



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE LICENCIATURA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

TEMA

PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO PARA LA CREACIÓN DE UNA ESCUELA DE
CAPACITACIÓN Y ASESORÍA FINANCIERA, EN LA CIUDAD DE IBARRA,
IMBABURA ECUADOR.

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIATURA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORIA

AUTOR:

SARA GABRIELA TORRES HEREMBÁS

DIRECTORA:

MSC. SANDRA MERCEDES GUEVARA LÓPEZ

IBARRA, 2023

RESUMEN

El presente trabajo de titulación propone crear un centro de capacitación y asesoría financiera en el cantón Ibarra, provincia de Imbabura, se realizó este proyecto al ver que las personas tienen bajos conocimientos en temas tanto financieros como contables, teniendo como resultado la toma de malas decisiones al momento de invertir, gastar e incluso llegar al sobreendeudamiento, haciendo que las personas sean mal vistas por las entidades bancarias cuando decidan solicitar un préstamo, a su vez esto genera una mala calidad de vida.

Con lo anteriormente mencionado para la su apertura, debe cumplir con los requisitos y condiciones que la (SETEC) secretaría técnica del sistema nacional de Cualificaciones Profesionales exige para otorgar el aval académico, donde se debe dar calidad académica en los cursos a ofertar, lo cual impulsa, gestiona el sistema con responsabilidad y transparencia, impulsando la capacitación y certificación, ayudando a fortalecer y reconocer las habilidades competitivas de todo el país. Seguido a esto el GAD-San Miguel de Ibarra quien es el encargado de dar los permisos de funcionamiento de los establecimientos que garanticen un funcionamiento legal dentro de la ciudad, dando cumplimiento a las ordenanzas.

Dentro de este estudio se engloban términos conceptuales, se analizan estrategias, metodología e instrumentos de investigación que son la encuesta y entrevista que son aptos para el desarrollo de este proyecto

Posteriormente en el diagnóstico situacional se analizó las cinco fuerzas de PORTER y realizó una matriz AOOR definiendo aliados, oponentes, oportunidades, riesgos en el que está rodeado el proyecto.

Los resultados obtenidos en la encuesta se visualizó la gran demanda en capacitarse por parte de quienes tienen emprendimientos y la oferta de cursos de capacitación no satisfacen de las necesidades de conocimiento financiero.

Posteriormente se aplicó un estudio técnico-administrativo para elegir los implementos y recursos necesarios para el centro de comienzo a sus funciones, determinar la macro y micro localización de la sede principal.

Finalmente se desarrolló el estudio financiero donde se elaboró los estados financieros a 5 años y la aplicación de los indicadores financieros para indicar si este proyecto tiene viabilidad a largo plazo en base a todo lo manifestado se realizaron conclusiones y recomendaciones.

ABSTRACT

The present titling work proposes to create a training and financial advisory center in the Ibarra canton, Imbabura province, this project was carried out when seeing that people have low knowledge in both financial and accounting issues, resulting in making bad decisions when investing, spending and even reaching over-indebtedness, causing people to be frowned upon by banks when they decide to apply for a loan, which in turn generates a poor quality of life.

With the aforementioned for its opening, it must comply with the requirements and conditions that the (SETEC) technical secretariat of the national system of Professional Qualifications requires to grant the academic endorsement, where academic quality must be given in the courses to be offered, which encourages , manages the system with responsibility and transparency, promoting training and certification, helping to strengthen and recognize the competitive skills of the entire country. Following this, the GAD-San Miguel de Ibarra, who is in charge of issuing the operating permits for the establishments that guarantee legal operation within the city, complying with the ordinances.

Within this study, conceptual terms are included, strategies, methodology and research instruments are analyzed, which are the survey and interview that are suitable for the development of this project.

Subsequently, in the situational diagnosis, PORTER's five forces were analyzed and an AOOD matrix was made defining allies, opponents, opportunities, risks in which the project is surrounded.

The results obtained in the survey showed the great demand for training by those who have enterprises and the offer of training courses do not meet the needs of financial knowledge.

Subsequently, a technical-administrative was applied to choose the necessary implements and resources for the center to start its functions, determine the macro and micro location of the main headquarters.

Finally, the financial one was released where the 5-year financial statements were prepared and the application of financial indicators to indicate a study if this project has long-term viability based on everything stated, conclusions and recommendations were obtained.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1004542815		
APELLIDOS Y NOMBRES:	TORRES HEREMBÁS SARA GABRIELA		
DIRECCIÓN:	CESÁR MORALES GRANDA Y MIGUEL ÁNGEL BUONAROTTI		
EMAIL:	sgtorresh@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	062957-035	TELÉFONO MÓVIL:	0969942741

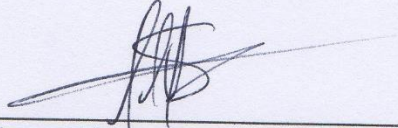
DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO PARA LA CREACIÓN DE UNA ESCUELA DE CAPACITACIÓN Y ASESORÍA FINANCIERA, EN LA CIUDAD DE IBARRA, IMBABURA ECUADOR”
AUTOR (ES):	TORRES HEREMBÁS SARA GABRIELA
FECHA:	11/09/2023
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	LICENCIATURA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
ASESOR /DIRECTOR:	MSC. SANDRA MERCEDES GUEVARA LÓPEZ

2. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 11 días del mes de noviembre de 2023

LA AUTORA:



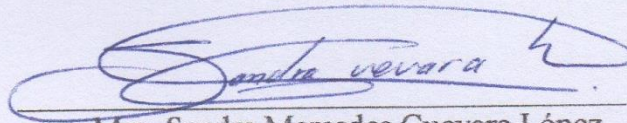
Torres Herembás Sara Gabriela
C.I: 1004542815

OTNIMINDICATORIA

APROBACIÓN DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Directora de Trabajo de Grado presentados por la Señorita Torres Herembás Sara Gabriela, para optar el título de INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, cuyo tema es "PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO PARA LA CREACIÓN DE UNA ESCUELA DE CAPACITACIÓN Y ASESORÍA FINANCIERA, EN LA CIUDAD DE IBARRA, IMBABURA ECUADOR", considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a presentación y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 27 días del mes de marzo de 2023



Msc. Sandra Mercedes Guevara López

C.I: 100254138-9

DIRECTORA DE TRABAJO DE GRADO

DEDICATORIA

Siempre soñé con ser una gran contadora, es por eso que mientras pasaban los semestres cimentaba los conocimientos académicos que mi casona de estudios la Universidad Técnica del Norte, me apporto para mi formación profesional es por eso que le pido a Dios que siempre bendiga a quienes conforman este campus universitario.

A mis padres José Torres y Cumandá Herembás quienes a pesar de las constantes preocupaciones, nunca dejaron de apoyarme en todo momento con ello ver reflejado todos sus esfuerzos, sacrificios, venciendo obstáculos en equipo logrando un trabajo de grado exitoso.

A cada uno de los Docentes quienes me impartieron sus conocimientos sin ningún egoísmo profesional.

A mi hija Emma quien ha sido mi inspiración y fortaleza para superar todas las angustias, desánimos, que se han presentado en el desarrollo de mi carrera.

A mis familiares y amistades que aportaron conocimientos e ideas para dar forma a este proyecto.

Torres Herembás Sara Gabriela

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios y a la Virgen Santísima del Quinche a quienes siempre invoque para que me llenen de perseverancia, constancia, empeño y no permitieran rendirme ante cualquier tropiezo que se presentará en mi camino.

A mis padres: José Torres y Cumanda Herembás, quienes han sido el pilar fundamental en mi formación tanto personal como profesional a lo largo de toda mi vida.

A mi asesora Msc. Sandra Guevara quien guió el presente proyecto para llegar con feliz éxito a su culminación.

A mis lectores Msc. Rocío Guadalupe León Carlosama y Msc. Julio César Andrade Palacios quienes con mucha paciencia me orientaron a darle un mejor sentido a mi trabajo de grado no solo para mí, sino que tenga buen visto para toda sociedad.

Finalmente, a mis familiares y amigos que me ayudaron con sus ideas, consejos que fueron un apoyo en todos los procesos de desarrollo del este proyecto.

Torres Herembás Sara Gabriela

ÍNDICE DE CONTENIDO

Contenido	
RESUMEN	I
ABSTRACT	II
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN	III
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	
APROBACIÓN DE TRABAJO DE GRADO	V
DEDICATORIA	VI
AGRADECIMIENTO	VII
CAPÍTULO I	1
Diagnóstico	1
1.1. Introducción	1
1.2. Objetivo General.....	2
1.3. Determinación y justificación del problema	2
1.4. Propuesta de la idea de negocios.....	6
1.4.1. Descripción de la idea.....	6
1.4.2. Descripción del servicio.....	7
1.4.3. Descripción segmento de mercado	7
1.4.4. Descripción del Modelo de negocio	8
1.4.5. Describa el tipo de empresa a constituir	10
1.5. Sustentar la innovación y pertinencia de la idea de negocios.....	10
1.5.1. Innovación en producto o servicio.....	10
1.5.2. Innovación en la organización	11
1.5.3. Innovación en los procesos.....	11
1.5.4. Innovación en el marketing	11
1.6. Identificación de las variables diagnósticas.....	12
1.7. Matriz Diagnóstica.....	13
1.8. Factores que intervienen en la puesta en marcha de la idea de negocio	14
1.8.1. Situación del macro ambiente.....	14
1.8.1.1. Político legal	14
1.8.1.2. Demográfico	16
1.8.1.3. Económico	16
1.8.1.4. Social	17
1.8.1.5. Tecnológico	18
1.9. Situación competitiva de la industria	19
1.9.1. Análisis de PORTER.....	19
1.10. Matriz Aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.....	23

1.11.	Conclusión Diagnóstica.....	24
CAPÍTULO II.....		25
Fundamentación Teórica		25
2.1.	Introducción	25
2.2.	Objetivo.....	25
2.3.	Fundamentación metodológica	26
2.3.1.	Tipos de investigación.....	26
2.3.1.1.	Investigación cuantitativa descriptiva:	26
2.3.1.2.	Investigación cualitativa exploratoria:.....	27
2.3.1.3.	Investigación cualitativa explicativa:	27
2.3.2.	Métodos de investigación	28
2.3.2.1.	Método Deductivo	28
2.3.2.2.	Método Inductivo	28
2.3.3.	Tipos de muestreo.....	28
2.3.3.1.	Muestreo probabilístico o no probabilístico	28
2.3.3.2.	Población	29
2.3.3.3.	Selección de una muestra	30
2.3.4.	Técnicas e Instrumentos	30
2.3.4.1.	Encuesta.....	30
2.3.4.2.	Entrevista	30
2.4.	Fundamentación de la propuesta	31
2.4.1.	Términos Generales	31
2.4.1.1.	Emprendimiento	31
2.4.1.2.	Negocio.....	31
2.4.1.3.	Factibilidad	32
2.4.1.4.	Estudio de Mercado	32
2.4.1.5.	Clientes	32
2.4.1.6.	Oferta	33
2.4.1.7.	Demanda.....	33
2.4.1.8.	Estudio Técnico	33
2.4.1.9.	Marketing Digital	33
2.4.2.	Términos Específicos	34
2.4.2.1.	Capacitación	34
2.4.2.2.	Asesoría	34
2.4.2.3.	Finanzas	34
CAPÍTULO III		36
Propuesta.....		36

3.1.	Introducción.....	36
3.2.	Objetivo general	36
3.3.	Objetivos Específicos	37
3.4.	Modelo de negocio	37
3.4.1.	Modelo de Negocio E-Learning	37
3.4.2.	Lienzo CANVAS.....	38
3.4.3.	Descripción de los elementos CANVAS.....	39
3.4.3.1.	Segmento de clientes	39
3.4.3.2.	Propuesta de valor	40
3.4.3.3.	Relación con los clientes	43
3.4.3.4.	Canales	43
3.4.3.5.	Fuentes de ingreso	43
3.4.3.6.	Actores clave	44
3.5.	Estudio de mercado	46
3.5.1.	Diseño de la investigación de mercados.....	46
3.5.2.	Matriz de variables del estudio de mercado	48
3.5.3.	Segmentación de mercados	50
3.5.3.1.	Geográfica	50
3.5.3.2.	Demográfica	50
3.5.3.2.1.	Población Económicamente Activa.....	51
3.5.3.3.	Psicográfica	52
3.5.3.4.	Conductual.....	53
3.5.4.	Clientes	53
3.5.5.	Tipo de muestreo y cálculo de la muestra	54
3.5.5.1.	Fórmula cálculo de la muestra.....	54
3.5.6.	Instrumentos de recolección	55
3.5.7.	Análisis de Resultados.....	55
3.5.8.	Análisis de la Encuesta	57
3.5.9.	Análisis de la demanda	70
3.5.9.1.	Proyección Demanda.....	71
3.5.10.	Análisis de la Oferta	72
3.5.10.1.	Proyección Oferta.....	72
3.5.11.	Demanda Insatisfecha.....	75
3.5.11.1.	Demanda a cubrir.....	75
3.5.12.	Estrategias de comercialización.....	75
3.6.	Estudio técnico – administrativo	78
3.6.1.	Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto	78

3.6.1.1.	Macro localización	78
3.6.2.	Análisis y determinación del tamaño óptimo de la empresa	80
3.6.2.1.	Mercado	80
3.6.2.2.	Tecnología	80
3.6.2.3.	Disponibilidad de Recursos	83
3.6.2.4.	Financiamiento	83
3.6.2.5.	Capacidad Instalada	83
3.6.3.	Ingeniería del proyecto	86
3.6.3.1.	Distribución de la planta.....	86
3.6.3.2.	Diseño planimétrico de la planta	86
3.6.3.3.	Requerimientos por áreas	87
3.6.4.	Identificación y descripción de los procesos	89
3.6.4.1.	Caracterización y diseño del servicio	89
3.6.4.2.	Descripción del proceso productivo o prestación del servicio	90
3.6.5.	Estructura organizativa y administrativa	91
3.6.5.1.	Misión.....	91
3.6.5.2.	Visión	91
3.6.5.3.	Políticas	92
3.6.5.4.	Valores.....	93
3.6.5.5.	Marca e imagen corporativa	94
3.6.5.6.	Mapa de procesos	95
3.6.5.7.	Flujograma de actividades	96
3.6.5.7.1.	Diagrama de Flujo	96
3.6.5.7.2.	Metodología de ANSI.....	96
3.6.5.8.	Descripción del diagrama de flujo.....	105
3.6.5.9.	Organigrama	115
3.6.5.10.	Manual de funciones.....	116
3.6.6.	Constitución legal de la empresa y propiedad intelectual	123
3.6.6.1.	Sociedad de Acciones Simplificadas	123
3.6.6.2.	Proceso de Constitución	123
3.6.6.3.	Permiso de registro de marca. (SENADI)	125
3.6.6.4.	Nombre comercial de la empresa	126
3.7.	Estudio financiero.....	126
3.7.1.	Inversiones y capital de trabajo	127
3.7.1.1.	Equipo de computación	127
3.7.1.2.	Muebles y enseres.....	127
3.7.1.3.	Equipo de Oficina.....	127

3.7.1.4.	Equipo de Seguridad.....	128
3.7.1.5.	Resumen Inversión Fija.....	128
3.7.1.6.	Roles de Pago	128
3.7.1.7.	Capital de Trabajo	129
3.7.1.8.	Total de Inversión.....	129
3.7.1.9.	Fuentes de Financiamiento	130
3.7.2.0.	Tasas de Rendimiento Medio	132
3.7.2.1.	Costo de Producción.....	133
3.7.2.	Estado de Situación Financiera.....	135
3.7.3.	Estado de Resultados	136
3.7.4.	Estado de Flujo de Efectivo.....	137
3.7.5.	Cálculo del Valor Actual Neto	138
3.7.7.	Período de Recuperación	138
3.7.10.	Resumen de los indicadores financieros.....	141
3.7.11.	Análisis de Sensibilidad	142
CAPÍTULO IV	143
Validación	143
4.1.	Introducción	143
4.2.	Descripción del estudio	143
4.3.	Objetivo	143
4.4.	Equipo de trabajo.....	143
4.5.	Método de verificación.....	144
4.6.	Método de calificación	145
4.7.	Rango de interpretación.....	146
4.8.	Resultados.....	146
4.9.	Resultados.....	157
CONCLUSIONES	158
RECOMENDACIONES	160
BIBLIOGRAFÍA	161
ANEXOS	166

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Descripción de la Idea	6
Tabla 2: Modelo de Canvas	9
Tabla 3: Variables e indicadores diagnósticos	12
Tabla 4: Matriz Diagnóstica	13
Tabla 5: Número de emprendimientos y empresas	16
Tabla 6: Porcentajes de Ingreso del Cantón Ibarra	16
Tabla 7: Porcentajes de empleo y desempleo	17
Tabla 8: Matriz AOOD	23
Tabla 9: Cálculo de la población	29
Tabla 10: Lienzo de Canvas	38
Tabla 11: Mapa de Empatía	39
Tabla 12: Módulos de Capacitación	41
Tabla 13: Matriz de variables del estudio de mercado	48
Tabla 14: Descripción de la Población Económicamente Activa	51
Tabla 15: Descripción total de la Población Económicamente Actual	52
Tabla 16: Cálculo de la muestra	54
Tabla 17: Locales y Emprendimientos encuestados (Sector Urbano)	56
Tabla 18: Locales y Emprendimientos encuestados (Sector Rural)	57
Tabla 19: Demanda Específica	71
Tabla 20: Descripción Variables	72
Tabla 21: Proyección Demanda	72
Tabla 22: Oferta Específica	73
Tabla 23: Tabla del Proyecto	73
Tabla 24: Proyección Oferta	74
Tabla 25: Demanda Insatisfecha	75
Tabla 26: Factores de Micro localización	78
Tabla 27: Herramientas Tecnológicas	80
Tabla 28: Equipo de Oficina	81
Tabla 29: Nómina de Trabajadores	83
Tabla 30: Capacidad Instalada	83
Tabla 31: Cálculo de la capacidad instalada (horas de clase)	85
Tabla 32: Simbología ANSI	96
Tabla 33: Matriz aclaratoria del subproceso P01-S01 Dirección Estratégica	105
Tabla 34: Matriz aclaratoria del subproceso P02-S02 Elaboración de módulos de aprendizaje	106
Tabla 35: Matriz aclaratoria del subproceso P04-S02 Planificación Curricular	107
Tabla 36: Matriz aclaratoria del subproceso P05-S01 Selección del Personal	108
Tabla 37: Matriz aclaratoria del subproceso P06-S01 Registro de Transacciones	110
Tabla 38: Matriz aclaratoria del subproceso P07-S01 Compra de suministros y materiales	111
Tabla 39: Matriz aclaratoria del subproceso P07-S02 Adquisición equipos, antivirus y plataforma educativa	112
Tabla 40: Matriz aclaratoria del subproceso P07-S03 marketing y publicidad	113
Tabla 41: Manual de funciones Gerente	116
Tabla 42: Manual de funciones Secretaría	117
Tabla 43: Manual de funciones Contadora	119
Tabla 44: Manual de funciones Docente en Contabilidad	120
Tabla 45: Manual de funciones Docente en Economía y Mención Finanzas	121
Tabla 46: Pasos para constituir una S.A.S	124

<i>Tabla 47: Proceso del registro de la marca</i>	125
<i>Tabla 48: Trámite del registro de la marca</i>	126
<i>Tabla 49: Equipo de computación</i>	127
<i>Tabla 50: Muebles y Enseres</i>	127
<i>Tabla 51: Equipo de Oficina</i>	127
<i>Tabla 52: Equipo de Seguridad</i>	128
<i>Tabla 53: Resumen Inversión Fija</i>	128
<i>Tabla 54: Roles de Pago</i>	128
<i>Tabla 55: Servicios Prestados</i>	128
<i>Tabla 56: Capital de Trabajo</i>	129
<i>Tabla 57: Inversión Inicial</i>	129
<i>Tabla 58: Fuentes de Financiamiento</i>	130
<i>Tabla 59: Tabla de Amortización</i>	130
<i>Tabla 60: Resumen Tabla de Amortización</i>	132
<i>Tabla 61: Costo de Oportunidad</i>	132
<i>Tabla 62: Tasa de Rendimiento Medio</i>	133
<i>Tabla 63: Costo Unitario (Modalidad presencial)</i>	133
<i>Tabla 64: Costo Unitario (Modalidad virtual)</i>	134
<i>Tabla 65: Precio unitario del curso</i>	135
<i>Tabla 66: Estado de Situación Financiera</i>	135
<i>Tabla 67: Estado de Resultados</i>	136
<i>Tabla 68: Flujo de Caja</i>	137
<i>Tabla 69: Tasa de Descuento</i>	137
<i>Tabla 70: Flujo del Proyecto</i>	137
<i>Tabla 71: Valor Actual Neto</i>	138
<i>Tabla 72: Tasa Interna de Retorno</i>	138
<i>Tabla 73: Flujos Descontados</i>	138
<i>Tabla 74: Punto de Equilibrio (presencial)</i>	139
<i>Tabla 75: Punto de Equilibrio (virtual)</i>	140
<i>Tabla 76: Análisis costo/beneficio</i>	141
<i>Tabla 77: Resumen de los indicadores financieros</i>	141
<i>Tabla 78: Análisis de sensibilidad del precio del curso por modalidad</i>	142
<i>Tabla 79: Equipo de Trabajo</i>	144
<i>Tabla 80: Matriz de Verificación</i>	144
<i>Tabla 81: Criterios de validación</i>	145
<i>Tabla 82: Rango de Interpretación</i>	146
<i>Tabla 83: Matriz de validación tutor</i>	147
<i>Tabla 84: Matriz de Validación Oponente 1</i>	151
<i>Tabla 85: Matriz de Validación Oponente 2</i>	154
<i>Tabla 86: Resultados de la matriz de validación</i>	156

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1: Redes Sociales y Plataformas Digitales</i>	19
<i>Figura 2: Sector Urbano ubicación</i>	57
<i>Figura 3: Sector Rural ubicación</i>	58
<i>Figura 4: Género</i>	59
<i>Figura 5: Rango de Edad</i>	60
<i>Figura 6: Actividades</i>	60
<i>Figura 7: Tiempos de duración</i>	61
<i>Figura 8: Rentabilidad</i>	62
<i>Figura 9: Dificultades Financieras</i>	62
<i>Figura 10: Frecuencia de Capacitación</i>	63
<i>Figura 11: Dispositivos Electrónicos</i>	64
<i>Figura 12: Resultados del Uso</i>	65
<i>Figura 13: Interés de Capacitación</i>	65
<i>Figura 14: Temas de Financiamiento</i>	66
<i>Figura 15: Aspectos</i>	67
<i>Figura 16: Valores Económicos</i>	68
<i>Figura 17: Modalidad de Estudio</i>	68
<i>Figura 18: Medios de Comunicación</i>	69
<i>Figura 19: Opinión</i>	70
<i>Figura 20: Frecuencia de Capacitación</i>	71
<i>Figura 21: Macro localización</i>	78
<i>Figura 22: Micro localización (Ubicación Exacta)</i>	79
<i>Figura 23: Macro localización</i>	79
<i>Figura 24: Diseño de la planta</i>	87
<i>Figura 25: Mapa de procesos</i>	95
<i>Figura 26: Diagrama de flujo de la administración</i>	97
<i>Figura 27: Diagrama de flujo de la gestión de calidad académica</i>	98
<i>Figura 28: Diagrama de flujo del proceso de capacitación</i>	99
<i>Figura 29: Diagrama de flujo de contratación de docentes</i>	99
<i>Figura 30: Diagrama de flujo del manejo de recursos contables</i>	101
<i>Figura 31: Diagrama de flujo de adquisición de suministros</i>	102
<i>Figura 32: Diagrama de flujo de adquisición de equipos, software y plataforma educativa</i>	103
<i>Figura 33: Diagrama de flujo de marketing y publicidad</i>	104
<i>Figura 34: Organigrama Funcional</i>	116

CAPÍTULO I

Diagnóstico

1.1.Introducción

En este mundo globalizado de negocios donde los procesos, los sistemas, se han vuelto más exigentes, se siente la necesidad de que las personas aprendan a manejar correctamente su economía; es más a partir de la aparición de la pandemia se pudo ver que muchas personas pusieron sus negocios de emprendimiento pero al poco tiempo quebraron, porque no tenían conocimientos acerca del manejo de su capital.

