI-002069.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). *Fascículo Provincial Cotopaxi*.
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manual-lateral/Resultados-provinciales/cotopaxi.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2018). *Ecuador en Cifras*.
https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Encuestas_Economicas/Censo_Economico/2018/Resultados_Definitivos_Censo_Economico_2018.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC. (2010). *Resultados del censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador*.
https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/CPV_aplicativos/datos_generales_cpv/05la_tacunga.pdf
- La Hora. (2019). *La falta de planes de negocios afecta a las empresas de capacitación*. <https://lahora.com.ec/noticia/1102216157/la-falta-de-planes-de-negocios-afecta-a-las-empresas-de-capacitacion>
- Medina, K. (2023). *Todo lo que necesitas saber sobre el Lienzo Lean Canvas*.
<https://branch.com.co/marketing-digital/todo-sobre-el-lienzo-lean-canvas/>
- Moreno, J. (2022). *Qué es un plan de negocios, para qué sirve y objetivos*.
<https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-plan-de-negocios>
- Naciones Unidas. (2023). *Objetivos de desarrollo sostenible*.
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/economic-growth/>
- OCDE et al. (2019), *Perspectivas económicas de América Latina 2019: Desarrollo en transición,*

http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44525/S1900182_es.pdf?sequence=4&isAllowed=y

- Ortega, C. (2023). *¿Cómo realizar un muestreo probabilístico?*. <https://www.questionpro.com/blog/es/como-realizar-un-muestreo-probabilistico/>
- Ortega, C. (2023). *¿Qué es la investigación documental?*. <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-documental/>
- Ortega, C. (2023). *Investigación cuantitativa. Qué es y cómo realizarla.* <https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-la-investigacion-cuantitativa/#:~:text=La%20investigaci%C3%B3n%20cuantitativa%20es%20un,cuantificar%20el%20problema%20de%20investigaci%C3%B3n.>
- 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.* [Tesis de grado, Universidad Internacional SEK]. <https://repositorio.uisek.edu.ec/bitstream/123456789/4062/1/Ian%20Salef%20Ouedraogo%20Guayasamin.pdf>
- Pacheco, A. (2018). *Plan de negocio para una empresa de capacitación en competencias laborales.* [Tesis de pregrado, Universidad de Chile]. <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/170069/Plan-de-negocio-para-una-empresa-de-capacitaci%C3%B3n-en-competencias-laborales.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Peña, A. (2017). *Plan de Negocios. Conceptos y elementos principales.* <https://www.gestiopolis.com/plan-negocios-concepto-elementos-principales/>
- Qualtrics. (2023). *¿Qué Es Una Encuesta?*. <https://www.qualtrics.com/es-la/gestion-de-la-experiencia/investigacion/que-es-una-encuesta/>
- Rodríguez, H. (2022). *Evaluación financiera de proyectos ¿Cómo saber si tu negocio es rentable?*. <https://www.crehana.com/blog/desempeno/evaluacion-financiera-proyectos/>

- Sánchez, P. (2023). *Métodos de investigación: Qué son y cómo elegirlos*.
<https://www.questionpro.com/blog/es/metodos-de-investigacion/>
- Sánchez, F. (2019). Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: Consensos y disensos. *Revista Digital Investigación Docencia Universitaria*, 13(1), 102-122. <https://doi.org/10.19083/ridu.2019.644>
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros . (2023). *Constitución de sociedades por acciones simplificadas*.
<https://www.gob.ec/scvs/tramites/constitucion-sociedades-acciones-simplificadas>
- Toledo, N. (2023). *Población y Muestra*.
<https://core.ac.uk/download/pdf/80531608.pdf>

ANEXOS

Anexo 1. Modelo de encuesta

A continuación, se presenta la encuesta que se aplicó a la muestra calculada en el Capítulo II:

Encuesta dirigida a jóvenes y adultos de la ciudad de Latacunga

Objetivo: Elaborar un estudio de mercado para la expansión de la empresa capacitadora ACCDEPRO S.A.S.

Indicaciones: De acuerdo a su punto de vista personal responda con sinceridad a los ítems que se presentan a continuación marcando con una x donde corresponda.