Lo que se ha vivido durante estos dos años fue una experiencia trascendental para todos, pues se vió cuán importante es planificar y priorizar las cosas realmente necesarias para el diario vivir. Se verifico que el ahorro es importante para subsistir en tiempos de crisis.

La Organización Mundial de la Salud el 11 de Marzo del 2020 declaró pandemia global al COVID-19, por lo que el Gobierno Nacional del Ecuador mediante Acuerdo Ministerial No 00126-2020 emitido en la misma fecha declaró el estado de emergencia sanitaria en el sistema nacional de salud y mediante el Decreto Ejecutivo Nro. 1017 del 16 de Marzo del 2020; dando comienzo al-estado de excepción por calamidad pública en todo el país, obligando a la paralización total las actividades comerciales y turísticas esto hizo que las personas entren en desesperación ya que no generaban ingresos para cubrir sus necesidades básicas.

Por esta situación, se vio la necesidad de improvisar negocios y emprendimientos sin previa planificación donde las personas no sabían cómo administrar su dinero, ni cómo invertir correctamente.

Por estas razones, surgió la idea de crear un centro donde se capacite a las personas en cuanto a la forma de organizar adecuadamente sus finanzas, tomando en cuenta que la

capacitación debe ser considerada una inversión, mas no un gasto, puesto que una persona que se alimenta de conocimientos actuales está acorde con las necesidades del medio.

1.2.Objetivo General

Diagnosticar la situación actual de la capacitación financiera en las empresas y personas en la ciudad de Ibarra.

1.3.Determinación y justificación del problema

Considerando que toda persona que tenga un oficio sea cual sea se ve obliga a ingresar al mundo financiero porque hace sus compras, utilizan tarjetas de crédito, tienen ahorros en el banco, realizan negocios, quiere irse de vacaciones, comprar una casa, planes de estudio en el extranjero, etc; esto hace que exista la necesidad de tener una cultura financiera, para poder administrar el dinero de mejor manera y a la vez tener mayor oportunidad de inversión bajando el riesgo de sobreendeudamiento.

En nuestro medio no hay la costumbre de capacitarse o estar actualizado en temas específicos de gran importancia y relevancia, además las personas no tienen el suficiente interés para invertir en actualización de conocimientos ya sea por la falta de tiempo, dinero o equipos tecnológicos.

Toda persona debería estar en la capacidad de saber administrar su dinero, mirar cuáles son las mejores opciones al momento de invertir o gastar, pues esto repercutirá directamente en su calidad de vida. Por ejemplo, si se quiere emprender un negocio se debería saber cuál es el mejor modelo de negocio a implementar o cómo se debería realizar un buen plan de negocio y esto ayudaría a cimentar la idea con mayores garantías de éxito.

En estos dos últimos años donde surgió el fenómeno pandémico denominado COVID19 que nos hizo reaccionar, tomar conciencia de la realidad en la que se tuvo que vivir, las cosas y miembros de la familia que se perdieron, la desesperación de no contar con fondos de emergencia para poder salir de la crisis que se presentó, obligando a buscar alternativas de sobrevivencia económica ya que la situación de vida se volvió desfavorable por el desempleo, la pobreza, la enfermedad que reinó en este difícil tiempo.

Muchas personas tuvieron que cambiar drásticamente sus formas de trabajo principalmente aquellos que vivían del turismo, comercio, textiles, artesanías, entretenimiento, transportes, debido al distanciamiento social que restringió la generación de ingresos para sus negocios, ocasionando pérdidas económicas, viéndose obligados a modificar su forma de trabajo habitual, dedicándose a la venta de insumos de desinfección, a la elaboración de trajes anti fluidos, mascarillas, protectores faciales, etc.

En cuanto a los medios de transporte también se crearon nuevas formas de trabajo como: uber (son taxis solicitados por medio de una aplicación de play store), los servicios de delivery (son empresas que se dedican a la entrega rápida de productos como alimentos, medicinas, etc. a cambio de un costo económico), cuyo objetivo es satisfacer las necesidades vitales de la población.

En lo que se refiere a las formas de trabajo se implementó el teletrabajo que consistía en cumplir sus labores desde su domicilio por medio de aparatos tecnológicos, la mayoría de hogares estuvieron obligados a la adquisición de computadoras, laptops, tablets modernas para poder cumplir sus actividades laborales.

En la educación también hubo trascendentales cambios como: contratar aplicaciones como: Zoom, Google Meets, Microsoft Team entre otros para poder enlazarse con los

estudiantes e impartir las clases, los profesores tuvieron que actualizar sus conocimientos, sobre el uso de la tecnología, al igual que los estudiantes tuvieron que aprender a manejar las aplicaciones para solventar los requerimientos de los docentes, pero aquí hay que tomar en cuenta una situación y es que no todos los hogares estuvieron en la posibilidad de adquirir los medios tecnológicos, lo que hizo que los estudiantes retrasen su aprendizaje.

Esta situación de pandemia hizo que el gobierno nacional junto con el Comité de Operaciones Emergentes (COE) cantonal y nacional aplicaran condicionamientos económicos, los mismos que fueron impuestos sin un previo análisis financiero, que permita visualizar los impactos que enfrentaría la sociedad ante esta problemática, puesto que no estaban preparados para aplicar un plan de contingencia económico en caso de sucesos inesperados ni se encontraban capacitados en el ámbito financiero para sobrevivir en la cuarentena obligatoria.

Tomando en cuenta que en el cantón Ibarra hay 181.175 habitantes y está constituida por 5 parroquias urbanas que son: San Francisco, El Sagrario, Los Ceibos, Caranqui, Alpachaca, Priorato y 7 parroquias rurales que son: San Antonio, La Esperanza, Angochagua, Ambuqui, Salinas, La Carolina, Lita, todos ellos son un ente productivo en el sector alimenticio, textil, metalmecánico, maderero entre otros en donde la Población Económicamente Activa está entre los 15 a 65 años de edad representando a 111.085 habitantes siendo el 77,12% que está constituido por el Sector Primario el 11,61%,. El sector secundario del 19,38% dedicado a la manufactura, artesanía, por último, el sector terciario dedicado a los servicios y comercios con el 58,02%.

Se diría que la ciudad de Ibarra ha tenido un declive del 4,7% en relación a la participación global, el 23,8% hace referencia a la tasa de empleo adecuado, el subempleo tuvo una subida del 17,2% a diferencia de años pasados y una cifra

alarmante del 13,3% por desempleo. (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón de Ibarra, 2020).

Este escenario ha sido un fuerte golpe para el desarrollo productivo de la región limitando su competitividad, porque la gran demanda creada por las personas informales, disminuyó los ingresos a los negocios que se dedicaban a fabricar materia prima para las diversas actividades económicas, llegando a la conclusión que el empleo se redujo en un 39,4% en 2020 con relación al 2019, un 41,8% permaneció, y el 18,8% aumento estos porcentajes es una clara razón de que ninguna empresa y/o persona ha estado preparada para sobrellevar una crisis económica. (El Norte, 2020)

Por estas razones, el presente proyecto pretende crear una cultura de administración financiera a nivel personal, familiar, empresarial mediante servicios de capacitación y asesoría personalizados digitalizados según la necesidad, brindando soporte profesional para incentivar al ahorro, brindar alternativas en la toma de decisiones, crear planes de emergencia en cualquier tipo de eventos inesperados futuros.

Los beneficiarios primarios serán las personas que se dedican a los emprendedores, dueños de negocios, a personas dedicadas a la transformación de materias primas quienes son los que integran la Población Económicamente Activa.

Además, se buscará capacitar en temas que sirvan para que el participante aprenda a desarrollar sus capacidades con la finalidad de tener mayores ganancias en sus negocios y a la vez tenga éxito en su emprendimiento. realizar convenios con instituciones públicas y privadas que estén interesadas en capacitar a su personal dentro de sus instalaciones.

1.4.Propuesta de la idea de negocios

1.4.1. Descripción de la idea

Este centro de capacitación y asesoría financiera será un lugar donde los clientes podrán expresar sus inconvenientes financieros, para su respectivo análisis posteriormente se otorgará una guía completa a través de clases virtuales, presenciales acorde a su tiempo, necesidad, creando plantillas de presupuesto, ahorro e inversión, apoyo en temas contables y tributarios, a la vez fijar metas financieras a corto, mediano, largo plazo. Finalmente otorgar una certificación avalada por los entes reguladores, con todo este proceso de enseñanza y aprendizaje se logrará que los clientes aprendan a manejar de manera adecuada sus finanzas y posteriormente puedan realizar una inversión que les proporcione mejoras en su situación económica.

Tabla 1: Descripción de la Idea

Idea Original	Formas de Pensar	Idea Mejorada
Brindar asesoramiento financiero a las personas en para manejar su dinero responsablemente y que el cliente no tenga temor de hablar de su situación financiera actual.	Sombrero Verde	Realizar webinars en donde se brinde una asesoría generalizada, sobre el manejo del dinero mediante la fijación de metas financieras a corto, mediano y largo plazo.
La población con sobreendeudamiento tenga un alivio y alternativas de cómo pagar sus deudas, sin que perjudiquen sus planes futuros.	Sombrero Amarillo	Enseñar a elaborar una tabla de pago de cuotas, según la prioridad del caso.
Generar confianza a través del diálogo con los clientes, donde ellos manifiesten su real situación financiera, sin temor a ser criticados.	Sombrero Rojo	Brindar una asesoría financiera personalizada, para tomar decisiones acertadas al momento de adquirir deudas, hacer gastos o la manera de invertir en nuevas fuentes de ingreso.

Conocer su entorno familiar, laboral y social porque así se conocerá cómo lleva sus diversos gastos, si prioriza sus principales necesidades.	Sombrero Azul	Instruir y elaborar un presupuesto de hogar, negocio, personal según la planificación actual, para tomar decisiones correctas hacia el alcance de metas financieras.
Detectar las falencias y aciertos financieros que han tenido a lo largo del tiempo, para mejorar el manejo del dinero y cumplimiento de las metas.	Sombrero Blanco	Fijar metas de ahorro a corto, mediano y largo plazo, la cantidad de dinero a requerir, que tiempo, que monto va a destinar para cada meta, ya sea mensual, semestral o anual.

Elaborado: La Autora

1.4.2. Descripción del servicio

Los servicios que ofertara el centro de capacitación y asesoría financiera serán acerca de temas en relación al manejo del dinero, identificando las necesidades económicas de cada individuo en la situación que se encuentren, establecer las metas a corto, mediano, largo plazo, fomentar conciencia al momento de invertir, gastar e incluso cuando desee adquirir un préstamo con el objetivo de prevenir un sobreendeudamiento que se torne difícil de salir.

En base a lo mencionado se creará módulos en relación a la economía personal, familiar, tributaria en donde se trabajará de forma dinámica, creativa aplicando plantillas de presupuesto, estudios de caso, actualización en reformas tributarias, metodologías de ahorro, clasificación de gastos, como adquirir deudas responsablemente y finalmente brindar pautas de como los usuarios pueden comenzar a emprender de forma innovadora en el medio actual.

1.4.3. Descripción segmento de mercado

Para la implementación de este centro de capacitación se tomó en cuenta a la Población económicamente activa del cantón Ibarra, como son: los emprendedores, negociantes,

fabricantes directos de materia prima y público en general interesado en capacitarse en el ámbito financiero comprendidos entre la edad de 15 a 65 años.

1.4.4. Descripción del Modelo de negocio

E-LEARNING

Cognos Online (2021). Manifiesta que es la enseñanza y aprendizaje virtual que cualquier tipo de organización lo puede realizar adquiriendo dos tipos de beneficios principales como: la eliminación de barreras físicas, temporales por tiempo, espacio, a la vez acceder a la formación académica de forma permanente que aporta flexibilidad y personalización en todos los procesos necesarios para cimentar los conocimientos, es también una metodología innovadora que tiene muchos recursos en multimedia, audio, video, chats, redes sociales y plataformas digitales en las que se puede agilizar el desenvolvimiento académico, la forma de calificar para mejorar la calidad del servicio.

MODELO DE CANVAS

Tabla 2: Modelo de Canvas

SOCIOS CLAVE Socios estratégicos: SETEC Docentes Calificados SRI PROVEEDORES: World Computers CNT Provesum Cía. Ltda. AB FOTO	ACTIVIDADES CLAVE <ul style="list-style-type: none"> Realizar convocatorias de capacitación y asesoría financiera mensualmente. Planificación y ejecución del cronograma de actividades académicas. . Posteo de actividades en redes sociales. Asistencia inmediata al cliente cuando requiera. Seguimiento post capacitación y asesoría. 	PROPUESTA DE VALOR <ul style="list-style-type: none"> Brindar servicios de capacitación y asesoría financiera en modalidad presencial y virtual, mediante estrategias dinámicas de enseñanza-aprendizaje con el apoyo de herramientas digitales, que incentiven a crear una cultura financiera generando hábitos de ahorro, consumo, inversión y endeudamiento responsable. 	RELACIÓN CON CLIENTES <ul style="list-style-type: none"> Realizar actividades definidas en un proceso lógico, basado en la introducción del servicio, posicionamiento y fidelidad de clientes. Atención personalizada y colectiva. Generar confianza mediante un dialogo acerca de la situación financiera del cliente. 	SEGMENTOS DE CLIENTE <ul style="list-style-type: none"> Personas que tengan pequeñas y medianas empresas. Emprendedores dedicados a la venta de diversos productos y ofrecimiento de servicios en línea. Personas con problemas de manejo de dinero. Negocios que tienen falta de adaptabilidad a la nueva realidad. Población entre 15 a 65 años de edad de la ciudad de Ibarra.
	RECURSOS CLAVE <ul style="list-style-type: none"> Capital Equipo de computación, oficina y útiles de oficina. Recursos humanos 		CANALES <ul style="list-style-type: none"> Facebook Instagram YouTube WhatsApp Zoom Plataforma educativa 	
ESTRUCTURA DE COSTOS <ul style="list-style-type: none"> Adquisición de equipos de cómputo y de oficina. Insumos de papelería Publicidad Mobiliario de oficina Arriendo del Inmueble Adquisición de Antivirus y Plataformas. Constitución y legalización 			FUENTES DE INGRESOS <ul style="list-style-type: none"> Entrega de certificados avalados Contrataciones por entidades públicas y privadas. Suscriptores en redes sociales. 	

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación Propia

1.4.5. Describa el tipo de empresa a constituir

El centro de capacitación y asesoría financiera que se desarrollara será mediante la constitución de Sociedades por Acciones Simplificadas, que está compuesta por una o varias personas naturales o jurídicas donde se responsabilizan del monto aportado ya sea de mayor o menor cuantía, son responsables de las obligaciones laborales, tributarias, académicas que se desarrollaran a lo largo del tiempo.

El tipo de trámite es simplificado sin costo alguno, el mismo se puede ejecutar por medio de actos y documentos privados, donde no es obligatorio realizar escrituras públicas, eliminando gastos notariales, otro de los beneficios es la reducción de tiempo en todos los procesos de constitución porque no necesita inscripción en el Registro Mercantil, quienes conforman pueden fijar restricciones en la transferencia de acciones, obligaciones en los estatutos descritos.

Finalmente, este tipo de sociedad tiene prohibido realizar actividades financieras relacionadas con el mercado de valores y seguros. (Superintendencia de Compañías 2020)

1.5. Sustentar la innovación y pertinencia de la idea de negocios

1.5.1. Innovación en producto o servicio

Para brindar los servicios de capacitación y asesoría financiera se ha pensado en la comodidad, tiempo, necesidad del cliente cuya idea es generar espacios de formación académica para esto se utilizará el método Learning Analytics mismo que permitirá que los estudiantes capten de manera más fácil los conocimientos, ya que la enseñanza será personalizada y además se entregará material didáctico que ayude a cimentar el conocimiento.

1.5.2. Innovación en la organización

Para generar confianza, credibilidad, prestigio y un buen servicio a los clientes se realizará convenios con otras empresas en el mismo ámbito, además de constante actualización financiera a través de colaboradores externos, se dará apertura las sugerencias o ideas que den los clientes siempre pensando en la mejora continua de la institución.

1.5.3. Innovación en los procesos

Para que un proceso sea innovador y tenga la calidad académica que requiere el proyecto, debe tener algo que sobresalga de la enseñanza cotidiana, para eso la actualización debe ser permanente mediante cambios significativos: en la metodología del aprendizaje, materiales físicos, digitales, programas informáticos, convocatorias mensuales de webinars, seminarios, debates, análisis de casos reales, etc., luego una vez que se obtenga los resultados de toda esta enseñanza, este material será subido a las redes sociales para socializar y a la vez promocionar los próximos cursos a dictarse en este centro.

Para incentivar a los participantes, se escogerá a los dos mejores estudiantes puntuados del curso se otorgará una beca de descuento del 50% para el próximo familiar que quiera ingresar en los cursos programados.

1.5.4. Innovación en el marketing

Para que una empresa o negocio tenga el éxito deseado es necesario utilizar medios innovadores en la publicidad del servicio, para este fin se utilizará:

Networking.- como se sabe este medio ayuda a tener una red de contactos afines a los temas de capacitación y asesoría financiera, este medio permitirá estar en constante

contacto con las personas que estén interesadas en seguir cursos relacionados al ámbito financiero.

Relaciones Públicas.- se acudirá a los medios masivos de comunicación para dar a conocer el servicio que se va a ofertar, se realizará ruedas de prensa en los canales de televisión del medio, se hará publicidad en las redes sociales como Instagram, Facebook , WhatsApp Business, Tik Tok, etc.,

Alianzas Estratégicas.- Se hará convenios con empresas públicas, privadas, institutos de educación superior y estudiantes de bachillerato.

Publicidad Efectiva Off y Online.- para dar a conocer los cursos financieros a ofertar, se realizará campañas en Facebook Ads y Youtube, dirigido específicamente al público interesado en estos temas.

1.6. Identificación de las variables diagnósticas

Tabla 3: Variables e indicadores diagnósticos

Variables	Indicadores
Aspecto Político Legal	Constitución de la República del Ecuador Código de Trabajo Secretaria Técnica del Sistema Nacional de Cualificaciones y Capacitación. Superintendencia de Compañías. Reglamento para la renovación de los capacitadores independientes calificados.
Aspecto Demográfico	Índice de la Población Económicamente Activa. Número de emprendimientos y empresas vigentes en el cantón.
Aspecto Económico	Porcentajes de ingresos del cantón Ibarra. Porcentaje de empleo y desempleo en el cantón Ibarra.
Aspecto Social	Temas de actualidad más atractivos en finanzas. Metodologías de aprendizaje.
Aspecto Tecnológico	Dispositivos electrónicos que más usa la población. Redes Sociales y Plataformas Digitales más demandadas.

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación Propia

1.7. Matriz Diagnóstica

Tabla 4: Matriz Diagnóstica

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN	FUENTE DE INFORMACIÓN
Ejecutar un diagnóstico actual en lo que refiere a las leyes, permisos para la creación de la escuela de capacitación y asesoría financiera.	Político – Legal	Constitución de la República del Ecuador Código de Trabajo Secretaría Técnica del Sistema Nacional de Cualificaciones y Capacitación. Superintendencia de Compañías. Reglamento para la renovación de los capacitadores independientes calificados.	Documental	Leyes y Reglamentos vigentes actualizados.
Investigar la situación económica actual de la Población Económicamente Activa del cantón.	Demográfico	Índice de la Población Económicamente Activa. Número de emprendimientos y empresas vigentes en el cantón.	Documental	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Ibarra. Página web de la Presidencia de la República del Ecuador. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. INEC
	Económico	Porcentajes de ingresos del cantón Ibarra. Porcentaje de empleo y desempleo en el cantón Ibarra.		
Realizar un estudio para identificar el nivel de conocimiento en temas financieros y clasificar las principales actividades económicas	Económico	Porcentajes de ingresos del cantón Ibarra. Porcentaje de empleo y desempleo en el cantón Ibarra.	Documental	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Ibarra. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos Cámara de Comercio de Ibarra Asociación de Emprendedores Ibarra Opinión Ciudadana.
	Social	Temas de actualidad más atractivos. Metodologías de aprendizaje.		
Analizar los aspectos tecnológicos requeridos para desarrollar el proyecto de emprendimiento	Tecnológico	Dispositivos electrónicos que más usa la población. Redes Sociales y Plataformas Digitales más demandadas.	Observación Documental	Almacenes tecnológicos Opinión Ciudadana Posibles Clientes Biblioteca Virtual La evolución digital

Elaborado por: La autora

1.8. Factores que intervienen en la puesta en marcha de la idea de negocio

1.8.1. Situación del macro ambiente

1.8.1.1. Político legal

Para constituir el centro de capacitación y asesoría financiera se deben cumplir con las normas y leyes vigentes.

Constitución del Ecuador

Las leyes de la constitución se fundamentan en obligaciones y derechos que tienen los ciudadanos, además están escritas las garantías que la misma otorga para la creación de las diversas empresas de servicios en beneficio del pueblo ecuatoriano (Cap.6to. de trabajo y producción, Sección 1era. Formas de Organización de la producción y su gestión) donde en el Art. 329 recalca que el Estado impulsará la formación, la capacitación de calidad para mejorar el acceso al primer empleo, promover las habilidades en el emprendimiento.

Además, el Estado reconoce a los jóvenes como actores estratégicos en el desarrollo del país en diversos temas de interés actual.

Se promoverá la participación e inclusión a través de convenios con entidades públicas y privadas que puedan ser parte del centro de capacitación y asesoría financiera, la que dará mayor realce, se ganara prestigio, se tendrá una gran acogida al centro de formación siendo un importante ente socio-económico.

Código de Trabajo

El centro de capacitación para la contratación de docentes, personal administrativo y de servicio se acogerá a lo que estable el Código de Trabajo y de la misma manera la institución estará protegida por lo que menciona el Art. 441: “Protección del Estado.-

Las asociaciones de trabajadores de toda clase están bajo la protección del Estado, siempre que persigan cualquiera de los siguientes fines:

- La capacitación profesional
- La cultura y educación de carácter general o aplicado a la correspondiente rama del trabajo;
- El apoyo mutuo mediante la formación de cooperativas o cajas de ahorro; y,
- Los demás que entrañen el mejoramiento económico o social de los trabajadores y la defensa de los intereses de su clase.

Secretaría Técnica del Sistema Nacional de Cualificaciones y Capacitación

Este organismo es un ente regulador de las diversas funciones para fortalecer las habilidades del talento humano en las diversas ramas de aprendizaje, a la vez supervisa el cumplimiento de las políticas públicas cuyo objetivo es otorgar certificación y aval académico para lograr un reconocimiento a nivel nacional.

Asegurando un acceso de calidad a la educación garantizada.

Superintendencia de Compañías.

Este organismo técnico tiene la finalidad de vigilar y controlar a las organizaciones vigentes, las actividades, funcionamiento, bajo qué circunstancias se dio la disolución de una entidad; respecto a los centros de capacitación estarán alineados a los requisitos del tipo de compañía a establecer según la que se haya elegido de acuerdo a los socios.

Reglamento para la renovación de los capacitadores independientes calificados.

El principal objetivo de este reglamento es normar los procedimientos para quienes quieren calificar para ejercer como capacitador independiente donde en el Art. 3 especifica que el aspirante debe tener un título profesional avalado por la SENESCYT, ser persona natural, tener una certificación de ser cualificador profesional, poseer experiencia y ofertar sus servicios de forma independiente.

Este reglamento dará a conocer al profesional para que postule a vacantes disponibles en los centros de capacitación vigentes del país.

1.8.1.2. Demográfico

Población Económicamente Activa

Según (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2020, pag.106) manifiesta que el cantón Ibarra tiene una población de 221.149 habitantes hasta la actualidad, de las cuales el 77,12% representa a 111.085 habitantes de la PEA que esta clasificada en sector agropecuario o primario, sector secundario de la industria manufacturera, artesanal y finalmente el sector terciario de servicios, comercio, la SENPLADES manifiesta que el 2% es la tasa de crecimiento inter censal del último período.

Número de emprendimientos y empresas vigentes

Hasta la actualidad están en vigencia 1780 empresas en la ciudad de Ibarra repartiéndose de esta manera:

Tabla 5: Número de emprendimientos y empresas

N°	IBARRA	YAHUARCOCHA	TOTAL
Locales	894	3	897
Empresas	880	3	883

Elaborado por: La Autora

Fuente: PDYOT -2021

1.8.1.3. Económico

Porcentajes de Ingresos del cantón Ibarra

Tabla 6: Porcentajes de Ingreso del Cantón Ibarra

SECTOR	REGISTRADOS	%
Primario	61	0.38
Secundario	150	0.93
Terciario	15.193	98.69
TOTAL	16.124	

Elaborado por: La Autora

Fuente: PDYOT IBARRA, 2021

En el siguiente cuadro se puede visualizar que el sector económico predominante en la ciudad de Ibarra es el sector terciario con el 98,69%.

Porcentaje de empleo y desempleo

Tabla 7: Porcentajes de empleo y desempleo

Indicadores (% en relación a la PEA)	AÑO 2018	Durante la Emergencia Sanitaria 2020
Tasa de empleo adecuado	40,5%	16,7%
Tasa de desempleo	4,04%	13,3%

Elaborado por: La Autora

Fuente: PDYOT IBARRA, 2021

Como se puede visualizar en el cuadro que antecede, si comparamos entre el año 2018 y 2020 la tasa de empleo adecuado disminuye considerablemente del 40,5% al 16,7% y el desempleo subió de manera preocupante del 4,04% al 13,3%, esto se puede aludir a la emergencia sanitaria por el COVID-19 que sufrimos a nivel mundial, sin embargo al momento ya se está saliendo de la pandemia pero se sigue en una crisis económica y es más no se tiene estrategias para superar esta tasa de desempleo y la situación se está caotizando ya que todos los precios de los alimentos de primera necesidad están subiendo sin que haya una mejora salarial ni tampoco fuentes de empleo.

1.8.1.4.Social

Temas de actualidad en finanzas

Con la finalidad de contribuir en la generación de conocimientos financieros a todas las personas que estén interesadas en el manejo de sus finanzas y a la vez que permitan a la sociedad tomar mejores decisiones en la administración de sus recursos económicos, salvaguardando sus derechos como usuarios del sistema financiero nacional, el centro de capacitación a ser creado, ofertara cursos encaminados específicamente a identificar las características del sistema financiero nacional, con base en la normativa que la regula, para garantizar los derechos de los usuarios financieros.

Actualmente existe una gran acogida para aprender a llevar un correcto manejo de las finanzas, porque con el pasar del tiempo cada individuo va creando su plan de vida a nivel personal, familiar, laboral, lo que despierta el interés en administrar e invertir el dinero, planear a futuro, estar constantemente actualizado en asuntos financieros, evitar totalmente el sobreendeudamiento; por esta razón, los cursos que se dictará en el centro de capacitación estarán enfocados a la enseñanza-aprendizaje de finanzas, economía y tributación.

Metodologías de aprendizaje

La sociedad en estos momentos tiene la necesidad de salir de la ignorancia digital y es por esto que la educación ha tenido un cambio sustancial en cuanto a las redes sociales, plataformas, aplicaciones, etc. Habrá un impacto social trascendental ya que los profesionales que se contratará son gente experimentada, con vasta experiencia en el campo económico digital.

1.8.1.5. Tecnológico

Dispositivos electrónicos más utilizados

Actualmente en el entorno podemos ver como la era digital ha tomado fuerza, lo que se consideraba un entretenimiento, ahora paso a ser parte de nuestro diario vivir y de nuestras labores, al igual que mantenernos comunicados con la sociedad en todo momento, a la vez que ha sido una gran oportunidad para innovar el marketing y promoción de productos y servicios de diversos tipos.

Según Centribal, (2021) menciona que gracias a la baja de precios en los dispositivos electrónicos, el acceso para conseguirlos ha sido más demandado, pues la mayor parte de la sociedad ha visto la necesidad de adquirir los mismos para cumplir sus labores.

La mayor parte de personas han estado en la capacidad de adquirir un Smartphone o teléfono inteligente por su rapidez y funcionalidad a la vez que han servido para estar

constantemente informados de los cambios o movimientos que se dan en las finanzas a nivel mundial.

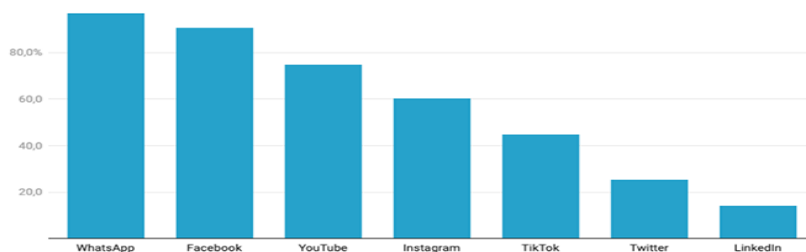
Otros de los dispositivos que han sido muy usados son Tablets y computadores portátiles pues se han vuelto indispensables en el trabajo diario de toda persona que genera ingresos, ya que en ellos se pueden almacenar información, usar programas para todo tipo de actividades académicas, laborales, etc. de forma ágil.

Todos estos dispositivos ayudarán a que las personas que ingresen a capacitarse en este centro puedan conectarse de cualquier forma y lugar, para que no haya el pretexto de que no puede ingresar a un curso por no encontrarse presencialmente.

Redes Sociales y Plataformas Digitales más demandadas

Actualmente la revista EkosNegocios menciona que en nuestro país las redes sociales mas utilizadas es WhatsApp con el 96,8%, seguido de Facebook con el 90,4%, y YouTube con el 74,7%.

Figura 1: Redes Sociales y Plataformas Digitales



Fuente: EkosNegocios 2020

Elaborado por: La Autora

Estas redes y plataformas digitales serán utilizadas para promocionar los cursos de capacitación que se impartirá en el centro y a la vez estos medios servirán para subir el contenido digital de las clases dictadas en cada uno de los módulos.

1.9. Situación competitiva de la industria

1.9.1. Análisis de PORTER

a) La intensidad de la rivalidad entre competidores del sector

En la actualidad hay un alto grado de rivalidad entre las empresas que se dedican a brindar este tipo de servicios (se trata de servicios de capacitación) porque en su mayoría son centros que se diversifican o amplían sus servicios a la ciudadanía.

Por lo que quienes tienen en mente abrir un centro de capacitación tiende a copiar o tener alguna similitud en todos los ámbitos, habiendo réplicas de baja calidad, con menor costo, los capacitadores no tienen conocimiento en temas exactos, no hay ningún tipo de regulaciones por los organismos controladores que es algo esencial al momento de certificar y obtener una calificación adecuada para ser reconocida académicamente.

Finalmente se concluye que este proyecto entrará a competir con los grandes centros de capacitación, por la visión que se tiene y el anhelo de ser un centro único especializado en este campo.

b) El poder de negociación de los proveedores

Para la implementación de este proyecto se cuenta con la colaboración de la empresa World Computers, ellos serán quienes proporcionen al centro de capacitación los equipos tecnológicos como: laptops, computadoras de escritorio, impresoras, proyectores, micrófonos, etc, y el asesoramiento adecuado para su utilización. Además, la negociación en cuanto al costo de los equipos será a crédito a largo plazo misma que permita la facilidad de pago y haya un descuento sustancial como clientes prioritarios.

Por otra parte, para crear un servicio eficaz en asesoría financiera, la empresa COMPUTEC brindará una guía al centro de capacitación tanto en la adquisición del mejor software, antivirus, sistemas de gestión, como en el mantenimiento continuo de los aparatos tecnológicos para un correcto funcionamiento, colaborando con auxilio inmediato en caso de haber una invasión de virus malicioso o asalto cibernético creando

una alianza empresarial que contribuya a la conservación de la marca, slogan y el prestigio del servicio.

Como último punto para la creación de contenido en redes sociales se establecerá convenio con la empresa fotográfica AB FOTO otorgando y asesorando para adquirir los equipos multimedia adecuados como cámaras digitales, software para edición de videos entre otros para realizar publicar diferentes temas en las redes sociales que a tiempo real promocionen el servicio de capacitación y asesoría financiera, junto con la participación de los clientes en debates, webinars, transmisiones en vivo, etc.

Según como se dé su funcionamiento este proyecto puede entrar en negociaciones, convenios, alianzas estratégicas con la empresa pública y privada de forma exitosa, favoreciendo al incremento, expansión, adquisición de servicios, captación de clientes logrando un mejor posicionamiento en el mercado.

c) El poder de negociación de los clientes

El presente proyecto estará dirigido a tres tipos de clientes: leales, negociadores e informados.

Los clientes leales muestran un gran compromiso, generan un impacto positivo en la expansión del producto o servicio, además es un comprador fiel, da buenas referencias, recomendaciones, se lleva una experiencia positiva, establece un vínculo de confianza que apoya a reducir los costos, maximiza la inversión, se eleva la innovación para crear un programa de fidelización en tiempos de crisis que eso ayuda en la mejora continua, sin paralizar la producción de forma eficaz y eficiente.

Los clientes negociadores tienen un lado bueno porque son personas que no se conforman si no tienen un beneficio personal mayor a diferencia de los demás, siempre busca descuentos, incentivos para sentirse un cliente especial al lograr su objetivo de compra,

el lado malo es cuando no se convence con el precio fijo dando un sermón verbal para convencer de forma contraria con ello lograr la rebaja deseada estos parámetros a la empresa le generaría un desequilibrio económico si no se sabe lidiar de forma acertada, también es positivo porque proporciona ideas de como fijar precios al servicio descrito.

El cliente informado es quien tiene más interés de aprender en temas financieros a profundidad, es por eso que está atento a todas las actualizaciones haciendo preguntas, dando argumentos positivos esto ayuda a crear un espacio de intercambio de ideas para pulir en errores encontrados al momento de ofrecer el servicio, alcanzando éxito en las ventas suscitadas.

d) La amenaza de nuevos entrantes (barreras de entrada)

Como principal amenaza están las empresas de capacitación ya establecidas en el cantón Ibarra que son del sector público y privado, porque al momento que se oferta un nuevo servicio se origina una competencia entre la empresa antigua que ya tiene su experiencia con la nueva que tiene su parte innovadora y atractiva.

Lo mencionado anteriormente va también direccionado a una posible conspiración por falsos clientes y socios que quieren tener información acerca del servicio para dejar fuera de competencia a la nueva empresa y ocasionar pérdidas irreversibles, esto es posiblemente un signo de vulnerabilidad al ser un nuevo negocio en el mercado actual.

Para poner en marcha este proyecto es necesario cumplir con los objetivos planteados, introduciendo con mayor facilidad los servicios de capacitación y asesoría financiera. Finalmente, es importante poner atención necesaria en todos los procesos de la impartición de clases, escuchar las sugerencias, quejas, inconformidades para su respectiva mejora, el poder de convencimiento debe influir de forma positiva en la

comunicación diaria, haciendo que se utilice el servicio propuesto por medio de las herramientas digitales sin efectos adversos.

e) La amenaza de productos o servicios sustitutos

Las instituciones, universidades públicas o privadas existentes pueden incluir como materias curriculares o extracurriculares este tipo de capacitaciones, teniendo un aval educativo por autoridades más reconocidas, con respaldo continuo a la evolución y experiencia demostrada al momento de dictar cursos en diversos temas financieros.

Otro producto sustituto directo son las nuevas certificaciones o actualizaciones que admiten la necesidad de ser parte del mercado, posicionándose como competidores entre empresas de capacitación para ganar clientes, en este punto es importante mantener una constante capacitación en las nuevas tendencias al personal docente, administrativo, ayudando a seleccionar al personal adecuado, ideal con experiencia para dictar los cursos financieros manteniendo la estabilidad empresarial.

1.10. Matriz Aliados, oponentes, oportunidades y riesgos

MATRIZ AOOD

Tabla 8: Matriz AOOD

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> • Ministerio de Relaciones Laborales. • Gobierno Autónomo Descentralizado – San Miguel de Ibarra. • Población Económicamente Activa. • Los Microempresarios • Empresas públicas y privadas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Empresas capacitadoras en temas contables y financieros. • Colegios Profesionales. • Organismos públicos de capacitación.
OPORTUNIDADES	RIESGOS

<ul style="list-style-type: none"> • Implementar una escuela de capacitación con alto nivel tecnológico. • Capacitar a personas que quieran mejorar su situación financiera. • Implementación de nuevas metodologías de enseñanza. • Promocionar los cursos impartidos por redes sociales de manera dinámica y atractiva. 	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento de centros de capacitación que prestan los mismos servicios. • Incumplimiento de los objetivos trazados por la empresa. • Incremento de la tasa de desempleo. • Ataques de cibernéticos. • Fallas en las TICS.
---	---

Elaborado por: La autora
Fuente: Investigación Propia

1.11. Conclusión Diagnóstica

Una vez realizada la respectiva indagación de toda la información presentada, se puede visualizar que hay muchas oportunidades para dar paso a la constitución de este centro de capacitación y asesoría financiera para crear cultura en el manejo económico de sus ingresos, conocer en qué temas financieros hay interés de capacitarse, aprender a manejar el dinero en tiempos de crisis y prevenir los posibles fracasos de los negocios.

CAPÍTULO II

Fundamentación Teórica

2.1.Introducción

El presente proyecto tiene como objetivo primordial ofrecer los servicios de capacitación y asesoría financiera a todas las personas del cantón Ibarra que estén interesadas en aprender a manejar sus recursos económicos de manera eficaz y eficiente, para fortalecer la economía e incrementar la productividad.

Los conceptos que se aplican permiten sustentar teóricamente el proyecto y facilitar la comprensión del mismo, a la vez dar a conocer sobre el trabajo realizado para que los lectores tomen una idea global de la investigación, para esto:

En la primera parte se procedió a obtener información acerca de la Población Económicamente Activa, misma que ha permitido definir la investigación a utilizar, los métodos e instrumentos que se utilizarán durante el desarrollo del presente proyecto.

Se aplicará la investigación cuantitativa descriptiva, cualitativa exploratoria, cualitativa explicativa, para conocer el origen del problema detectado a profundidad, generando propuestas viables en el área financiera.

Se usará como instrumentos a la encuesta y la entrevista, mismas que permitirán obtener información clara y precisa que faciliten el análisis de los resultados.

2.2.Objetivo

Fundamentar teórica y metodológicamente un proyecto de emprendimiento para la creación de una escuela de capacitación y asesoría financiera, en la ciudad de Ibarra, Imbabura Ecuador.

2.3.Fundamentación metodológica

La investigación

Gleisner (2010) afirma: “Escoger un buen tema es el primer desafío en un trabajo de investigación. Al principio puede resultar algo difícil de encontrar, especialmente si se trata de un tema abierto”

Al respecto se debe manifestar que si fue un desafío el poder encontrar un nombre a este proyecto, ya que las ideas eran claras pero hasta concretar el tema se tuvo que analizar diferentes aspectos y situaciones financieras que las personas venían desde antes de la pandemia sufriendo por no saber cómo administrar su dinero. Además, para poder concretar el nombre del proyecto, se consideró que el tema este afín con el título a obtener en la carrera de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría CPA.

2.3.1. Tipos de investigación.

Sampieri (2019) Señala que: “Visualizar qué alcance tendrá nuestra investigación es importante establecer sus límites conceptuales y metodológicos”.

En concordancia con lo que el autor señala, el proyecto va dirigido a un grupo específico de personas como son la población económicamente activa misma que tiene la necesidad de aprender a administrar sus propios negocios, su tiempo y recursos.

Para el presente proyecto se utilizará:

2.3.1.1.Investigación cuantitativa descriptiva:

Tinto Arandes (2018), manifiesta:

“Los estudios descriptivos se ponen a realizar esencialmente una medición precisa entre una o más variables de la población definida o muestra de dicha información. La descripción es, pues un discurso que evidencia y significa el ser de una realidad a través

de sus partes, rasgos estructurales, cualidades, propiedades, características estructurales o circunstancias”

Para el presente proyecto se utilizará la investigación descriptiva a través de la cual se recopilará información cuantificable para ser utilizada en el análisis estadístico. También servirá para obtener información sobre el actuar financiero de los ibarreños al momento de manejar dinero: cuánto gasta, cuánto invierte, cuánto gana y conocer que tan preparados están las personas para endeudarse responsablemente.

2.3.1.2. Investigación cualitativa exploratoria:

Zafra Galvis (2006) indica:

“Los estudios exploratorios se efectúan normalmente, cuando el objetivo es examinar un tema o problema poco estudiado o que no ha sido abordado antes”

En tiempo de pandemia, la cultura financiera comenzó a tener demasiada importancia ya que ninguna persona estuvo preparada para solventar financieramente sus necesidades básicas; es por esto, que en el presente proyecto se utilizará este tipo investigación, con el fin de conocer cuáles fueron las estrategias que cada persona utilizó para salir de esta crisis.

2.3.1.3. Investigación cualitativa explicativa:

(Baptista 2009) dice:

“Su interés se centra en explicar porque ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta, o porque se relaciona dos o más variables.”

Se utilizará esta investigación en el presente proyecto para dar a conocer los resultados que se obtengan, luego de la aplicación de la encuesta y entrevista respectiva. Además, ayudará a dar a conocer cómo las personas se idearon para proponer nuevos emprendimientos y salir adelante luego de haber perdido los ingresos de sus negocios.

2.3.2. Métodos de investigación

2.3.2.1. Método Deductivo

Chaur (pág. 81, 2015) argumenta: el método deductivo “es propio de las ciencias formales (como la matemática y la lógica), consiste en ir de lo general a lo particular, mediante el uso de y/o silogismos, utilizando la lógica para llegar a conclusiones, a partir de determinadas premisas”.

Con este método se observará la situación actual del COVID-19 y los efectos causados en la economía y salud de la localidad como factor primordial, buscando cuales fueron los principales ejes de productividad más afectados según la respuesta en las encuestas realizadas a la ciudadanía.

2.3.2.2. Método Inductivo

Arbeláez (2016) indica: “Los argumentos inductivos van de los casos particulares a una hipótesis general. Por lo tanto las inferencias inductivas son ampliadoras o no explicativas: las conclusiones van más allá de lo que está contenido en sus premisas”

El método inductivo servirá para analizar el poco conocimiento financiero que tiene cada una de las personas y como esto afectó en la situación pandémica, esto se lo realizará mediante diálogos de forma abierta donde cada opinión será analizada, clasificada para determinar el grado de interés en capacitarse y asesorarse financieramente.

2.3.3. Tipos de muestreo

2.3.3.1. Muestreo probabilístico o no probabilístico

Muestreo no probabilístico por conveniencia

Según (Weirs 2006) afirma: “Se conoce como muestreo por seguimiento, se hace la selección por la conveniencia económica, de tiempo u otra consideración. Los

resultados que arroja son muy sesgados debido a la escala de representatividad que puede presentar dicho segmento. Este método también es utilizado en encuestas preliminares”

Para el desarrollo del proyecto se aplicó este tipo de muestreo porque en la población de mercado que se va a investigar, se va a identificar las tendencias que tienen las personas y con esto se podrá fortalecer los resultados planificados.

2.3.3.2. Población

En el presente proyecto de emprendimiento para su desarrollo se ha seleccionado a los habitantes de la Ciudad de Ibarra del 2021, en el rango de edad es de 15 a 65 esto representa el 50% de la población del cantón, perteneciente a la Población Económicamente Activa de la ciudad de Ibarra, tomando en cuenta a personas que se dedican a actividades de: artesanías, manufacturas, textiles, madereras, comercio entre otros..

En el siguiente cuadro se tomó en cuenta una variación anual de la sociedad a estudiar como lo demuestra el siguiente cuadro:

Tabla 9: Cálculo de la población

Datos	Ciudad de Ibarra
Habitantes de la ciudad de Ibarra Censo 2010	181.175 habitantes
Tasa de crecimiento poblacional	1,62%
Tasa de defunción poblacional	4,3%
Habitantes de la ciudad de Ibarra al 2021	221.149 habitantes
Personas de 15 a 65 años	52% -- $(221.149 \times 52\%) = 114997$
Población Económicamente Activa de la ciudad de Ibarra	77,12% -- $(114997 \times 77,12\%) = 88686$

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación Propia

Como se puede visualizar de acuerdo a la tabla antes descrita, el universo es de 88.686 habitantes, de este total se calculará mediante la aplicación de la fórmula el tamaño de la

muestra, misma que servirá para saber a qué número de personas se aplicará la encuesta respectiva con la finalidad de obtener toda la información acerca de la necesidad, factibilidad y aceptación del proyecto en el mercado actual.