INFORMACIÓN PRELIMINAR

a. Género

Femenino	
Masculino	

b. Rango de edad

18 a 24 años	
25 a 29 años	
30 a 34 años	
35 a 39 años	
40 años en adelante	

c. Formación académica

Bachillerato	
Tecnología - Ingeniería	
Diplomado - Maestría	

d. Ocupación laboral actual

Trabajo en sector público	
Trabajo sector privado	
Autoempleo / negocio propio	
No trabaja	

CUESTIONARIO

Ítem	Descripción	Si	No
1.	Adicional a su instrucción formal ¿considera que las capacitaciones en temas específicos son necesarias?		
2.	¿Piensa que una persona capacitada contribuye a la productividad de la empresa en la que labora?		
3.	¿Cree que disponer de cursos y certificaciones facilita conseguir un empleo?		

4.	Dentro de los requisitos de alguna oferta laboral ¿ha visto que soliciten al postulante alguna certificación o curso en especial que este avalado por el Ministerio de Trabajo?		
5.	En la institución donde labora, ¿se maneja un plan y presupuesto para capacitación de los colaboradores?		
6.	En su trabajo ¿puede usted sugerir temas de capacitación que sean necesarios?		
7.	¿Previamente ha recibido alguna capacitación u obtenido una certificación en alguna institución?		
8.	¿Conoce de instituciones en la ciudad que brinden cursos de capacitación con certificaciones validas por el Ministerio de trabajo?		

9. ¿Cuál considera es el factor que limita a una persona para que curse una capacitación o alcance una certificación?

Poca disponibilidad de tiempo	
Falta de interés	
Costos elevados	
No hay suficiente información sobre los beneficios	

10. ¿Estaría dispuesto a acudir a un centro de capacitación ubicado en la ciudad de Latacunga que proporcione certificaciones avaladas por el ministerio de trabajo?

Si	
No	

11. ¿Cuántos cursos o capacitaciones está dispuesto a recibir en un año?

Uno	
Dos	
Tres	
Cuatro o más	

12. ¿En qué perfil (capacidades o competencias) le gustaría capacitarse - certificarse? (Puede seleccionar varias opciones)

Instrucción en actividades de capacitación	
Formación de formadores	
Actividades de docencia	
Soldadura	
Gestión de soldadura	
Armado de estructuras metálicas	
Mecanizado y construcciones metálicas	
Mecatrónica industrial	
Mecatrónica automotriz	
Mantenimiento electromecánico de vehículos	
Enderezamiento y soldadura automotriz	
Instalaciones eléctricas	
Instalación de equipos y maquinas eléctricas	

Instalación y mantenimiento de equipos electrónicos y eléctricos	
Prevención de riesgos laborales	
Otros: (especifique)	

13. ¿Qué característica considera que es el más importante para decidir en qué institución tomar un curso o capacitación?

Horario flexible	
Instructores que gocen de renombre en sus respectivas áreas	
Precio accesible	
Aulas y laboratorios confortables y equipados	
Calidad de materiales para las prácticas	
Disponible capacitación virtual	
Periodo de acompañamiento posterior a la finalización del curso / capacitación	
Pronta entrega de la certificación una vez culminada la capacitación	

14. ¿Qué precio está dispuesto a pagar por una capacitación?

Entre \$50,00 a \$80,00	
Entre \$81,00 a \$120,00	
\$121,00 en adelante	

15. ¿En qué horario le sería factible recibir una capacitación?

Lunes a viernes en la mañana	
Lunes a viernes en la tarde	
Lunes a viernes en la noche	
Sábados y domingos	

16. ¿En qué lugar le gustaría que se sitúe el centro de capacitación?

Centro de la ciudad	
Ingreso Norte	
Ingreso Sur	

17. ¿Qué aspectos considera importante respecto a la infraestructura y equipamiento de un centro de capacitación? (Puede seleccionar varias opciones)

Aulas amplias	
Disponibilidad de parqueadero	
Acceso a WIFI gratuito	
Equipo y mobiliario moderno	
Áreas de espera y descanso	

Ítem	Descripción	Si	No
18.	¿Tras obtener una buena experiencia en cuanto a un curso o capacitación usted la recomendaría a su familiares, amigos y compañeros de trabajo?		