Todos estos datos fueron tomados del PDYOT del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Ibarra 2020-2040.

2.3.3.3. Selección de una muestra

De acuerdo a los datos que se tiene se procedió a aplicar la siguiente fórmula:

Muestra finita

Este tipo de muestra se aplica porque el universo es contable y la variable tiene una categoría definida, se ajusta al total del caso a estudiar.

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

2.3.4. Técnicas e Instrumentos

2.3.4.1. Encuesta

Para la presente investigación se ha seleccionado como instrumento de investigación la encuesta, misma que está compuesta por 17 preguntas cerradas y serán aplicadas a la Población Económicamente Activa del Cantón Ibarra, aquí cada persona elegirá a su conveniencia la respuesta más adecuada, con esto se buscará saber cuáles son las necesidades, peticiones, sugerencias en lo referente a capacitación y asesoría financiera.

2.3.4.2. Entrevista

Además de la encuesta, también se utilizará el instrumento de la entrevista con la finalidad de obtener un criterio más claro y exacto acerca del emprendimiento. La entrevista será aplicada a gerentes de centros de capacitación, en especial al gerente de

CECAMI el Ingeniero Fausto Xavier Dávila Rodas quien lidera la empresa municipal de capacitación, pues coordina cursos con diferentes temas de interés para la ciudadanía.

La entrevista contiene 10 preguntas abiertas donde cada entrevistado expresará su punto de vista en relación a la constitución de un nuevo centro de capacitación para la ciudadanía ibarreña.

También se entrevistará a personas dueños de negocios, emprendimientos, fabricantes entre otros que llevan a cabo una actividad comercial, productiva, servicios para conocer cómo está la situación actual de su negocio y a la vez saber cuáles fueron las alternativas que utilizaron para sobrevivir en pandemia a nivel personal y de negocio.

2.4.Fundamentación de la propuesta

2.4.1. Términos Generales

2.4.1.1.Emprendimiento

Según el autor Sierra (2014) es la capacidad de diseñar una idea, con base, fundamento que permita implementar un proyecto identificando oportunidades, a través de factores externos como económicos, culturales, sociales, ambientales, culturales, también factores internos como es la organización territorial, el grado de aceptación y la disponibilidad de recursos monetarios.

En la actualidad la situación económica ha obligado a las personas a diseñar nuevas oportunidades de negocios innovadores para satisfacer las necesidades que demanda la sociedad, con la finalidad de generar ingresos para el sustento diario.

2.4.1.2. Negocio

Según Pigneur (2010) manifiesta que es la descripción de las bases sobre las que una empresa empieza a crearse, proporcionando y captando valor, describiendo cuáles serán los objetivos a cumplir, los beneficios y las necesidades a cubrir.

Para la creación de un negocio es importante planificar el servicio que se va a ofrecer a los clientes y a cambio de esto se generará una rentabilidad que permita cubrir los gastos que demanda la creación del mismo.

2.4.1.3.Factibilidad

De acuerdo a lo que manifiesta (Luna 2010), es el análisis de una empresa para establecer si el proyecto propuesto será exitoso, cuáles serán las condiciones, que tipo de contribución hará a la sociedad, como serán invertidos los recursos como tiempo, dinero, espacio, materia prima y equipamiento, incluyendo como importante el desarrollo de criterios, pensamientos, conductas para fomentar una mentalidad de cambio de vida y cultura.

2.4.1.4.Estudio de Mercado

De acuerdo Philip Kotler (2002) es una técnica que “consiste en reunir, planificar, analizar, comunicar de manera sistemática los datos más relevantes para conocer la situación actual que atraviesa la empresa.

Esta técnica será utilizada en el presente proyecto para obtener la respuesta de aceptación del servicio ofertado y con esto poder planificar la estrategia más idónea para evitar copiar ideas ya creadas por otras empresas.

2.4.1.5.Clientes

Para Pursell (2021) considera que: “los clientes son personas interesadas en adquirir un producto o servicio de su conveniencia”.

En el presente proyecto los clientes serán todas las personas que quieran aprender a manejar sus ingresos económicos y deseen generar un negocio o emprendimiento el mismo que satisfaga sus necesidades.

2.4.1.6.Oferta

Espejo (2011) dice: “Son los servicios que están dispuestos a ofrecer a los posibles precios del mercado”. Para comprender mejor esta definición, (ARMSTRONG 2013) es la combinación de información y experiencias que se ofrecen para satisfacer una necesidad o deseo al momento de adquirir un servicio.

2.4.1.7.Demanda

(Castro 2021) manifiesta: “Es uno de los principales factores utilizados por las empresas para fijar los precios del producto o servicio” en si se analiza el comportamiento de los consumidores donde influyen los intereses, necesidades y tendencias.

2.4.1.8.Estudio Técnico

Según (M. C. Padilla 2008) “busca responder las principales interrogantes: cómo, dónde, cuánto, y con qué bienes producirá el proyecto” para crear una función ideal en el manejo adecuado de recursos.

Mientras que (Urbina 2010) hace una observación al momento de hacer otros estudios como la selección de equipos, tecnología, para la repartición de los espacios para cada área a conformar, elegir al personal adecuado.

2.4.1.9.Marketing Digital

Según (Kotler 2013) aduce que: “el nuevo marketing es sobre las redes sociales y una nueva forma de relación con los clientes” es comprendido como una forma de comunicación moderna que tumbo a la tradicional haciendo la productividad más ágil, logrando influenciar en el comportamiento de los consumidores, administradores, creando estrategias e intercambiando ideas no solo con medios comerciales sino políticos, sociales, climáticos, etc. Elaborando estrategias para innovar en la creación de nuevos productos y servicios para la sociedad.

2.4.2. Términos Específicos

2.4.2.1.Capacitación

Según (Chiavenato 2011) aclara que: “La capacitación es el proceso educativo a corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos definidos”.

El presente proyecto se enfocará precisamente a ofertar cursos a corto plazo, la capacitación se dará de manera rápida y el agregado principal será la práctica lo que garantizará que la enseñanza-aprendizaje sea satisfactoria.

2.4.2.2.Asesoría

Según (Martínez 2006) afirma que: “Es un servicio que se brinda a los miembros de una institución educativa o a un individuo en el puesto de trabajo, dirigida a la corrección, complementación o actualización de conocimientos, hábitos, habilidades, y modo de actuación de los ejecutivos educacionales”.

Es por esto que en el presente proyecto se dictarán cursos de capacitación con la finalidad de actualizar los conocimientos de los participantes y a más de esto, enseñarles a manejar de manera correcta los ingresos que producen los negocios o empresas a las que se dedican.

2.4.2.3.Finanzas

Según (V. M. Padilla 2014) indica que: “Es el conjunto de actividades que, a través de la toma de decisiones, mueven, controlan, utilizan, administran el dinero y otros recursos de valor”.

Dentro de los módulos que se ofertará al público la mayor parte de cursos se refieren a enseñar el manejo correcto de la parte financiera como: gasto, ahorro e inversión para así aprovechar las oportunidades de mejora continua.

CAPÍTULO III

Propuesta

3.1.Introducción

En este capítulo se presenta la propuesta donde se detallan tanto el objetivo general, como los objetivos específicos, implementando un modelo de negocio para brindar un servicio de calidad a los potenciales clientes.

En primer lugar, se analizará las variables diagnósticas utilizando el lienzo de canvas, donde se dará a conocer cada uno de los elementos que intervienen en el mismo, con la finalidad de saber el grado de acogida que tendrá el centro de capacitación y asesoría financiera en la ciudad de Ibarra.

En segundo lugar, se define los instrumentos de investigación a utilizar como la encuesta y la entrevista; además se explica la forma de cálculo para sacar la muestra y analizar resultados conseguidos.

Finalmente se mencionara sobre la oferta, demanda, precio, plaza, promoción, publicidad y servicio que ofrecerá el centro de capacitación.

Además, se dará a conocer las conclusiones a las que ha llegado con la realización del presente proyecto y se procederá a realizar las recomendaciones correspondientes.

3.2.Objetivo general

Diseñar la propuesta de creación de una escuela de capacitación y asesoría financiera, en la ciudad de Ibarra, Imbabura Ecuador.

3.3. Objetivos específicos

- Implementar el modelo de negocio E-Learning para crear el centro de capacitación y asesoría financiera en la modalidad presencial y virtual en la ciudad de Ibarra.
- Realizar un estudio de mercado de la oferta y demanda en relación al servicio de capacitación y asesoría financiera del cantón Ibarra.

- Hacer un estudio técnico-administrativo que permita precisar la macro-micro localización del centro de capacitación, la capacidad instalada, el tipo de recursos, el monto de financiamiento necesario para el levantamiento del proyecto a realizar en la ciudad de Ibarra.
- Elaborar un estudio financiero que permitirá visualizar la rentabilidad del centro de capacitación y asesoría financiera.

3.4. Modelo de negocio

3.4.1. Modelo de Negocio E-Learning

Para el presente proyecto, se ha elegido este modelo de negocios porque permite un mejor desenvolvimiento académico tanto del docente como del estudiante, con una gran ventaja de poder personalizar el aprendizaje a gusto del cliente satisfaciendo su necesidad de comprender el curso ofertado.

Esto se adapta a la nueva modalidad de estudio virtual y presencial por lo que se crea los horarios, según el tiempo disponible de cada persona, aprovechando la ayuda tecnológica como son: las redes sociales, plataformas, etc., logrando una formación académica más ágil, ordenada mediante un monitoreo permanente de las actividades, evaluaciones, participación. Finalmente se realizará la promoción de este servicio de forma innovadora mediante la creación de contenido digital actualizado en blogs, diseño de páginas web, webinars, campañas publicitarias dándose a conocer como un Infoservicio.

3.4.2. Lienzo CANVAS

Tabla 10: Lienzo de Canvas

SOCIOS CLAVE Socios estratégicos: SETEC Docentes Calificados SRI PROVEEDORES: World Computers CNT Provesum Cía. Ltda. AB FOTO	ACTIVIDADES CLAVE <ul style="list-style-type: none"> Realizar convocatorias de capacitación y asesoría financiera mensualmente. Planificación y ejecución del cronograma de actividades académicas. . Posteo de actividades en redes sociales. Asistencia inmediata al cliente cuando requiera. Seguimiento post capacitación y asesoría. 	PROPUESTA DE VALOR <ul style="list-style-type: none"> Brindar servicios de capacitación y asesoría financiera en modalidad presencial y virtual, mediante estrategias dinámicas de enseñanza-aprendizaje con el apoyo de herramientas digitales, que incentiven a crear una cultura financiera generando hábitos de ahorro, consumo, inversión y endeudamiento responsable. 	RELACIÓN CON CLIENTES <ul style="list-style-type: none"> Realizar actividades definidas en un proceso lógico, basado en la introducción del servicio, posicionamiento y fidelidad de clientes. Atención personalizada y colectiva. Generar confianza mediante un diálogo acerca de la situación financiera del cliente. 	SEGMENTOS DE CLIENTE <ul style="list-style-type: none"> Personas que tengan pequeñas y medianas empresas. Emprendedores dedicados a la venta de diversos productos y ofrecimiento de servicios en línea. Personas con problemas de manejo de dinero. Negocios que tienen falta de adaptabilidad a la nueva realidad. Población entre 15 a 65 años de edad de la ciudad de Ibarra.
	RECURSOS CLAVE <ul style="list-style-type: none"> Equipo de computación, oficina y útiles de oficina. Recursos humanos Aplicaciones digitales 		CANALES <ul style="list-style-type: none"> Facebook Instagram YouTube WhatsApp Zoom Plataforma educativa 	
ESTRUCTURA DE COSTOS <ul style="list-style-type: none"> Adquisición de equipos de cómputo y de oficina. Mobiliario de oficina Insumos de papelería Publicidad Adquisición de Antivirus y Plataformas. Arriendo del Inmueble Constitución y legalización 		FUENTES DE INGRESOS <ul style="list-style-type: none"> Entrega de certificados avalados Contrataciones por entidades públicas y privadas. Suscriptores en redes sociales. 		

Elaborado por: La Autora
 Fuente: Investigación Propia

3.4.3. Descripción de los elementos CANVAS

3.4.3.1. Segmento de clientes

Tabla 11: Mapa de Empatía

¿Qué oye?	¿Qué ve?
<ul style="list-style-type: none"> - No hay supervisión de los entes reguladores. - La calidad del servicio es baja. - Contrato de capacitadores con poca experiencia. - Las clases son monótonas y poco entendibles. 	<ul style="list-style-type: none"> - Hay centros de capacitación ilegales. - Quejas en redes sociales acerca del mal servicio. - Publicidad engañosa. - Las clases son más teóricas y menos prácticas.
¿Qué piensa y siente?	¿Qué dice y hace?
<ul style="list-style-type: none"> - Siente la necesidad que haya una escuela de capacitación que garantice la enseñanza-aprendizaje en asesoría financiera. - Busca que los entes reguladores supervisen las actividades del proceso de capacitación. - Atención personalizada de forma particular donde se le de toda la importancia que requiere el cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> - Aceptación al centro de capacitación y asesoría financiera. - Dar a conocer en redes sociales el prestigio que ha obtenido al ofertar estos cursos de capacitación. - Seguimiento personalizado de la enseñanza-aprendizaje a cada uno de sus clientes. - Publicidad constante en los medios digitales de los cursos a ofrecer.
Esfuerzos	Resultados
<ul style="list-style-type: none"> - Ofertar cursos a bajo costo. - Costear los salarios de personal altamente capacitado. - Para la enseñanza se utilizará material actual y de calidad. - Se mantendrá actualizado el soporte tecnológico a pesar de su alto costo 	<ul style="list-style-type: none"> - Demanda de clientes. - Habrá excelente calidad en el servicio. - Precios accesibles de los cursos. - La enseñanza-aprendizaje estará orientada a la práctica en el campo real. - Se buscará a futuro la certificación internacional.

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación Propia

El servicio de capacitación y asesoría financiera estará orientado a la población comprendida entre 15 a 65 años que tengan pequeños, medianos negocios, sean emprendedores, fabricantes de materia prima y a quienes tengan interés en aprender a

manejar los recursos monetarios para una correcta toma de decisiones al momento de enfrentar alguna crisis económica, como también el saber invertir, gastar o endeudarse según las posibilidades económicas que disponga cada individuo sin perjuicios a largo plazo.

3.4.3.2.Propuesta de valor

Para impartir las clases del centro de capacitación y asesoría se contratará a profesionales calificados, que tengan experiencia en temas financieros actualizados. Además, se creará un cronograma de actividades, horarios de clases adaptado a la modalidad virtual y presencial. Se abrirá convocatorias mensuales, se dará seguimiento post capacitación a cada individuo con la finalidad de observar los resultados del servicio y cómo lo han puesto en práctica para su vida diaria.

Actualmente, en la ciudad de Ibarra el servicio de capacitación implementado por algunas instituciones, no ha tenido una constante innovación, por lo que la forma tradicional de impartir conocimiento ha tomado fuerza perjudicando a la ciudadanía al momento de tomar decisiones en sus finanzas, obligando a recurrir al sobreendeudamiento, cierre de negocios e inclusive realizar actos ilegales para tener una estabilidad económica; por esto el centro de capacitación brindará cursos encaminados al correcto manejo y distribución de sus ingresos para evitar que los negocios fracasen.

Se satisface la necesidad de aprender a manejar los recursos económicos de manera innovadora y dinámica, aplicando ejercicios prácticos para la vida diaria, adaptado al tiempo, espacio del cliente, otorgando certificación con el aval académico autorizado que también será una garantía para la hoja de vida de cada persona.

A continuación, se describe cada uno de los módulos que el centro de capacitación y asesoría impartirá en clases:

Tabla 12: Módulos de Capacitación

	Contenido	Modalidad	Duración	Beneficios
Módulo 1 Economía Familiar	Tema: La Microempresa y la Caja Familiar <ul style="list-style-type: none"> • Planificación de negocio • Elaboración de un flujo de caja familiar y de negocio. • Importancia de las remesas e ingresos extra en la economía familiar. 	Virtual Presencial	2 horas diarias por 5 días y Evaluación Final.	Virtual: El cliente podrá elegir el horario Conexión por plataformas e internet. Los conocimientos adquiridos serán cimentados en un 60%.
	Tema: Ahorro Familiar y Contrato de Seguro <ul style="list-style-type: none"> • Identificar los tipos de ahorro. • Especificar las metas familiares en corto, mediano y largo plazo. • Tipos de Seguro • ¿Qué tipo de seguro debemos contratar según nuestras necesidades? 		2 horas diarias por 5 días y Evaluación Final.	La conexión mental retiene más información. El material didáctico digitalizado será compartido a tiempo real. Conexión desde cualquier momento y lugar.
Módulo 2 Economía Personal	Tema: Acceso a Crédito. <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es el crédito? • Tipos de crédito • ¿Cómo ser un deudor responsable? • ¿Cómo evitar el sobreendeudamiento? 	Virtual Presencial	2 horas diarias por 5 días y Evaluación Final.	La información será constantemente actualizada si requiere modificaciones. Identificación de cada estudiante y seguimiento académico de las actividades. Supervisión post capacitación y asesoría.
	Tema: Autoconsumo <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es el autoconsumo? • Autoconsumo correcto • Formas de controlar y medir el autoconsumo. • Uso de tarjetas de crédito y débito 		2 horas diarias por 5 días y Evaluación Final.	Presencial: Espacios de discusión y debate en temas específicos para una mejor interacción entre docente y estudiante. Aplicación de Networking con otros docentes particulares para realizar charlas, webinars.

Módulo 3 Economía Tributaria	<p>Tema: Presupuesto, Costos y Precios.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Importancia del presupuesto. • Identificar los gastos necesarios e innecesarios. • Elaboración de presupuesto de negocio y familiar. • Identificando los costos fijos y variables de tu negocio. • Fija el precio de tu producto o servicio • Estados Financieros. 	Virtual Presencial	1 hora diaria por 5 días y Evaluación Final.	El feedback será más dinámico y práctico al momento de haber exposiciones, se retroalimentara en puntos específicos que no hayan sido comprendidos en la hora de clase. Compartir todo tipo de opiniones y criterios para tener éxito en la clase impartida.
	<p>Tema: Declaración de IVA, Mensuales, Semestrales, Anuales, Impuestos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adecuado manejo página del SRI. Actualización de las reformas tributarias. Leyes y Beneficios. Anexos 		1 hora diaria por 5 días y Evaluación Final.	Aplicación del aprendizaje de forma experimental y kinestésica. Atención personalizada en temas que haya dificultad, poca comprensión y límite de tiempo.

Elaborado por: La Autora

3.4.3.3.Relación con los clientes

Para que los clientes tengan conocimiento de los medios donde se ofrecerá el servicio será directa entre cliente y secretaria, mediante redes sociales, telefonía fija y consultas presenciales, por lo que se ha optado por brindar una introducción del funcionamiento del centro, las modalidades de estudio, formas de pago, además de una pequeña evaluación de cuáles son las necesidades de aprendizaje a cubrir para el usuario generando confianza y credibilidad.

Adicional a lo mencionado si el cliente o un grupo de personas desea una atención más personalizada tendrá que agendar una cita previa fuera del horario de clases o en horas libres que el docente tenga a disposición, con la intención de generar un diálogo profundo en la situación financiera actual para brindar una solución adecuada.

3.4.3.4.Canales

Para que el servicio de capacitación y asesoría sea más ágil, efectivo, y en tiempo real se creará contenido digital de las clases impartidas, subiendo a redes sociales donde la sociedad estará más familiarizada de cómo se lleva los procesos académicos, despertando el interés de aprendizaje en temas contables y financieros; el alumno mediante una plataforma digital disponible las 24 horas podrá revisar las clases pregrabadas que le permitirá retroalimentarse con facilidad en el contenido de cada tema visto.

3.4.3.5.Fuentes de ingreso

Para que se lleve a cabo este proyecto de emprendimiento y sea sostenible la principal fuente de ingreso es el pago del curso que está compuesto por módulos de aprendizaje direccionado a la capacitación y asesoría financiera generando una cultura financiera

que ayuda a forjar los conocimientos, habilidades, destrezas en la utilización del recurso monetario, mejorando la situación económica de cada persona día a día.

Para diversificar los ingresos se ha puesto a disposición la contratación del servicio por parte de entidades públicas y privadas que estén interesadas en brindar un apoyo extracurricular a los institutos, universidades, etc., finalmente la suscripción en redes sociales que ayudan a generar ganancias mediante contenido exclusivo.(YouTube).

3.4.3.6. Actores clave

Como actor clave principal está la SETEC porque es un organismo regulador en la supervisión de la calidad académica en los centros de capacitación, el mismo otorgará un aval que garantizará la enseñanza-aprendizaje de los temas a estudiar mediante la certificación.

Seguidamente el Servicio de Rentas Internas que brindará mensualmente información actualizada acerca del tema tributario, facilitando a los docentes en la elaboración del plan de estudios al momento de transmitir el conocimiento a los alumnos.

Finalmente, los docentes calificados que impartirán e interactuarán de forma dinámica con los estudiantes en las clases de cada módulo llevando a cabo el cronograma de actividades académicas en los tiempos establecidos.

El centro contará con proveedores clave como principal La Corporación Nacional de Telecomunicaciones que brindará el servicio de internet, telefonía fija porque es una herramienta fundamental para el funcionamiento del centro de capacitación en sus dos modalidades; además se ha tomado en cuenta a entidades comerciales que asesorarán en la adquisición correcta de equipos de computación, oficina, antivirus, software generando fluidez en la red ofreciendo un servicio de calidad libre ataques cibernéticos, realizando un mantenimiento correctivo, preventivo mensual de todos los elementos

tecnológicos y para que el centro se mantenga abastecido de suministros de oficina se solicitará un proforma para la compra de los mismos según el presupuesto designado dando agilidad en los procesos tanto académicos como administrativos.

Para resaltar el servicio se creará contenido digital por medio de una cámara profesional en alta definición para tomar fotos, de cómo es el desempeño académico de los estudiantes en horas de clase para posteriormente subir a redes sociales a tiempo real.

3.4.3.7. Actividades clave

Para ofrecer el servicio de capacitación y asesoría se llevara a cabo un proceso sistematizado, el mismo tiene actividades clave como las siguientes: realizar convocatorias de apertura a los cursos a inicios de cada mes en fechas exactas para dar paso a nuevos estudiantes, en este lapso podrán separar su cupo con el pago respectivo o dando la primera parte del valor del curso donde automáticamente están en la lista estudiantil.

Dar a conocer el cronograma de actividades académicas a realizar en horas de clase, mediante la ejecución de tareas, evaluaciones y participación en el desarrollo de estudios de caso con la finalidad de mantener activo el aprendizaje de cada alumno, todos estos procesos realizados se postearán en redes sociales para mayor conocimiento e inclusive la sociedad podrá dar su opinión con respecto al servicio para dar mejoras al mismo.

Quienes desean contratar el servicio de forma personalizada podrán agendar una cita con el profesional a disposición quien atenderá su requerimiento, inquietud, inconformidad o un tema específico que no ha sido comprendido.

Para que el servicio sea completo y seguro cuando las personas estén interesadas en conocer más de los cursos ofertados podrán llamar al centro de capacitación donde se le

atenderá e informará inmediatamente acerca de los módulos, costos, modalidades, horarios para que pueda elegir a su conveniencia.

Finalmente al momento de terminar el curso se pedirá a cada usuario llenar una encuesta para saber el grado de aprendizaje y conocer cuan satisfactorio fue el servicio otorgado.

3.4.3.8. Recursos clave

Para que la sociedad pueda tener un mejor acceso al servicio de capacitación, podrán acceder a las instalaciones del centro previamente adecuadas con el mobiliario, equipos de computación, telefonía e internet en las aulas donde se distribuirán a los participantes según en orden de inscripción, orden alfabético, logrando un mejor entendimiento del proceso académico a desarrollarse, contratando personal docente altamente calificado con experiencia en temas financieros y contables, aplicando métodos dinámicos en el aprendizaje para generar interés entre los usuarios entregando certificación avalada.

Se utilizará aplicaciones digitales para las dos modalidades con la finalidad de capacitar y tener mejor comunicación con los usuarios.

3.4.3.9. Estructura de costos

Para dar funcionamiento al centro de capacitación se estableció un presupuesto en orden prioritario en base al modelo de negocio, con la finalidad de que los costos y gastos a realizarse sean accesibles, logrando obtener ganancias para cubrir todas las necesidades de todo el cuerpo docente y administrativo durante el proceso académico dando a conocer el servicio a toda la sociedad.

3.5. Estudio de mercado

3.5.1. Diseño de la investigación de mercados

Para desarrollar esta fase, se aplicará una investigación de tipo cuantitativa a través de una encuesta compuesta por 17 preguntas de selección, a emprendedores, negociantes, dueños de locales, obteniendo información más específica acerca del grado de interés en

capacitarse financieramente, cuanto estarían dispuestos a pagar, la modalidad de estudio, que aspectos tomarían en cuenta para adquirir el servicio, esto ayudará a determinar la oferta y demanda; también se empleará una entrevista compuesta de 10 preguntas de opinión a dueños de diferentes centros de capacitación de la ciudad de Ibarra, con el objetivo de adquirir información acerca de cómo es el desempeño docente, las horas de clase, los temas a dictarse, el costo de los cursos y pedir una sugerencia de cómo llevar a cabo este proyecto en la vida real.

Una vez reunidos todos los datos se hará un análisis de las distintas variables para determinar la viabilidad y aceptación del proyecto.

3.5.2. Matriz de variables del estudio de mercado

Tabla 13: Matriz de variables del estudio de mercado

Objetivo General	Objetivos Específicos	Variabes	Indicadores	Técnica	Fuente de Información
Desarrollar un estudio de mercado para analizar las variables oferta, demanda, producto, precio, a la vez innovar en estrategias académicas para brindar el servicio de capacitación y asesoría financiera y determinar la viabilidad del mismo en el mercado.	Averiguar la demanda existente del servicio de capacitación y asesoría financiera en la ciudad de Ibarra.	Demanda	Mercado objetivo Servicios que demandan Frecuencia de uso del servicio. Beneficios e interés del servicio.	Encuesta	Emprendedores Comerciantes Productores Dueños de negocios conocidos.
	Indagar en la oferta en los servicios de capacitación y asesoría financiera en la ciudad de Ibarra.	Oferta	Que servicios ofrecen otras empresas. Número de empresas vigentes.	Encuesta	Gerentes de centros de capacitación de gran trayectoria en la ciudad de Ibarra.
	Investigar el rango de precios que manejan los centros de capacitación y el que está dispuesto el cliente a pagar por el servicio.	Precio	Precio de Venta al Público de la competencia. Formas de Pago Alcance pago del cliente.	Encuesta Entrevista	Demandantes del servicio de capacitación. Administradores de centros de capacitación vigentes.
	Analizar cuáles serán los procesos, personal, distribución y publicidad que intervendrán en el	Servicio	Características del servicio Modalidad de Estudio Servicio al Cliente Plataforma Educativa Evaluación	Encuesta Entrevista	Demandantes del servicio de capacitación. Centros de capacitación más conocidos en la ciudad. Integrantes de la Población Económicamente Activa.

	centro de capacitación y asesoría.		Certificación		
	Establecer el lugar apropiado para constituir el centro de capacitación.	Plaza	Canales de Distribución Lugar de Preferencia	Encuesta Entrevista	Ciudadanía Ibarreña
	Definir el tipo de publicidad para dar a conocer el nuevo centro de capacitaciones y crear lazos de fidelidad con los clientes.	Promoción y Publicidad	Redes Sociales Medios de Comunicación y publicitarios. Promociones de Temporada	Encuesta Entrevista	Ciudadanía Ibarreña

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

3.5.3. Segmentación de mercados

3.5.3.1. Geográfica

La Provincia de Imbabura cuenta con 6 cantones: Ibarra, Antonio Ante, Otavalo, Cotacachi, Pimampiro, Urcuquí.

Está situada hacia el norte en la región más elevada del Ecuador la misma está ubicada a 115 km al suroeste de Quito a 125 km, al norte con la ciudad de Tulcán con una latitud de 2.225 m.s.n.m, al oeste con la provincia de Sucumbíos y Esmeraldas. El nicho de mercado al que se va a dirigir la presente investigación es la Población Económicamente Activa del cantón Ibarra ubicado en la provincia de Imbabura, Ecuador. (PDOT IMBABURA, 2022, pag,17).

Ibarra es considerada como la ciudad blanca con mas movimiento turístico, gastronómico y de negocios donde cada vez grandes franquicias vienen a invertir sus capitales, además hay mucha gente que se dedica a los emprendimientos y tienen sus propios negocios

3.5.3.2. Demográfica.

En este segmento se eligió a personas comprendidas en el rango de edad de 15 a 65 años de edad que generen ingresos mediante actividades comerciales, textiles, alimenticias entre otras porque en algún momento de su vida necesitaron o tuvieron capacitación financiera para llevar correctamente cada movimiento monetario para tomar decisiones a favor de sus negocios con resultados positivos. Estas personas buscan adquirir conocimientos en centros de capacitación que cuenten con un aval académico, métodos de enseñanza innovadores, atención personalizada, modalidades de estudio para todo tipo de necesidades, con el afán de brindar un servicio completo que tenga beneficios en su diario vivir.

El cantón Ibarra hasta la actualidad tiene una población de 221.149 habitantes según el (PDOT IBARRA,2020, pag 35), donde 107.396 son hombres y el 113. 753 son mujeres; la zona urbana comprende la población del 48,05% masculina y el 51,95% femenina, mientras que la zona rural comprende la población del 50,29% masculina y el 49,71% femenina. El INEC manifiesta que el canton tiene el 1,62% de crecimiento poblacional anual a nivel cantonal.

3.5.3.2.1. Población Económicamente Activa

En el cantón Ibarra la población económicamente activa está representada por 111.085 habitantes, se encuentran divididos en la siguiente tabla:

Tabla 14: Descripción de la Población Económicamente Activa

Parroquia/Cabecera Cantonal	TOTAL
Ibarra	170.549
Ambuqui	6.685
Angochagua	3.983
La Carolina	3.343
La Esperanza	8.988
Lita	4.088
Salinas	2.125
San Antonio	21.388
TOTAL	221.149

Elaboro: Unidad PDYOT 2020

Fuente: Proyecciones Secretaría Técnica Planifica Ecuador

Para el resultado total de la Población Económicamente Activa se tomó el resultado total para el respectivo cálculo como lo demuestra la siguiente tabla:

Tabla 15: Descripción total de la Población Económicamente Actual

POBLACIÓN TOTAL	%	PEA GENERAL	%	PEA TOTAL CANTONAL
221.149	65,13	144.034	77.12	111.085

Elaboro: Unidad PDYOT 2020

Fuente: Proyecciones Secretaría Técnica Planifica Ecuador

Según (PDYOT IBARRA, 2020, pág. 106) para calcular la Población Económicamente del Cantón Ibarra se toma el total de la población total del mismo multiplicado por el 65,13% que representa su crecimiento anual general y para tener el resultado cantonal se multiplica por el 77,12% que representa a Ibarra como cabecera cantonal representando el 111.085 habitantes donde indica el 70% u 80% de su proporcionalidad de todos los sectores socio económicos.

Están incluidos los sectores agropecuario primario, sector manufacturero secundario y sector terciario de servicios.

3.5.3.3. Psicográfica

En la ciudad de Ibarra quienes generan ingresos mediante diferentes tipos de actividades comerciales, industriales, textiles etc., buscan capacitarse en el ámbito contable-financiero en lugares que les permita adquirir y fortalecer los conocimientos mediante la práctica diaria, consiguiendo un nivel alto de aprendizaje, hacer uso del certificado en la hoja de vida para desempeñarse laboralmente, por lo que es importante implementar métodos de instrucción innovadores para generar interés en la contratación del servicio de capacitación.

Por otro lado la ciudadanía desea encontrar sitios de capacitación que cumplan con las exigencias del cliente, las tendencias, las preferencias académicas y brinden un espacio de acogida tanto físico como psicológico dando motivación diaria mediante formas de enseñanza más activas, menos tradicionales.

3.5.3.4. Conductual

Para el centro de capacitación y asesoría es necesario crear un lazo de fidelidad con sus clientes, por lo que se premiará a quienes obtengan los mejores promedios en aprovechamiento, participación, exonerándolos del examen final, dándoles una insignia digital como reconocimiento al esfuerzo por adquirir hábitos y comportamientos financieros, mismos que pondrán en práctica en su vida cotidiana.

Con la finalidad de motivar a las personas se ofrecerá cursos donde habrá descuentos en fechas especiales (Fechas de Navidad, Black Friday, Temporada de Verano, etc.) haciendo más atractiva la oferta de los mismos. Siguiendo la misma línea se desea satisfacer las necesidades de los clientes brindando facilidades de pago, modalidades de estudio en jornada matutina, vespertina a elegir de acuerdo a su disponibilidad de tiempo; así como un momento de receso para que recuperen sus energías y entregar material didáctico para mejor entendimiento de los cursos a dictarse.

Todo esto, es con la finalidad de que el centro de capacitación no sea tradicional sino más bien sea un lugar de enseñanza-aprendizaje innovador y motivador para que el cliente se sienta satisfecho con el servicio.

3.5.4. Clientes

Para que el centro de capacitación tenga éxito de funcionamiento debe contar con clientes potenciales que están comprendidos en la edad de 15 a 65 años dedicados a generar ingresos mediante actividades de comercio, manufactura, artesanal, textil, alimenticia entre otros pertenecientes al cantón Ibarra representando el 70% de la población, según datos del PDYOT; con este antecedente se puede analizar que cada vez los pequeños, grandes negocios, emprendimientos, van creciendo, por lo tanto el interés por capacitarse es más solicitado mientras el precio sea adecuado para el

bolsillo de cada persona llenando los vacíos de aprendizaje con el fin de tomar decisiones correctas en el manejo del dinero.

3.5.5. Tipo de muestreo y cálculo de la muestra

El tipo de muestreo elegido es no probabilístico por conveniencia porque es un método que se aplica mediante una técnica que no realiza procedimientos de selección al azar, sino en base al juicio personal en este caso dirigido a la Población Económicamente Activa del cantón Ibarra que es el criterio de investigación a utilizar, obteniendo muestras representativas mediante la inclusión de grupos típicos. (Ochoa ,2015).

En este caso como no hay una fórmula para realizar los cálculos respectivos se tomó como referencia la fórmula de muestra finita porque se sabe el total de la población y la misma permite calcular los resultados totales de forma exacta.

3.5.5.1.Fórmula cálculo de la muestra

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

Tabla 16: Cálculo de la muestra

CÁLCULO DE LA MUESTRA		
Simbología	Valor	Concepto
N	88.686	Tamaño del universo a calcular
Za	2.24	Indicador estadístico que depende de N
P	0.05	Probabilidad de que ocurra un evento
Q	97.5%	Probabilidad de que no ocurra un evento
D	0.05	Error de estimación máximo aceptado
N	-	El valor de la muestra a encontrar

Elaborado por: La Autora

$$n = \frac{88.686 * 2.24^2 * 0.05 * 0.975}{0.05^2 (88.686 - 1) + 2.24^2 * 0.05 * 0.975}$$

$$n = \frac{88.686 * 5.0176 * 0.05 * 0.975}{0.0025(88.686 - 1) + 5.0176 * 0.05 * 0.975}$$

$$n = \frac{21693.30509}{0.0025(88.686 - 1) + 5.0176 * 0.05 * 0.975}$$

$$n = \frac{21693.30509}{221.7125 + 0.244608}$$

$$n = \frac{21693.30509}{221.957108}$$

$$n = 97.73$$

$$n = 98$$

Este el total de encuestas a aplicar a los diversos miembros de la Población Económicamente Activa para recabar información exacta para conocer la viabilidad, aceptación y factibilidad del proyecto a desarrollar.

3.5.6. Instrumentos de recolección

3.5.7. Análisis de Resultados

Para la entrevista se obtuvo ayuda de 5 centros de capacitación de la ciudad de Ibarra en donde la mayoría su punto de vista es el mismo, expresaron que en tiempos de pandemia innovaron en capacitaciones de interés financiero porque gran parte de sus clientes no tenían idea de cómo generar ingresos en la pandemia, como centros su objetivo era mantenerse en el medio lo cual tuvieron que limitarse en costos y gastos, acudiendo al teletrabajo manteniendo una buena comunicación con el público.

La sugerencia emitida fue que se abra un centro nuevo o se unan capacitadores para crear módulos de aprendizaje direccionados a crear cultura financiera y ser una sociedad responsable en las finanzas.

La entrevista se aplicó a 98 personas presentaron pre-disposición al responder cada una de las preguntas, se acudió manera directa a los negocios en las parroquias tanto urbanas como rurales. Luego de tener una breve conversación con cada una de ellas, manifestaron que la pandemia fue motivo de derrota momentánea.

En el caso de las personas que se dedicaban a la industria textil, tuvieron que cambiar de actividad como es a la agricultura y ganadería; mientras tanto que las personas del sector alimenticio tuvieron que doblar esfuerzos en el ámbito económico, arriesgando su vida porque tuvieron que proveer de alimento a las personas que se encontraban en completo encierro, buscando nuevas estrategias para poder promocionar y vender sus alimentos, ajustándose al bolsillo de las personas, muchas veces perjudicando su inversión. En la siguiente tabla demostraremos el número de negocios y emprendimientos encuesta:

Tabla 17: Locales y Emprendimientos encuestados (Sector Urbano)

Locales y Emprendimientos	Cantidad
Sector Urbano	
San Francisco	10
El Sagrario	10
Los Ceibos	15
Caranqui	15
Alpachaca	5
Priorato	10
TOTAL	65

Elaborado por: La Autora

Tabla 18: Locales y Emprendimientos encuestados (Sector Rural)

Locales y Emprendimientos	Cantidad
Sector Rural	
San Antonio	15
La Esperanza	18
Angochagua	-
Salinas	-
La Carolina	-
Lita	-
TOTAL	33

Elaborado por: La Autora

3.5.8. Análisis de la Encuesta

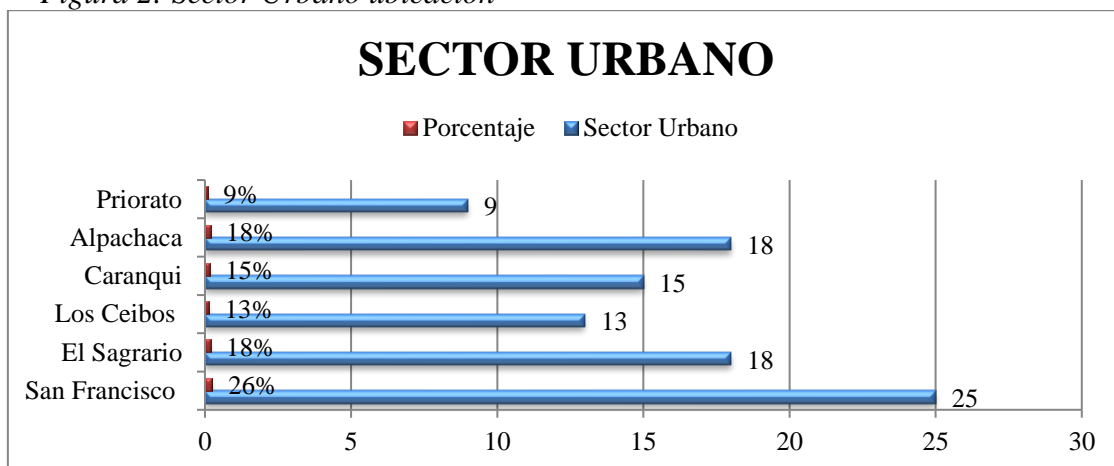
Resultados

1) ¿En qué sector usted vive?

Sector Urbano

- San Francisco
- El Sagrario
- Los Ceibos
- Caranqui
- Alpachaca
- Priorato

Figura 2: Sector Urbano ubicación



Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación propia

Análisis:

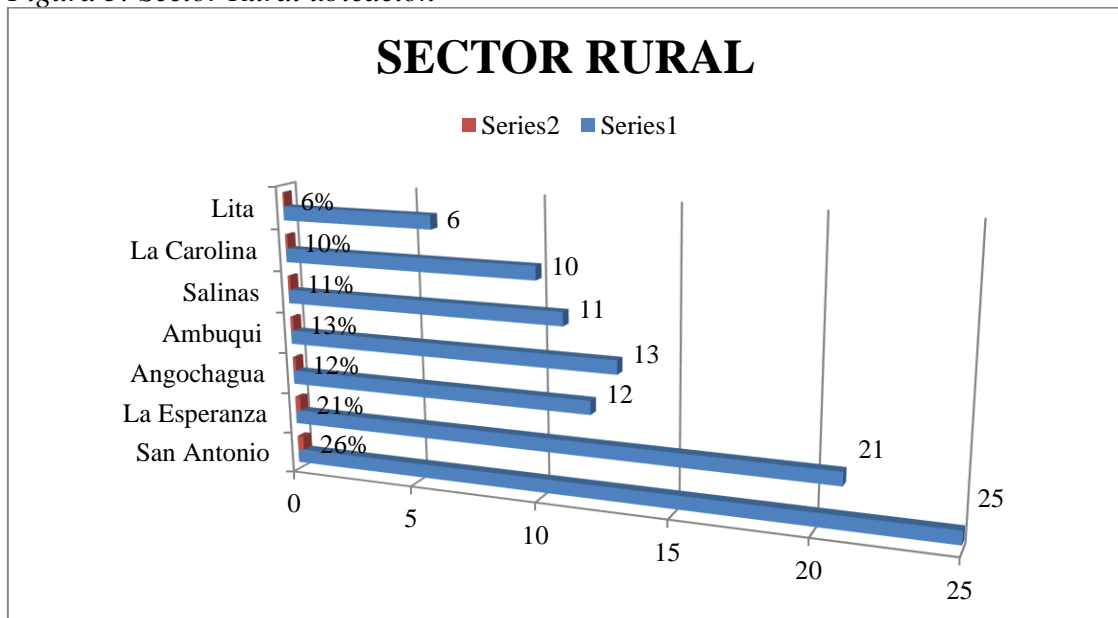
Con respecto a la población seleccionada se puede observar que la mayoría de personas a las que se encuestó pertenecen a la parroquia San Francisco, que es el sector donde se lleva a cabo actividades de servicio, económicas, productivas, alimenticias, entre otros. En cuanto a las demás parroquias, realizan las mismas actividades pero en menor demanda por la ubicación.

Esta información fue útil para definir el sitio donde va a estar ubicado el centro de capacitación y asesoría financiera.

Sector Rural

- San Antonio
- La Esperanza
- Angochagua
- Ambuqui
- Salinas
- La Carolina
- Lita

Figura 3: Sector Rural ubicación



Elaborado por: La autora

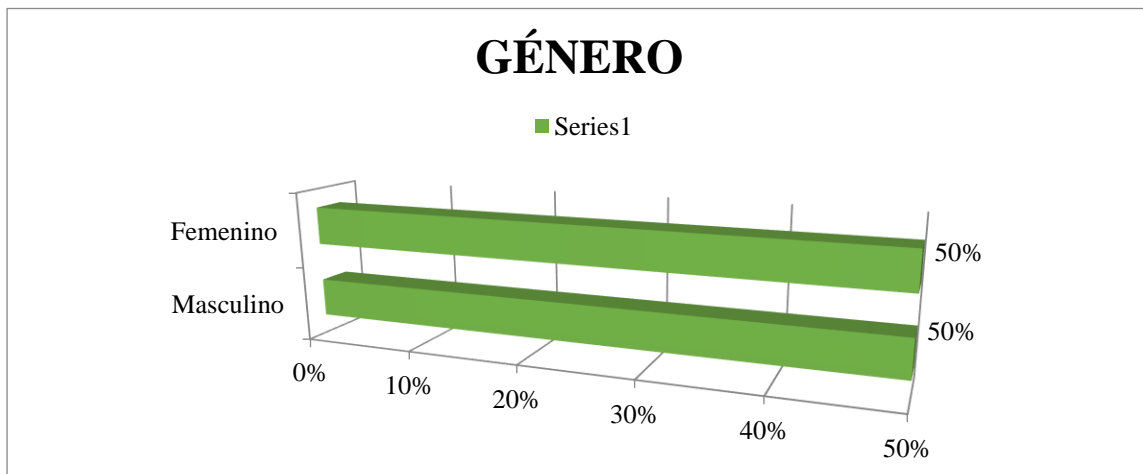
Fuente: Investigación propia

Análisis:

En el gráfico de pastel podemos ver que hay una gran población económica ubicada en San Antonio y la Esperanza porque son conocidos como parroquias de gran actividad económica maderera, alimenticia, textil, artesanal, las otras parroquias llevan a cabo las mismas actividades pero poca gente lo ejerce como tal. Esta información nos da una idea de que se puede crear una sucursal o dar capacitaciones en un sitio estratégico de fácil acceso para quienes tengan interés de ampliar sus conocimientos en el ámbito financiero.

2) ¿Cuál es su género?