19.	¿Le gustaría recibir un beneficio para su siguiente capacitación en el caso que recomiende el centro de capacitación a un conocido?		
-----	---	--	--

Ítem	Descripción	Llamada telefónica	Mensaje texto vía WhatsApp	Redes sociales	Correo electrónico
20.	¿Por qué medio recomendaría a sus familiares y amigos sobre su experiencia respecto al centro de capacitación?				
21.	¿Por qué medio le gustaría recibir información sobre nuevos cursos y certificaciones así como promociones o descuentos especiales de los servicios de la capacitadora?				

Gracias por su colaboración.

Anexo 2. Validación de la encuesta

El instrumento fue sometido a una evaluación por parte de un experto a través del siguiente formato:

Validación del instrumento (Encuesta) por juicio experto

Encuesta dirigida a jóvenes y adultos de la ciudad de Latacunga

Objetivo: Elaborar un estudio de mercado para la expansión de la empresa capacitadora ACCDEPRO S.A.S.

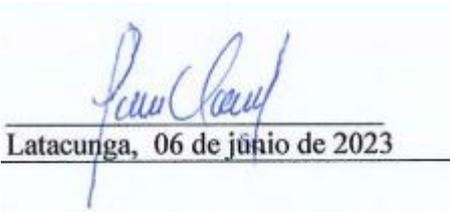
Evaluación del instrumento:

Ítem	Pregunta	Parámetro				Observación
		Pertinencia (recoge información relevante)		Adecuación (Correctamente formulada para los destinatarios)		
		Si	No	Si	No	
1.	Adicional a su instrucción formal ¿considera que las capacitaciones en temas específicos son necesarias?	✓		✓		
2.	¿Piensa que una persona capacitada contribuye a la productividad de la empresa en la que labora?	✓		✓		
3.	¿Cree que disponer de cursos y certificaciones facilita conseguir un empleo?	✓		✓		
4.	Dentro de los requisitos de alguna oferta laboral ¿ha visto que soliciten al postulante alguna certificación o curso en especial que este avalado por el Ministerio de Trabajo?	✓		✓		
5.	En la institución donde labora, ¿se maneja un plan y presupuesto	✓		✓		

	para capacitación de los colaboradores?					
6.	En su trabajo ¿puede usted sugerir temas de capacitación que sean necesarios?	✓		✓		
7.	¿Previamente ha recibido alguna capacitación u obtenido una certificación en alguna institución?	✓		✓		
8.	¿Conoce de instituciones en la ciudad que brinden cursos de capacitación con certificaciones validas por el Ministerio de trabajo?	✓		✓		
9.	¿Cuál considera es el factor que limita a una persona para que curse una capacitación o alcance una certificación?	✓		✓		
10.	¿Estaría dispuesto a acudir a un centro de capacitación ubicado en la ciudad de Latacunga que proporcione certificaciones avaladas por el ministerio de trabajo?	✓		✓		
11.	¿Cuántos cursos o capacitaciones está dispuesto a recibir en un año?	✓		✓		
12.	¿En qué perfil (capacidades o competencias) le gustaría capacitarse -certificarse?	✓		✓		
13.	¿Qué característica considera que es el más importante para decidir en qué	✓		✓		

	institución tomar un curso o capacitación?					
14.	¿Qué precio está dispuesto a pagar por una capacitación?	✓		✓		
15.	¿En qué horario le sería factible recibir una capacitación?	✓		✓		
16.	¿En qué lugar le gustaría que se sitúe el centro de capacitación?	✓		✓		
17.	¿Qué aspectos considera importante respecto a la infraestructura y equipamiento de un centro de capacitación?	✓		✓		
18.	¿Tras obtener una buena experiencia en cuanto a un curso o capacitación usted la recomendaría a su familiares, amigos y compañeros de trabajo?	✓		✓		
19.	¿Le gustaría recibir un beneficio para su siguiente capacitación en el caso que recomiende el centro de capacitación a un conocido?	✓		✓		
20.	¿Por qué medio recomendaría a sus familiares y amigos sobre su experiencia respecto al centro de capacitación?	✓		✓		
21.	¿Por qué medio le gustaría recibir información sobre nuevos cursos y certificaciones así como promociones o descuentos especiales	✓		✓		

	de los servicios de la capacitadora?					
Otros criterios a evaluar						
El instrumento diseñado contiene instrucciones fáciles de entender			✓			
Los ítems están presentados de manera clara y organizada			✓			
Los ítems planteados son suficientes para recolectar información necesaria para el proyecto			✓			

Constancia de validación del instrumento			
Con base al criterio cualitativo y juicio experto, una vez revisados los parámetros y criterios presentados en este documento se establece que el instrumento es:			
Aplicable:	✓	No aplicable	
Validado por:	MSc. Jirma Elizabeth Veintimilla Ruiz		
Número de cédula de ciudadanía:	0502969587		
Firma	 <u>Latacunga, 06 de junio de 2023</u>		

Anexo 3. Información registrada de ACCDEPRO S.A.S. en el Servicio de Rentas Internas SRI

En la página del SRI se puede visualizar los datos de ACCDEPRO S.A.S., su número de RUC, tipo de contribuyente y representante legal

Consulta de RUC

RUC
0591762834001

Razón social
ACCDEPRO S.A.S.

Estado contribuyente en el RUC

ACTIVO

Representante legal

Nombre/Razón Social: VELASTEGUI BRICEÑO ROSARIO GERALDINNE
Identificación: 0704161587

Contribuyente fantasma NO

Contribuyente con transacciones inexistentes NO

Actividad económica principal

ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA QUE NO PUEDE ASIGNARSE A UN NIVEL DETERMINADO, INCLUYE LOS PROCESOS DE FORMACIÓN DOCENTE DE CAPACITACIÓN Y PERFECCIONAMIENTO.

Tipo contribuyente	Régimen	Categoría
SOCIEDAD	RIMPE	EMPRENDEDOR
Obligado a llevar contabilidad	Agente de retención	Contribuyente especial
NO	NO	NO

Anexo 4. Razón de Inscripción ACCDEPRO S.A.S. ante la Superintendencia de Compañías

En la página de la Superintendencia de Compañías se puede visualizar la legalidad de la inscripción de ACCDEPRO bajo la figura de Sociedad por Acciones Simplificada



SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS,
VALORES Y SEGUROS



RAZÓN DE INSCRIPCIÓN

NÚMERO DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO SOCIETARIO: 48556
FECHA DE REGISTRO: 07/03/2022
HORA DE REGISTRO: 20h19

En cumplimiento de lo dispuesto en la Ley de Compañías y la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, el Registro de Sociedades de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, ha inscrito con fecha siete de Marzo del dos mil veinte y dos, bajo el número 48556 en el Libro de Registro Societario, la CONSTITUCIÓN de la sociedad por acciones simplificada denominada: ACCDEPRO S.A.S.

Ambato, 07 de marzo de 2022



SCVS220002159142

SORIANO YEPEZ WALTER SANDRO
INTENDENTE DE COMPAÑIAS DE AMBATO

Nota: La veracidad y autenticidad de la información proporcionada por el administrado durante este proceso, es de su exclusiva responsabilidad, de conformidad con lo previsto en el artículo innumerado séptimo agregado a continuación del artículo 317 de la Ley de Compañías, por la Disposición Reformativa Octava de la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación; y, en concordancia con lo expresado en la Ley Orgánica de Optimización y Eficiencia de Trámites Administrativos. En consecuencia, la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros presumirá que las declaraciones, documentos y actuaciones de las personas efectuadas en virtud del presente trámite administrativo son verdaderas, bajo aviso a los comparecientes que, en caso de verificarse lo contrario durante las labores de control previo de legalidad, el trámite y resultado final de la gestión podrán ser, negados o archivados, sin perjuicio de las responsabilidades administrativas, civiles y penales que pudieren concurrir.

Digitally signed by WALTER
SANDRO SORIANO YEPEZ
Date: 2022.03.07 20:00:45 ECT
Location: SCVS

Anexo 5. Galería fotográfica ACCDEPRO S.A.S.

Se presentan a continuación algunas imágenes del trabajo que lleva realizando ACCDEPRO S.A.S.