Figura 4: Género



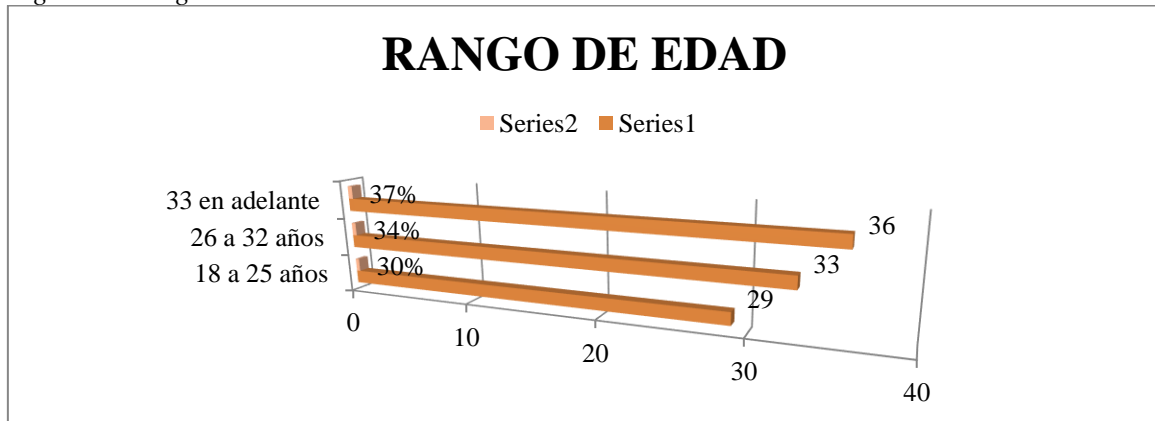
Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación propia

Análisis: Podemos visualizar que hay interés de ambos géneros (hombres y mujeres) para capacitarse y asesorarse financieramente por lo que es un buen precedente para tener igualdad de género en el proyecto a desarrollarse en la ciudad de Ibarra.

3) ¿Elija su rango de edad?

Figura 5: Rango de Edad



Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación propia

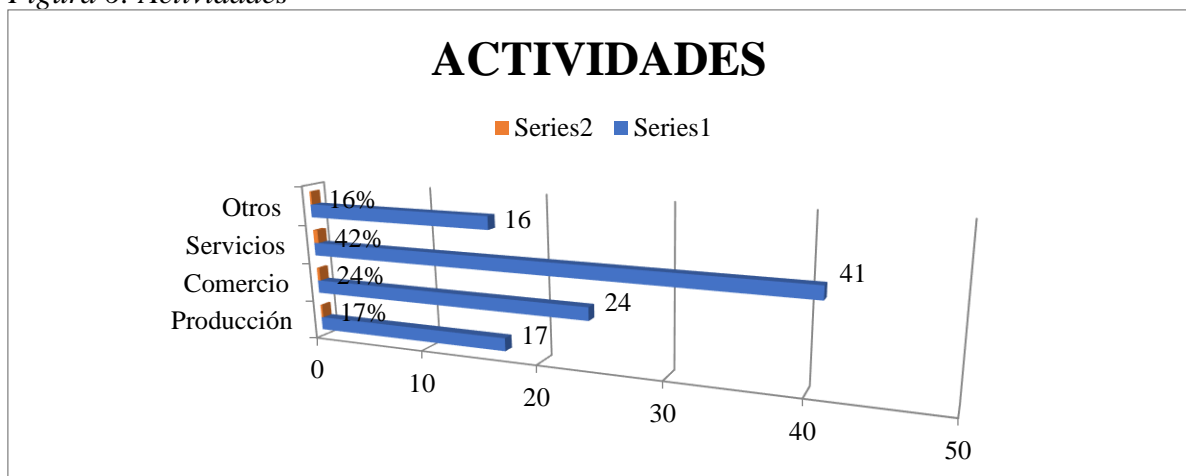
Análisis:

Se logra visualizar que hay una gran acogida por las personas que tienen 33 años de edad en adelante puesto que tienen más conocimiento en el manejo de finanzas, a la vez tienen la madurez necesaria para querer aprender nuevas estrategias que dupliquen sus ingresos.

Los demás personas que tienen menos edad sí tienen el interés de capacitarse pero en menor porcentaje.

4) ¿A qué sector económico pertenece su actividad?

Figura 6: Actividades



Elaborado por: La autora

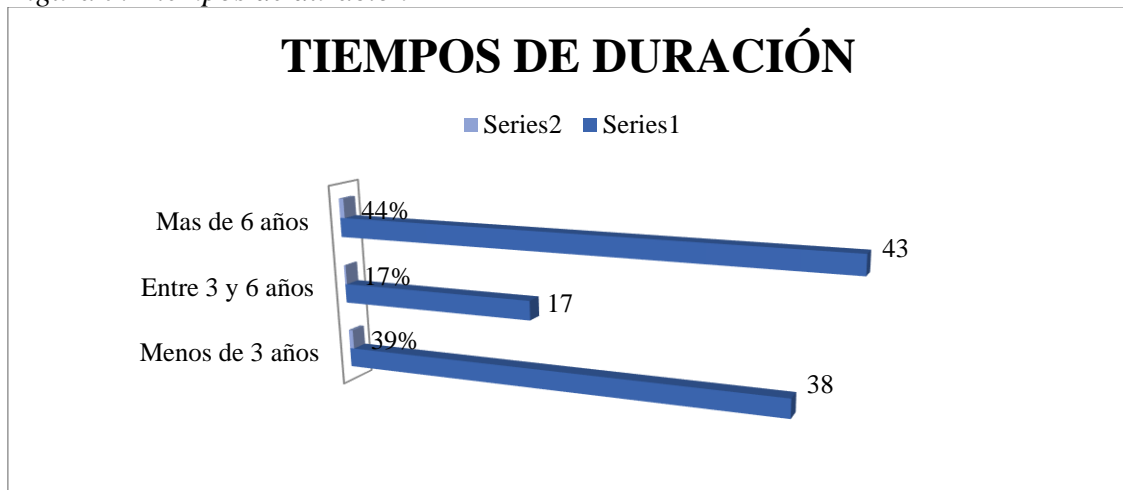
Fuente: Investigación propia

Análisis:

En la ciudad de Ibarra la principal actividad que se desarrolla es de servicios alimenticios, metalmecánicos, madereros, a la vez las actividades de producción, comercio son elementales porque así se ha logrado evidenciar cada vez la creación de nuevos emprendimientos, estos han ayudado a que Ibarra sea cada vez un ente turístico. Todos los rangos dan una clara idea de que habrá una gran acogida en los cursos de capacitación que el centro ofertará.

5) ¿Qué tiempo lleva en la actividad?

Figura 7: Tiempos de duración



Elaborado por: La autora

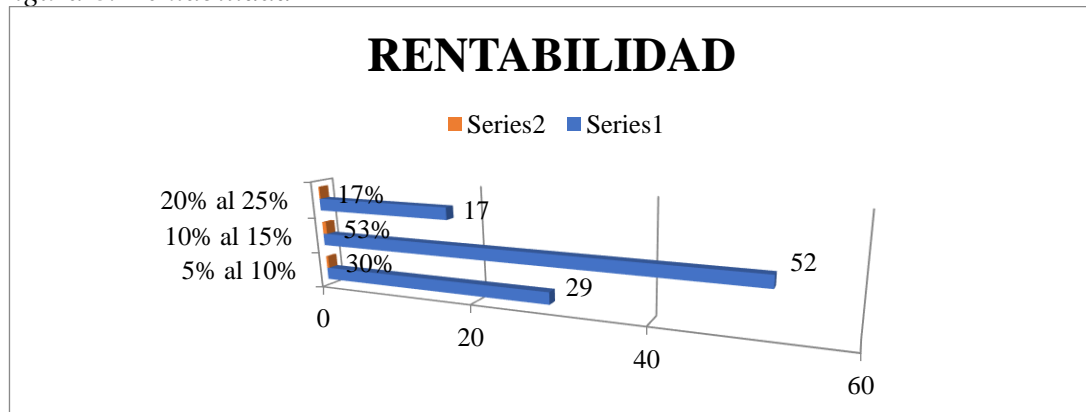
Fuente: Investigación propia

Análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos la mayor parte tienen negocios de gran trayectoria, siendo reconocidos a nivel nacional como entes productivos que el país necesita, pero se ve también, aquellos que comienzan a realizar alguna actividad económica porque al ser primerizos en el tema no pueden visualizar a corto tiempo los resultados esperados. Este precedente servirá para crear estrategias que ayuden a generar una cultura financiera.

6) ¿Cuál es la rentabilidad aproximada que tiene su negocio?

Figura 8: Rentabilidad



Elaborado por: La autora

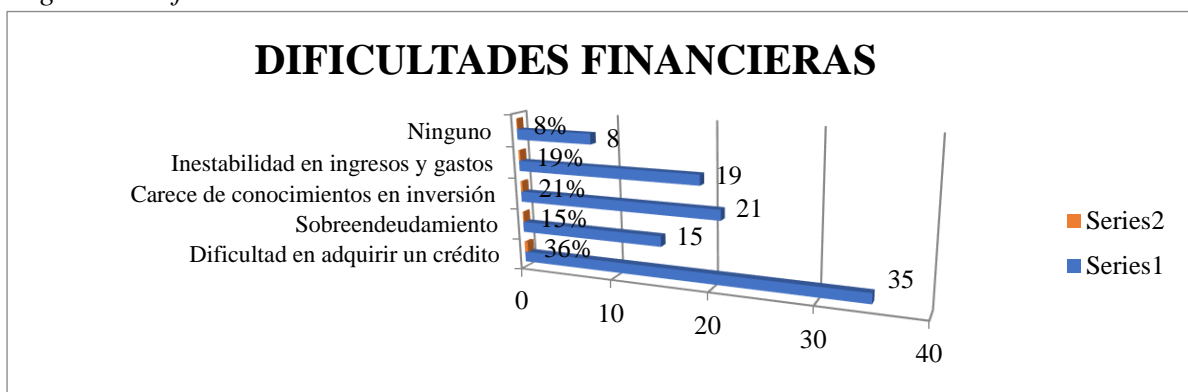
Fuente: Investigación propia

Análisis:

De acuerdo a la encuesta realizada, la mayor parte de personas manifiestan que tienen una rentabilidad entre el 10% y 15%, porque sus negocios han tenido que ser ajustados a la necesidad del cliente como por ejemplo las personas que tuvieron los negocios de ropa, cambiaron por la venta de verduras, con el fin de mejorar sus ingresos, el resto de variables es un porcentaje menor porque los negocios no tuvieron la capacidad económica para cambiar de actividad; siendo esto, una desventaja porque al tener que cambiar de negocio se necesita más capital y son mayores los gastos.

7) ¿Qué problemas ha tenido últimamente en sus finanzas?

Figura 9: Dificultades Financieras



Elaborado por: La autora

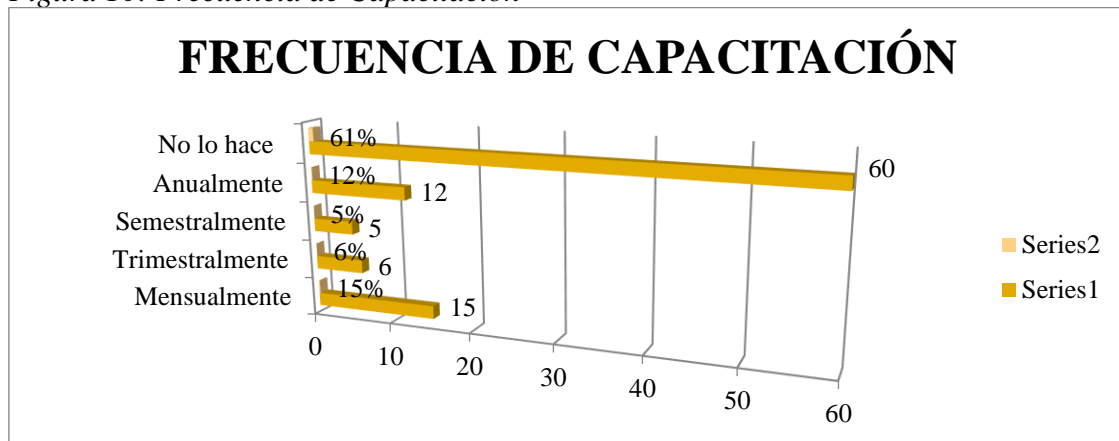
Fuente: Investigación propia

Análisis:

Se puede visualizar que el mayor problema financiero que tuvo la población, es la obtención de un crédito porque las entidades bancarias se volvieron muy rígidas ya que solicitaban más documentos que garanticen la solvencia de sus clientes, pues la pandemia causó mucha inestabilidad en los empleos por lo que adquirir dinero y ganancias en esta época fue muy difícil; a más de esto, la sociedad no estaba preparada para enfrentar a este fenómeno, pues la mayor parte de personas contaba con un presupuesto limitado el mismo que no alcanzaba a satisfacer sus necesidades básicas.

8) ¿Con que frecuencia se capacita en temas financieros?

Figura 10: Frecuencia de Capacitación



Elaborado por: La autora

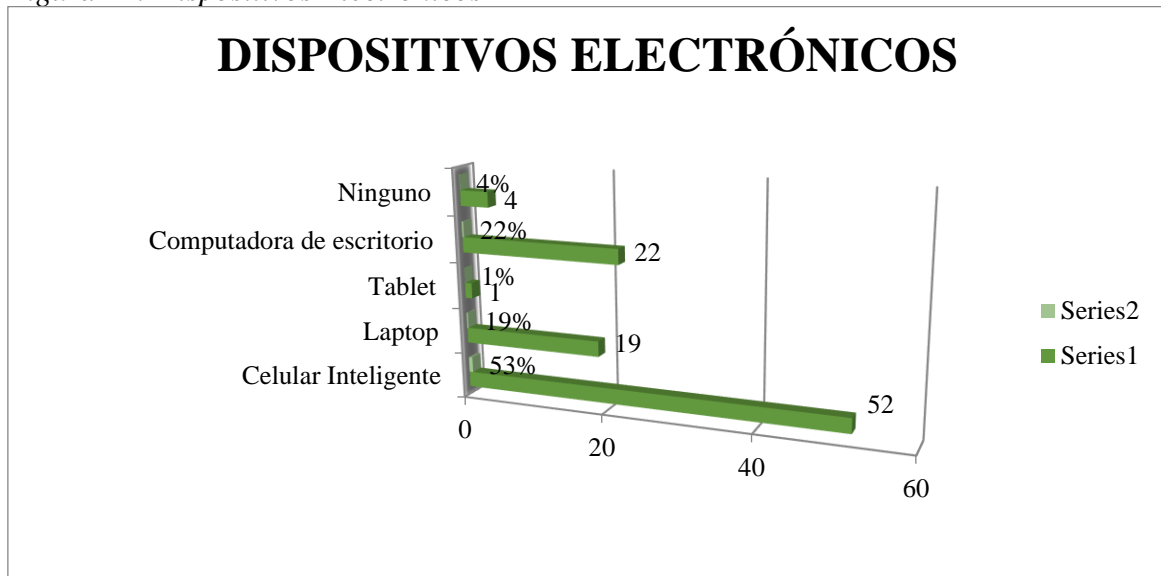
Fuente: Investigación propia

Análisis:

En esta pregunta se ve claramente que la mayor parte de personas encuestadas no han tenido la oportunidad de recibir una capacitación en el aspecto financiero por diversos factores, a la vez esto es positivo para el centro de capacitación que se quiere implementar ya que los servicios que se oferta son muy atractivos y diferentes a los demás, por lo que se puede visualizar que se tendrá una gran acogida por parte de la población.

9) ¿Qué mecanismo tecnológico utiliza actualmente para capacitarse?

Figura 11: Dispositivos Electrónicos



Elaborado por: La autora

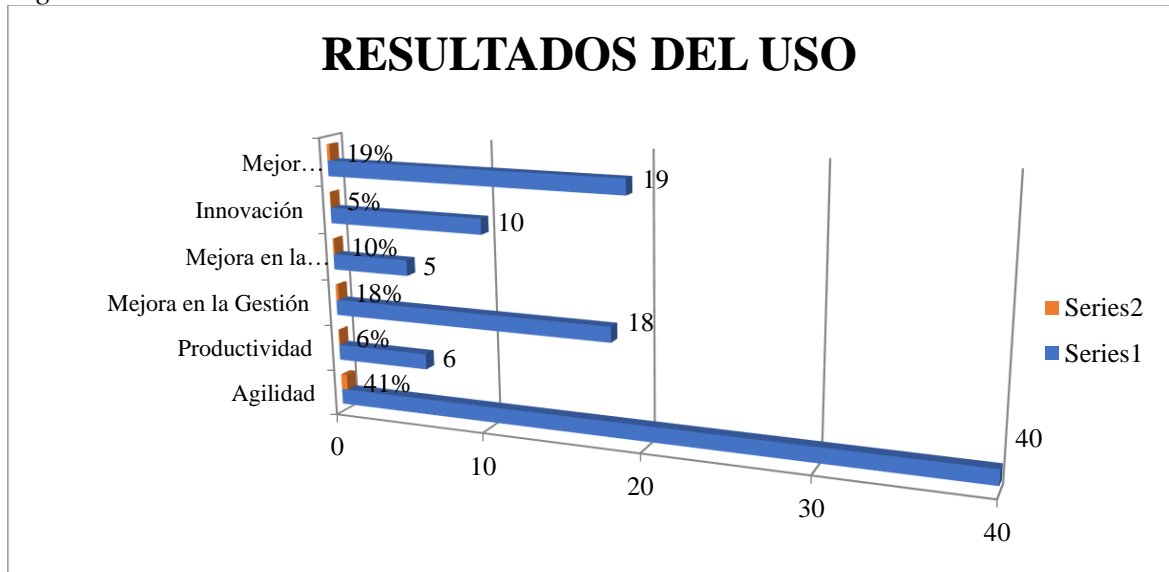
Fuente: Investigación propia

Análisis:

Actualmente la población para poder enterarse de cualquier noticia utiliza más el celular inteligente, ya que este dispositivo es fácil de transportarlo y se puede visualizar una gran cantidad de información en todo ámbito. En el aspecto educativo este dispositivo es de gran ayuda porque no es necesario estar presente en la clase para escuchar o dar alguna respuesta, mientras que los demás dispositivos también son usados en menor frecuencia. Esto es una muestra de que la sociedad ya está digitalizada.

10) De acuerdo a la respuesta en la pregunta anterior ¿Cuál ha sido el resultado por el uso de estos aparatos tecnológicos?

Figura 12: Resultados del Uso



Elaborado por: La autora

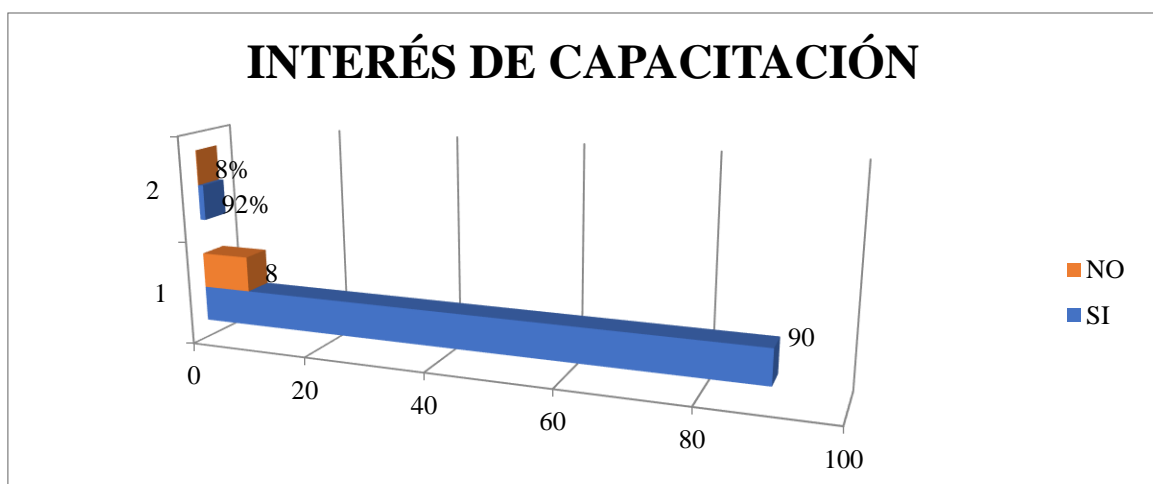
Fuente: Investigación propia

Análisis:

El uso de los dispositivos electrónicos ha generado mucha rapidez, donde se puede interactuar simultáneamente con el internet y los clientes porque permite manejar información en tiempo real al momento de realizar las actividades de negocios, generando mayor productividad, sin tener que transportarse a otro lugar de manera personal.

11) ¿Le gustaría capacitarse en temas financieros?

Figura 13: Interés de Capacitación



Elaborado por: La autora

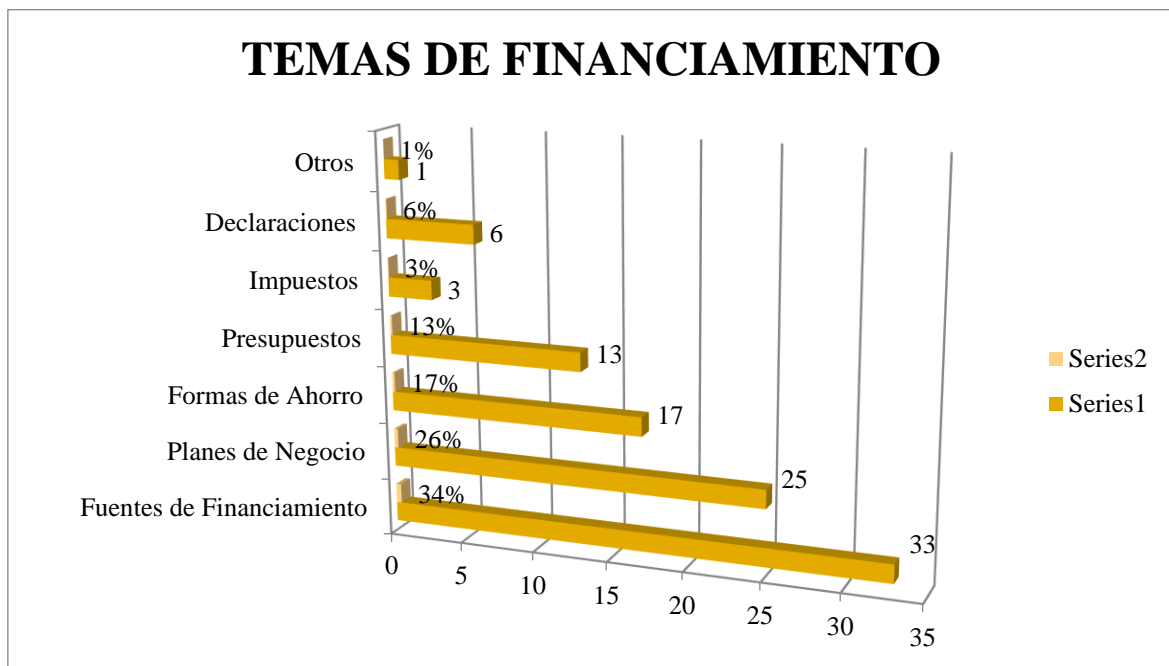
Fuente: Investigación propia

Análisis:

Los encuestados tienen un gran interés en capacitarse financieramente porque consideran elemental tener conocimientos en el manejo del dinero, para evitar pérdidas en sus negocios; además, estas capacitaciones les servirán para aprender a invertir y gastar en las cosas realmente importantes.

12) ¿En qué temas financieros le gustaría capacitarse?

Figura 14: Temas de Financiamiento



Elaborado: Por la autora

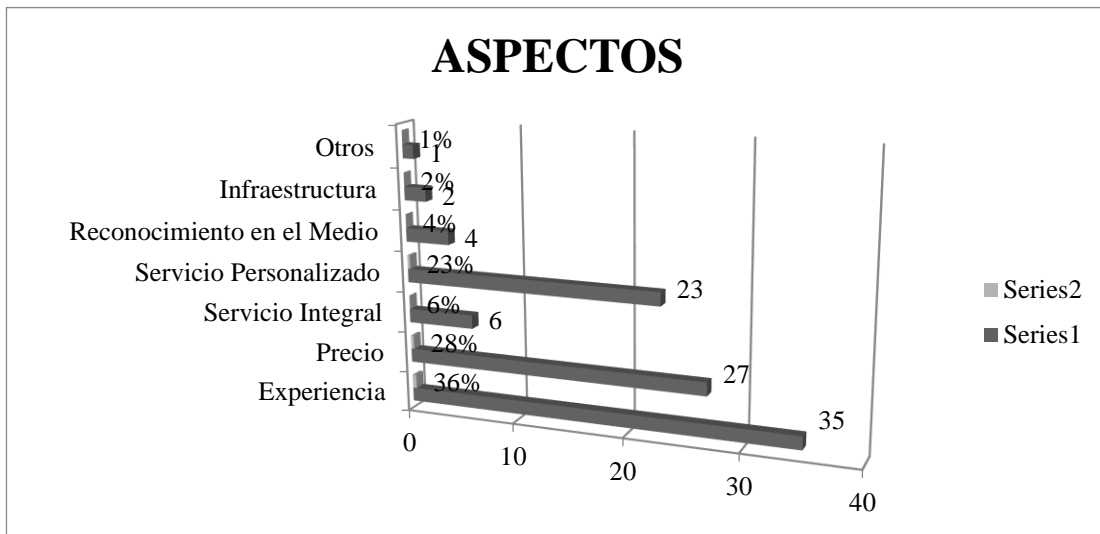
Fuente: Investigación Propia

Análisis:

De acuerdo a las respuestas obtenidas se puede visualizar que la mayor parte de personas encuestadas tienen la necesidad de capacitarse en temas financieros en especial en fuentes de financiamiento debido a que cada vez el salario básico unificado no alcanza y porque quieren potencializar sus pequeños emprendimientos.

13) ¿Qué aspectos importantes tomaría en cuenta para recibir una capacitación?

Figura 15: Aspectos



Elaborado: Por la autora

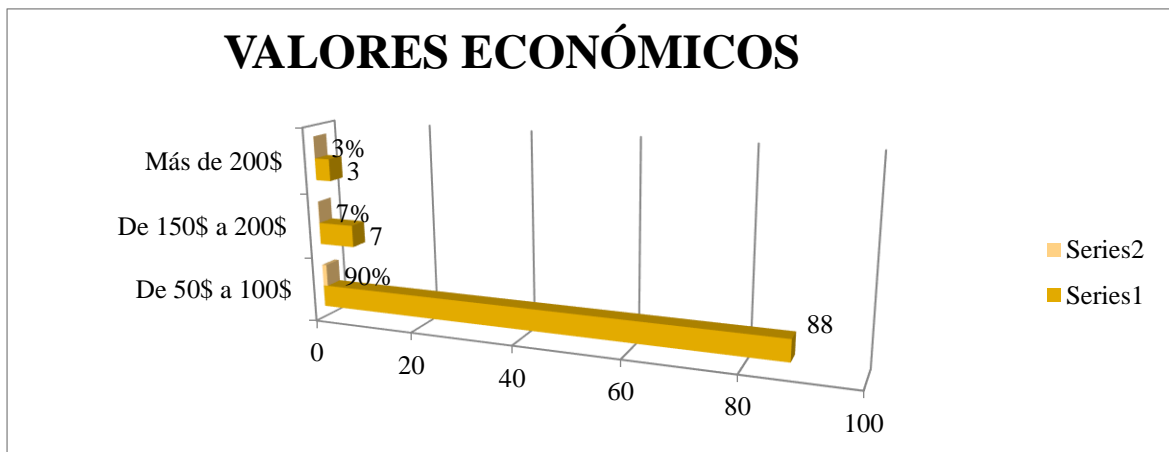
Fuente: Investigación Propia

Análisis:

El 36% de los encuestados desea ser capacitado por personas que tengan una vasta experiencia en el área financiera y contable; ya que los participantes son adultos con criterio formado y que necesitan que la enseñanza obtenida tenga buenos resultados, con la finalidad de poner en práctica en sus negocios los mismos que le apuestan a un éxito seguro. En segundo lugar, las personas toman en cuenta el costo de los cursos para poder ver si están en la posibilidad de costear los mismos; además, las personas en menor porcentaje también toman en cuenta el entorno social, así como el reconocimiento y prestigio con que cuenta la institución.

14) ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir anualmente para capacitarse financieramente?

Figura 16: Valores Económicos



Elaborado: Por la autora

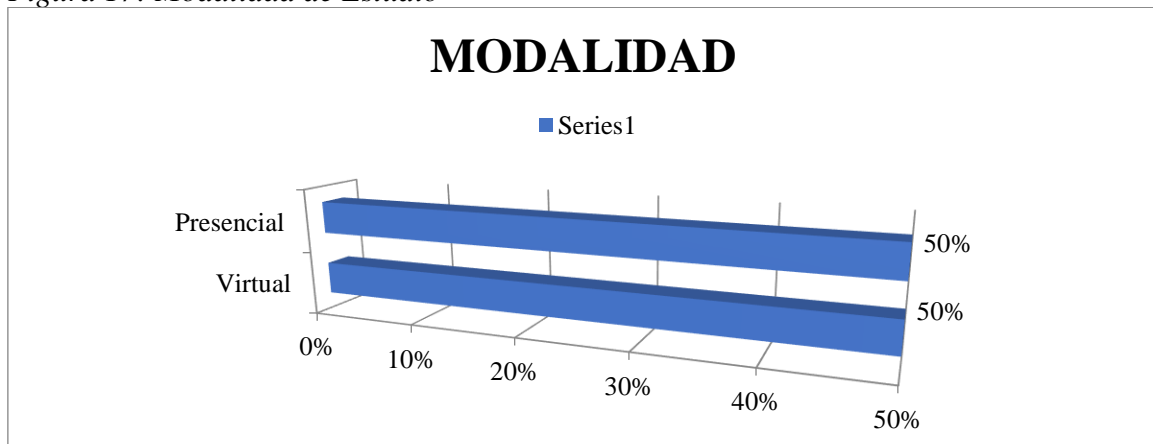
Fuente: Investigación Propia

Análisis:

El 90% de los encuestados respondió que estarían dispuestos a invertir anualmente entre 50\$ a 100\$, ya que es un costo no muy elevado y accesible a la economía de todos; pero también hay que tomar en cuenta que hay personas dispuestas a invertir mucho más dinero en sus capacitaciones, porque miran la importancia de estar actualizados pues están conscientes que con esto pueden implementar nuevas estrategias modernas en sus negocios para obtener mayores ganancias.

15) ¿En qué modalidad le gustaría recibir la capacitación?

Figura 17: Modalidad de Estudio



Elaborado: Por la autora

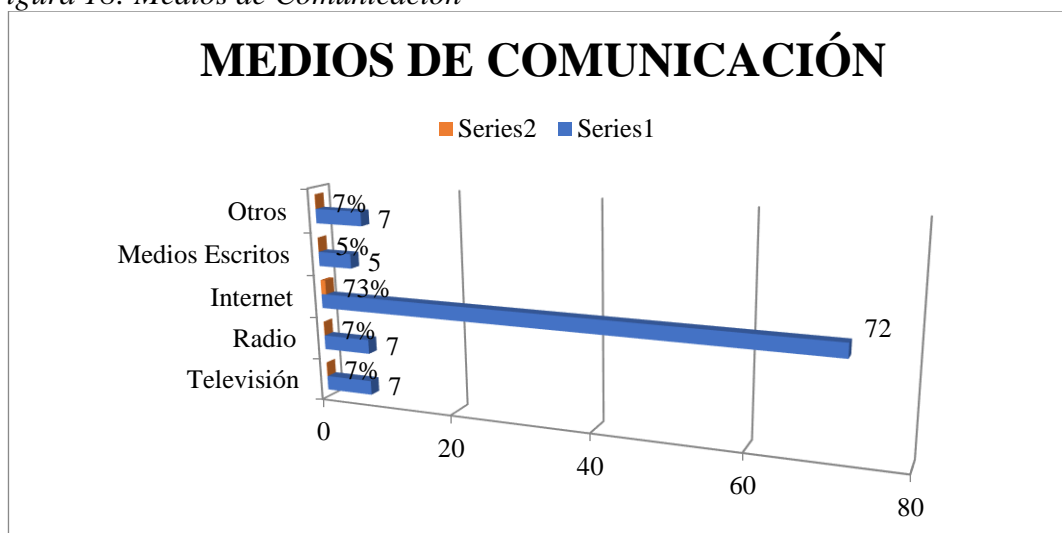
Fuente: Investigación Propia

Análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos, se puede visualizar que las dos modalidades ofertadas por el centro de capacitación tanto presencial como virtual son importantes, porque se adaptan a la necesidad, tiempo y espacio de cada persona.

16) ¿A través de qué medios le gustaría conocer los cursos ofertados?

Figura 18: Medios de Comunicación



Elaborado: Por la autora

Fuente: Investigación Propia

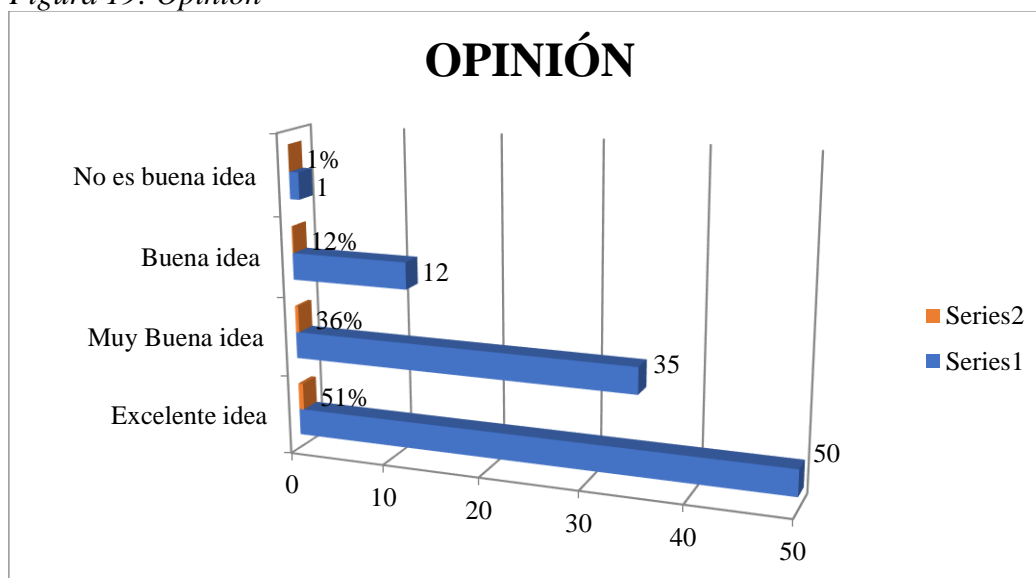
Análisis:

La mayor parte de encuestados respondió que le gustaría conocer la publicidad de los cursos ofertados por el centro de capacitación a través de internet, ya que en la actualidad es el medio más rápido, ágil y más visitado por la sociedad.

El centro de capacitación ofertará sus cursos a través de todas las plataformas y redes sociales mediante internet, sin dejar de lado a los otros medios de comunicación como la prensa, radio y televisión.

17) ¿Qué opina acerca de la creación de una escuela de capacitación y asesoría financiera?

Figura 19: Opinión



Elaborado: Por la autora

Fuente: Investigación Propia

Análisis:

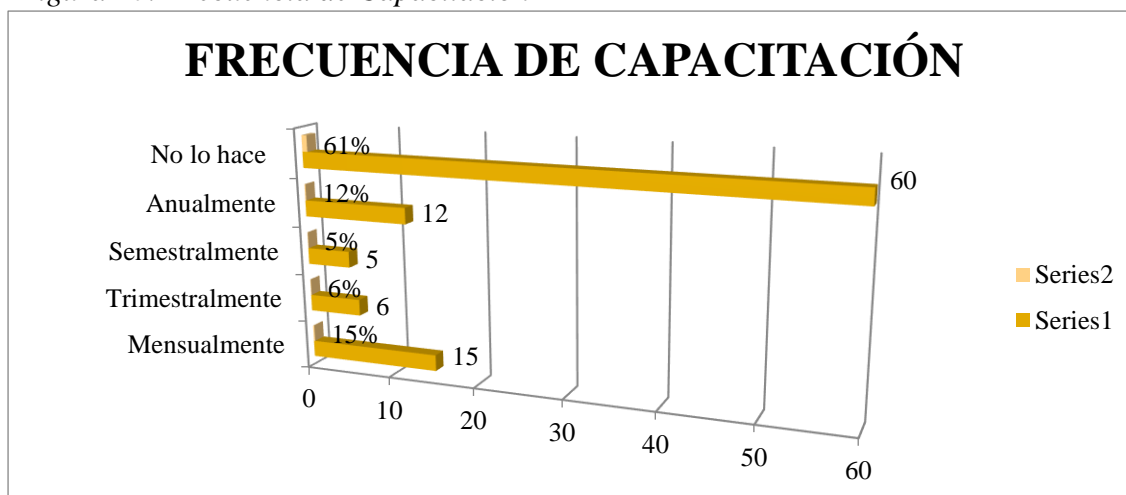
Este proyecto está siendo respaldado por la ciudadanía ibarreña debido a que cumplirá con las exigencias, necesidades académicas que anhelan cimentar para conocimientos a largo plazo, siendo el primer centro de capacitación y asesoría financiera completo e innovador creado a beneficio de las personas.

3.5.9. Análisis de la demanda

Para desarrollar esta fase y obtener información específica se aplicó una encuesta a 98 personas pertenecientes a la Población Económicamente Activa en la edad de 15 a 65 años que son emprendedores, comerciantes, productores, dueños de negocios, etc.; debido a que no hay datos históricos en relación a la demanda de los servicios de capacitación en los últimos 5 años en la ciudad de Ibarra, se seleccionó una pregunta de la encuesta para obtener los resultados requeridos:

¿Con que frecuencia se capacita en temas financieros?

Figura 20: Frecuencia de Capacitación



Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación propia

Se puede observar que la mayoría de personas se capacitan en diferentes tiempos por motivos de precio, tiempo, etc. con el fin de llevar un correcto manejo de sus finanzas en su diario vivir.

Haciendo un breve análisis, se tomó el rango de capacitación mensual donde las 98 personas encuestadas el 15% como resultado a 15 personas interesadas en adquirir el servicio. Donde la mitad desea capacitarse en modalidad virtual y la otra en modalidad presencial, como esta descrito en el cuadro:

Tabla 19: Demanda Específica

MODALIDAD	TOTAL MENSUAL (número de personas interesadas)	TOTAL ANUAL
PRESENCIAL	8	96
VIRTUAL	7	84
TOTAL	15	180

Elaborado por: La autora

3.5.9.1. Proyección Demanda

Para el cálculo de la demanda se tomó el total anual de la tabla anterior y la tasa de crecimiento poblacional del 1.62% anual del PDYOT, aplicando la siguiente fórmula:

$$P_p = P_b(1 + i)^n$$

Detalle variables:

Tabla 20: Descripción Variables

Variable	Significado
Pp	Población futura
Pb	Población inicial
I	Tasa de crecimiento anual
N	Año proyectado

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación Propia

Tabla 21: Proyección Demanda

AÑO	PROYECCIÓN DEMANDA
1	180
2	186
3	195
4	208
5	225

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación Propia

3.5.10. Análisis de la Oferta

Se ha realizado una investigación en base a los datos del SRI (CIUU40), arrojando como resultado 35 centros registrados con diferente razón social, que brindan servicios de capacitación y asesoría en diversos lugares de la ciudad de Ibarra, donde se dictan clases en diferentes temas de interés para la sociedad en especial de índole contable, financiero y tributario.

Sin embargo para obtener datos de cuantas personas asisten, que asignaturas imparten, las horas de duración, los métodos de aprendizaje utilizados, la modalidad de estudio, etc., no existen datos estadísticos que permitan conocer la situación actual de estos centros de capacitación; por razones de privacidad no se obtuvo la información necesaria, por lo cual aquí se detallará los centros que apoyaron a esta investigación:

Tabla 22: Oferta Específica

Centros de Capacitación	Cursos	Precio	Horas de Duración	Número de asistentes	Modalidad	Certificaciones
Núcleo Ibarra Colegio de Contadores Públicos	Módulo Tributario Módulo Laboral Módulo Operativo Contable	250	50	30	Presencial Virtual	SETEC
CECAPRE Ecuador	Cajero Bancario, Atención al Cliente, Call Center	160	56	15	Presencial Virtual	Ministerio de Trabajo
Centro de Capacitación y Emprendimiento Profesional	Auxiliar Contable Auxiliar Recursos Humanos	270	80	25	Presencial	SENESCYT por competencias laborales
SERVICAP	Coaching Motivación en ventas y atención al cliente.	30	8	25	Presencial Virtual	SETEC
Fundación COORED	Asistente Contable Tributario	420	200	15	Presencial	Ministerio de Educación y Trabajo

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación Propia

Tabla 23: Tabla del Proyecto

Centros de Capacitación	Cursos	Precio	Horas de Duración	Número de asistentes	Modalidad	Certificaciones
ALFA “Centro de Capacitación Contable y Financiera”	Módulo 1:Economía Personal Módulo 2:Economía Familiar Módulo 3:Economía Tributaria	100	40	25	Presencial Virtual	SETEC Ministerio de Trabajo

Elaborado: Por la autora

Fuente: Investigación Propia

En esta tabla se detalla el tema del curso, precio, horas de duración, número de asistentes, modalidad y el tipo de certificación que la competencia ofrece a la población. Tomando en cuenta que la pandemia obligó al cierre temporal de algunos centros por el tema económico, mientras que otros para dar cumplimiento a las restricciones impuestas por el gobierno y mantenerse vigentes abrieron la modalidad virtual, esto generó un alto interés en capacitarse en quienes no tenían medios para movilizarse.

Los precios de capacitación varían desde los 30,00 a 400,00 dólares por el contenido, las horas de clase, material didáctico, etc., esto refleja las facilidades de pago mediante mensualidades, a través de transferencias online, tarjetas de crédito, débito y efectivo. Las personas eligen según su necesidad en que modalidad capacitarse sea presencial o virtual, porque la sociedad vive en un medio agitado, con presupuesto ajustado, que a veces es un limitante, pero gracias a la tecnología, aplicaciones digitales, plataformas educativas esto hace que el servicio se desarrolle de forma satisfactoria.

En conclusión la diferencia que tendrá este proyecto es que se ofrecerá un servicio de 100% de calidad, donde se hablarán temas de acerca del manejo del dinero a nivel personal, familiar y tributario, a un precio accesible, generando cultura financiera en cada persona para llevar una economía equilibrada día a día.

3.5.10.1. Proyección Oferta

Los mismos cálculos realizados en la demanda se aplicó en la oferta tomando la tasa - de crecimiento anual del 1.62% del PDYOT 2020-2040, aquí se detalla:

Tabla 24: Proyección Oferta

AÑO	PROYECCIÓN OFERTA
1	72
2	74
3	78
4	83
5	90

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación Propia

3.5.11. Demanda Insatisfecha

Al tener los datos de la oferta y demanda acerca del servicio de capacitación y asesoría financiera en la ciudad de Ibarra, se refleja que hay necesidades por cubrir por diversas razones, por lo tanto esto ayuda a ejecutar el proyecto en beneficio de la sociedad.

Tabla 25: Demanda Insatisfecha

	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Oferta	72	74	78	83	90
Demanda	180	186	195	208	225
Demanda Potencial	108	112	117	125	135

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación Propia

3.5.11.1. Demanda a cubrir

Para cubrir la demanda es su totalidad se contará con docentes, equipamiento adecuado, porque se plantea realizar planificaciones curriculares cada fin de mes con el fin de adaptarse a todos los procesos académicos y administrativos creando estrategias de enseñanza-aprendizaje eficazmente para que el centro tenga una gran acogida por toda la sociedad.

Donde se ha fijado como tasa de crecimiento del 10% para lograr cubrir toda la demanda durante los 5 años de vida del proyecto.

3.5.12. Estrategias de comercialización

Las estrategias comerciales que a continuación se presentan está basada en las 3 P de marketing y en este caso S por ser servicio.

Servicio

El servicio de capacitación y asesoría financiera será de calidad, por lo que se contratará docentes calificados en temas contables-financieros, quienes elaborarán un plan de estudios previamente aprobado, donde se detallarán las actividades académicas

a realizar de cada uno de los módulos a dictarse de forma teórica y práctica en tiempos establecidos, publicando en redes sociales donde las personas analizarán si este curso es de su conveniencia y si están en la posibilidad de cancelar el costo establecido con el fin de generar interés adquisitivo del servicio siendo una estrategia de comercialización.

Plaza

El centro de capacitación estará ubicado en el centro de la ciudad de Ibarra en la calle Simón Bolívar donde es el sector comercial de más afluencia, lo que se busca es tener un sitio estratégico de fácil acceso donde las personas puedan acercarse a inscribirse de forma directa, las instalaciones contarán con espacios acogedores adecuados para los estudiantes y docentes, la misma contará con canales digitales como transferencias bancarias, pagos con tarjeta de crédito, débito, además habrá un call center donde la secretaria informará de cómo está estructurado cada uno de los módulos a dictar en el curso, despejará dudas, inquietudes, con el objetivo de ganar clientes los mismos que ayuden a hacer publicidad.

Aquí se entregará el comprobante de matrícula en donde estará detallada la modalidad de estudio seleccionada, el valor cancelado mismo que servirá para la entrega del certificado en caso de haber el sacado puntaje requerido.

Promoción

Para la promoción del centro de capacitación publicará las fechas de inscripción, consejos acerca del manejo de finanzas, el desarrollo de las clases de forma activa con esto se obtendrá material multimedia para publicar en el canal empresarial de YouTube, página web, redes sociales en tiempo real dando a conocer el servicio a toda

la sociedad, adicional a esto para motivar al público a inscribirse se harán sorteos mensuales de productos físicos como flash memory´s, tablets, celulares y audífonos

Se acudirán a las ferias estudiantiles y de emprendedores donde habrá un stand informativo que entregará afiches, trípticos e incluso se dará una pequeña charla acerca de los temas contables-financieros que ofrece el centro.

Además, se realizará visitas a institutos, universidades y colegios donde permitan dar un espacio de enseñanza-aprendizaje extracurricular en temas contables-financieros, con el propósito dar buen uso al dinero al momento de gastar, invertir y que decisiones tomar si la economía se ve afectada en tiempos de crisis.

Precio

El costo de cada curso se determinará en base a los resultados de la encuesta aplicada, es decir según el rango de costo, hay que tomar en cuenta que actualmente nuestro país se encuentra en crisis económica donde la mayor parte de personas no tienen solvencia económica, pues la mayoría no cuenta con un trabajo estable; por eso el costo de los cursos oscilará entre 50\$ a 100\$, se tiene la seguridad de que estos costos son accesibles a todas las personas de medianos y bajos recursos. Se aplicará descuentos si el número de participantes es grande y también en fechas especiales como: inicio de año, Black Friday, en el Mes de Diciembre.

Conclusiones del Estudio

Al haber efectuado el estudio de mercado se determina que hay una gran demanda a cubrir por parte de la Población Económicamente Activa siendo un gran impulso para crear el centro de capacitación y asesoría, donde las personas podrán adquirir conocimientos financieros que les ayudará a crear y mantener su negocio.

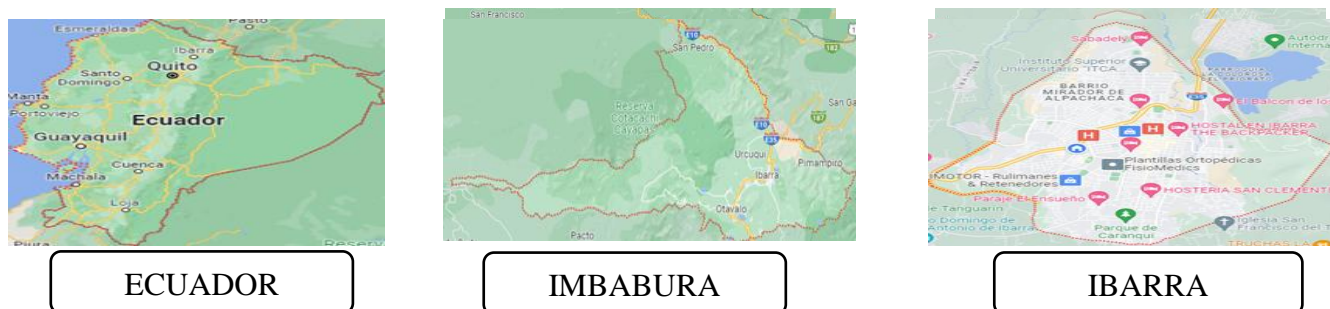
3.6. Estudio técnico – administrativo

3.6.1. Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto

3.6.1.1. Macro localización

El lugar donde estará ubicado el centro de capacitación y asesoría financiera para brindar sus servicios es en la provincia de Imbabura, cantón Ibarra. Como se observa en la siguiente figura:

Figura 21: Macro localización



Elaborado por: La autora
Fuente: Google Maps

3.6.1.2. Micro localización

Para determinar la localización correcta se ha elegido 3 parroquias urbanas que tienen más movimiento comercial, educativo y económico que son:

- a) El Sagrario
- b) San Francisco
- c) Los Ceibos

Tabla 26: Factores de Micro localización

FACTORES	PESO	Parroquia "El Sagrario"		Parroquia "San Francisco"		Parroquia "Los Ceibos"	
		Calificación	Peso Ponderado	Calificación	Peso Ponderado	Calificación	Peso Ponderado
Lugar de fácil acceso	0,30	4	1,20	5	1,50	3	0,90
Facilidad de ubicación	0,20	3	0,60	5	1	3	0,60
Seguridad	0,25	5	1,25	5	1,25	3	0,75

Arriendo de Locales	0,15	3	0,45	4	0,60	4	0,60
Servicios Básicos	0,10	3	0,30	4	0,40	4	0,40
TOTAL	1,00		3,80		4,75		3,25

Elaborado por: La autora

Fuente: Clases dictadas

Al determinar los factores principales para constituir el centro de capacitación, se ha definido el lugar adecuado de ubicación será la parroquia “El Sagrario” donde se encuentran ubicados los barrios del centro de la ciudad donde hay mayor afluencia comercial, bancaria, de negocios, etc, considerando que son lugares de fácil acceso.

Figura 22: Micro localización (Ubicación Exacta)



Ubicación Sede Principal

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Figura 23: Macro localización



Fuente: Google Maps 2022

Elaborado por: La Autora

3.6.2. Análisis y determinación del tamaño óptimo de la empresa

3.6.2.1. Mercado

De acuerdo a los 98 encuestados que son emprendedores, dueños de negocios, microempresarios del cantón Ibarra, el 51% acepta la creación del centro de capacitación y asesoría habiendo un alto interés en recibir clases en temas financieros, contables, tributarios. Esto es un dato positivo que permitirá adecuar correctamente la infraestructura del centro y a la vez crear nuevos módulos de enseñanza-aprendizaje para la población.

3.6.2.2. Tecnología

Puesto a que se ofrecerá el servicio presencial y virtual se realizará una adquisición que estará compuesto de las siguientes herramientas:

Tabla 27: Herramientas Tecnológicas

Detalle	Cantidad
Computadora de Escritorio NVIDIA	1
Laptop ASUS	4
Impresora Multifunción EPSON L3250S	1
Proyector	1
Webcam	1
Micrófono	1
Total	9

Elaborado por: La Autora

Aquí se detalla las herramientas tecnológicas a utilizar, es importante recalcar que deben ser modernas y deben cumplir con estándares de fabricación actualizada, porque de esto dependerá la agilidad con la que trabajarán los miembros del centro y los estudiantes al momento de recibir clases.

Para mantener una comunicación y publicidad en tiempo real se realizó la compra de estos equipos:

Tabla 28: Equipo de Oficina

Detalle	Cantidad
Teléfono Fijo	2
Celular	1
Cámara Profesional	1
Total	4

Elaborado por: La Autora

Estos equipos ayudarán a dar atención al cliente de forma rápida en todas las inquietudes que cada usuario tenga al momento de requerir información, también se tomara imágenes de como es el desarrollo del centro tanto interno como externo.

Finalmente para mejorar la calidad del servicio se contará con la ayuda de redes sociales, plataformas digitales, educativas y antivirus como:

1) Redes sociales:

Instagram: esta red social es de objetivo visual, donde se postea fotos, videos o más conocidos como reels de poca duración que permite aplicar efectos, e interactuar con todos los seguidores, recibiendo comentarios y likes dependiendo del agrado del usuario.

Facebook Business Manager: es una de las plataformas sociales más populares del medio, donde actualmente las empresas usan para compartir información, noticias, contenido multimedia, audiovisual, que es visto a nivel mundial, con el objetivo de captar clientes.

WhatsApp Business: es una red que facilita la interacción entre el dueño de la empresa y los clientes, porque la misma ofrece herramientas para crear el perfil de cada negocio, automatizar, organizar el tipo de mensajes, para responder rápidamente las inquietudes de las personas acerca del servicio o producto a ofrecer,

TikTok Business: es una aplicación que permite crear videos en teléfonos inteligentes de corto tiempo, mezclando audio, video, animación haciendo contenido atractivo,

esto permite segmentar la audiencia según la ubicación, intereses, tendencias, etc, con el fin de dar a conocer el servicio o producto que cada empresa expone.

YouTube: es un sitio web donde el usuario tanto personal como de empresa podrá subir videos de diferente tema, haciendo que las personas puedan consumir en cualquier momento, si la persona lo considera de su interés se hará suscriptor, ayudando a ganar el número de suscriptores que se necesita para poder monetizar el canal.

2) **ZOOM:** es una aplicación online que ofrece el servicio de videoconferencia tiene un límite de asistentes, en este caso por contar con licencia mensual solo pueden acceder 100 asistentes por día, estimando de 25 a 50 asistentes por cada modalidad, haciendo 300 asistentes al año.

3) **MOODLE:** este programa educativo fue diseñado para crear ambientes de enseñanza-aprendizaje personalizados, donde el docente podrá monitorear el progreso de cada estudiante, mediante la programación de las actividades, evaluaciones, que deberán ser cumplidas en los tiempos establecidos, en caso de incumplimiento no habrá recuperación y se abrirá foros que permitan una mejor comunicación en caso de no haber entendimiento en temas específicos.

4) **ANTIVIRUS ESET NOD 32:** es un antivirus que tiene 4 características específicas que son: mejorar la velocidad de exploración con bajo impacto, eficiencia y eficacia en la detección de amenazas comunes como reconocimiento de códigos, gusanos, maliciosos de origen desconocido que perjudiquen el buen funcionamiento de todos los equipos.

3.6.2.3. Disponibilidad de Recursos

Para que el centro de capacitación y asesoría financiera lleve un correcto funcionamiento, debe contar con personal altamente calificado en el desarrollo de los procesos académicos y administrativos, aquí se detalla lo requerido:

Tabla 29: Nómina de Trabajadores

Cantidad	Cargo	Horas Mensuales	Horas Anuales
1	Gerente	183	2196
1	Contador	92	1104
1	Secretaria	183	2916
2	Docentes	40	480

Elaborado por: La Autora

3.6.2.4. Financiamiento

Para poner en marcha este centro de capacitación y asesoría financiera en el cantón Ibarra se necesita una inversión de \$ 21,406.98, donde el 85% equivale a \$ 18,195.93 donde se requiere un préstamo bancario del Banco Pichincha con una tasa de interés del 11,23% especificado para microempresas, mientras que el 15% es de \$ 3,211.05 que es el aporte de la creadora de este proyecto.

3.6.2.5. Capacidad Instalada

Tabla 30: Capacidad Instalada

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
HORARIO DE CLASES	1	2	3	4	5	6	7
	8	9	10	11	12	13	14
	15	16	17	18	19	20	21
	22	23	24	25	26	27	28
	29	30	31				

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación Propia

Tomando como base un calendario aquí se detalla cada uno de los módulos a desarrollarse, a continuación se detalla cada uno:

Módulo 1: Economía Familiar (recuadro color verde)

Este módulo consta de 2 horas diarias de clase por 5 días en los que se impartirán clases acerca del mismo, enviando tareas, trabajos en clase, actuación, donde al finalizar (recuadro color naranja) se dará la evaluación final y se asentará las notas de todas las actividades planificadas en las horas laborales establecidas de un horario de trabajo que son 8 horas. Este es un módulo básico por lo que se dará de forma más rápida y corta.

Módulo 2: Economía Personal (recuadro color rosado)

Este módulo consta de 3 horas diarias de clase por 5 días en los que se impartirán clases acerca del mismo, enviando tareas, trabajos en clase, actuación, donde al finalizar (recuadro color naranja) se dará la evaluación final y se asentará las notas de todas las actividades planificadas en las horas laborales establecidas de un horario de trabajo que son 8 horas. Este es un módulo intermedio donde es un poco más laborioso en cada clase.

Módulo 3: Economía Tributaria (recuadro color morado)

Este módulo consta de 3 horas diarias de clase por 5 días en los que se impartirán clases acerca del mismo, enviando tareas, trabajos en clase, actuación, donde al finalizar (recuadro color naranja) se dará la evaluación final y se asentará las notas de todas las actividades planificadas en las horas laborales establecidas de un horario de trabajo que son 8 horas. Este es un módulo avanzado donde es un poco más laborioso en cada clase.

Etapa de Finalización: (recuadro amarillo)

Aquí se asignará un día exclusivo para realizar una evaluación completa de todos los módulos en donde se distribuirá a los estudiantes en dos grupos, donde cada uno tendrá 4 horas para rendir el examen final con ello verificar el puntaje adecuado que

será de 8 en adelante, para posteriormente entregar la certificación el mismo día se calificará de forma automática a través de la plataforma digital que representa la parte práctica que es el 50% de la nota y el otro 50% será la parte teórica ajustando el total de la calificación a obtener.

Etapas de Certificación: (recuadro celeste)

En esta etapa que durará 2 días en donde se asentará las notas finales y se anotará las personas que aprobaron este curso dando por finalizado, donde un día estará designado para realizar la ceremonia de certificación con el aval de los entes reguladores académicos.

Todo lo mencionado se realizará en ambas modalidades, donde la diferencia será el horario de lunes a viernes de 08:00 a 10:00 am presencial y de 15:00 a 17:00 pm virtual para facilidad del estudiante y docente. Es importante resaltar que se llevará un control permanente de asistencia, si el estudiante tiene más del 50% de faltas perderá el cupo sin reembolso alguno, las actividades en clase, tareas tendrán un tiempo límite para ser subidos a la respectiva plataforma, en cuanto a actuación en clase será evaluada a través de la participación activa de cada usuario, también el grado de creatividad y conocimientos.

Total Capacidad instalada.-

Tabla 31: Cálculo de la capacidad instalada (horas de clase)

MÓDULO	HORAS DE CAPACITACIÓN
Economía Familiar	10
Economía Personal	15
Economía Tributaria	15
Total	40

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación Propia

En esta tabla se describirá con detalle lo que representa cada hora:

Las horas capacitación son de 40 horas al mes que se darán a 25 estudiantes como la base mínima con un total de 1000 horas mensual y al año serían 12000 horas duplicados un total de 24000 horas de capacitación que el centro brindará.

Toda esta planificación se realizó en base a los requerimientos que la SETEC exige para que el centro de capacitación y asesoría financiera logre estar en vigencia dentro de la ciudad.

3.6.3. Ingeniería del proyecto

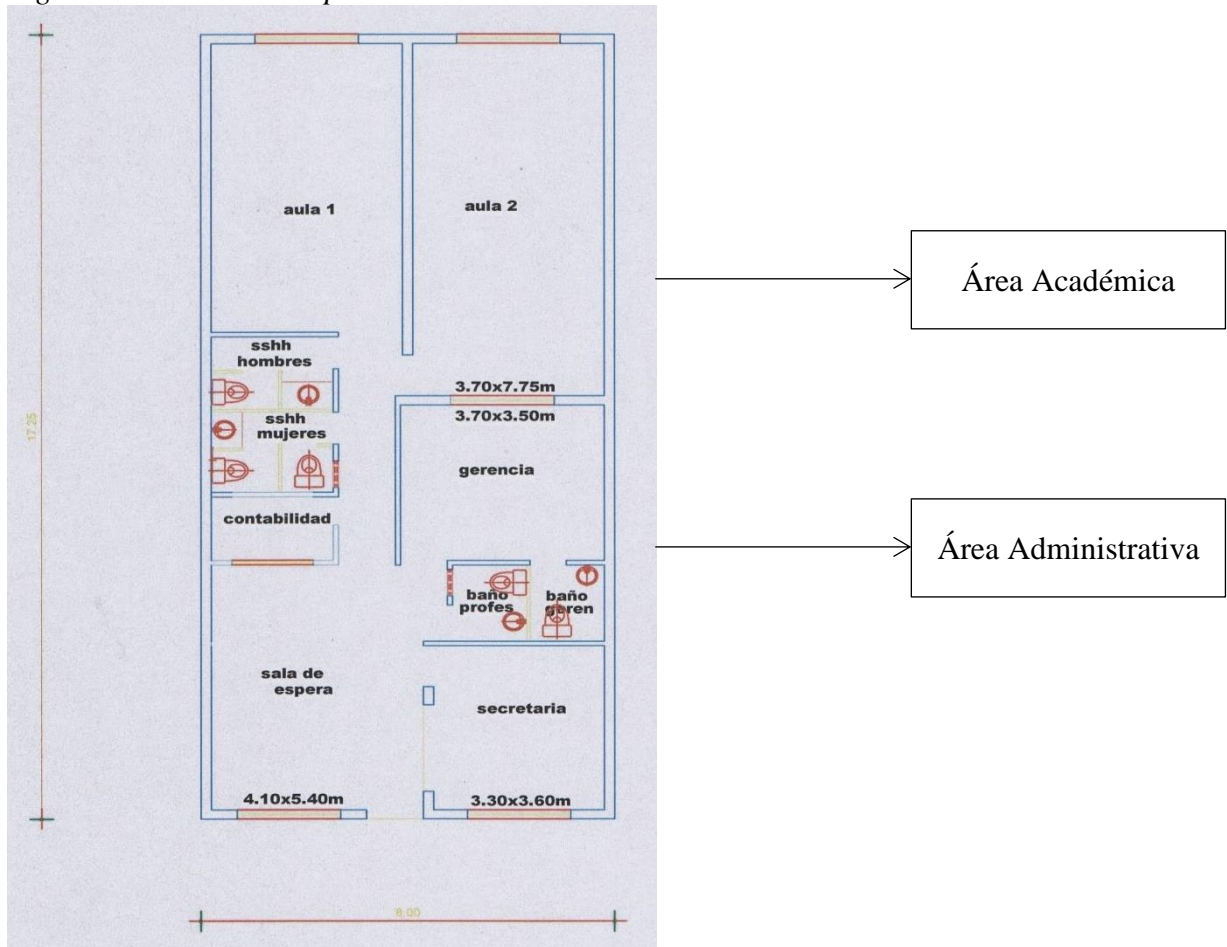
3.6.3.1. Distribución de la planta

La planta en donde se dará los servicios de capacitación y asesoría financiera constará del área administrativa, donde estará los cubículos del gerente, contadora, secretaria quienes estarán a cargo del registro de cada usuario, informar a las personas acerca de los módulos de aprendizaje, llevar los registros contables de ingresos, gastos, costos que el centro necesita cubrir, además brindar atención al cliente con cordialidad y amabilidad. El área académica contará con 2 aulas donde se dictarán clases presencial y virtual

3.6.3.2. Diseño planimétrico de la planta

Para el diseño de la planta se hará de acuerdo al lugar donde será el centro de capacitaciones, las medidas del mismo, permitiendodiseñar las especificaciones que requiere cada área.

Figura 24: Diseño de la planta



Elaborado por: Arquitecto Wilson Vásquez

Esta planta está dividida en dos áreas las mismas que satisfacen las necesidades del cliente y de los empleados.

3.6.3.3.Requerimientos por áreas

Área Administrativa.-

Se encuentra en la parte inferior donde están los cubículos de:

Gerencia. - la persona que desempeña este rol su principal tarea es supervisar las actividades a desarrollar tanto administrativas como académicas, para cual debe tener cualidades de liderazgo, debe planificar los planes de estudio en base a las metas fijadas, dar uso adecuado a los recursos, brindar ideas innovadoras para dar nuevos

servicios, finalmente controlar el desempeño de cada miembro, para detectar que falencias hay dentro de la organización y dar mejora continua.

Secretaría.- en este rol es fundamental la atención al cliente porque se informará a las personas interesadas el contenido de los cursos, cronograma de actividades a ejecutar en el centro; si desean inscribirse se generará un comprobante de pago para conocer el número de asistentes, para realizar lo mencionado tendrá a disposición su computadora personal y una impresora multifunción que permita un correcto desempeño

Contabilidad.- la persona a cargo informará con cuantos clientes de forma presencial, virtual se contará para realizar el presupuesto mensual, analizar cuáles serán los gastos primordiales como: pago de sueldos, servicios básicos, pago de plataforma, software educativo, mantenimiento, material didáctico y publicidad, todo esto será presentado mediante estados financieros con los respectivos papeles de trabajo, todo deberá ser registrado mediante informes en la computadora asignada.

Área Académica.-

Se encuentra ubicada en la parte posterior de la planta donde se encuentran:

Aula 1 y Aula 2.- según el número de asistentes serán divididos porque las aulas tienen un espacio limitado, con ello lograr una mayor concentración en las actividades académicas, antes de dar comienzo cada persona debe a registrarse en una ficha de asistencia.

En esta área es importante que haya una instalación para soporte de proyector para las clases en modalidad presencial, para mantener un ambiente fresco se colocará ventiladores porque las ventanas del sitio no permiten abrir demasiado, también cortinas para protección solar, es importante tener dos puntos de acceso a electricidad mediante un extensor de internet denominado Wi-Fi Tp-Link Tl-wa850re N300 que estarán ubicados en cada aula, se colocará una regleta de enchufes en cada aula para

que el estudiante ponga a cargar su dispositivo electrónico, evitando que el usuario se desiguale en clases y logrando que el servicio tenga buen visto por todas las personas.

3.6.4. Identificación y descripción de los procesos

3.6.4.1. Caracterización y diseño del servicio

El centro brindará servicios de capacitación y asesoría financiera para las personas que generan ingresos, también a personas interesadas en adquirir conocimientos financieros que ayuden a generar comportamientos racionales en el manejo de recursos económicos. Se dictarán clases mediante módulos acerca de la Economía Personal, Familiar, Tributaria, realizando actividades más dinámicas creando plantillas presupuestarias en inversiones, gastos, costos, y precios, medición del rol de autoconsumo, acceso al crédito, estrategias de ahorro para fijar las metas financieras a corto, mediano, largo plazo de cada persona. Se brindará asesorías personalizadas, y se pondrá a su disposición la contratación por parte de instituciones privadas, públicas para hacer uso del servicio con la finalidad de brindar consejos a las personas para que sean más conscientes de los riesgos y oportunidades al momento de manejar dinero.

El alcance que tendrá el servicio de capacitación comenzará desde la creación de los módulos de aprendizaje y del cronograma de actividades, donde se analizará con todos los miembros del centro para la respectiva aprobación, revisando que se cumpla con los estándares educativos mismos que ayudarán a la certificación correspondiente; a la vez se motivará, con esto se busca que la persona se decida por capacitarse en un lugar con excelencia académica, en donde se pondrá a disposición horarios de estudio matutino, vespertino en modalidad virtual y presencial, se entregará material didáctico que consta de una libreta, esfero, un folleto donde estarán detallados los temas a tratar,

adicional a esto estará de forma permanente la atención al cliente para otorgar información cuando la persona lo requiera.

Para recolectar el dinero obtenido por el pago de los cursos ofertados se utilizará plataformas de banca web; de igual manera se gestionará una solicitud de préstamo bancario para la adquisición de distintos equipos de computación entre otros enseres esenciales para el levantamiento del centro de capacitación y asesoría financiera.

Así mismo, se contratará a: 2 docentes, una contadora que serán remunerados por servicios prestados, el gerente y la secretaria laborarán a tiempo completo, este personal será seleccionado en base a su nivel de experiencia y título universitario, según como crezca el centro se abrirá nuevas convocatorias laborales.

Para llevar a cabo una mejor publicidad al momento de crear contenidos digitales, se pedirá la colaboración a World Computers en un asesoría para adquirir computadoras, impresoras multifunción, así mismo para mejorar la comunicación el almacén Computec sugerirá cual equipo móvil, software, antivirus y memorias USB son elementales para un buen funcionamiento.

Finalmente para darle un valor agregado a los servicios de comunicación se posteará material multimedia como: fotos y videos en tiempo mediante cámaras digitales, programas de edición como Ps Adobe, luminarias para grabar videos de calidad, donde AB Foto asesorará para comprar los mejores equipos de grabación y edición

3.6.4.2.Descripción del proceso productivo o prestación del servicio

Para la prestación de servicios de capacitación y asesoría financiera primero se determinará, que problemas financieros tiene la Población Económicamente Activa en el manejo de sus finanzas, luego se programarán cursos dirigidos en temas de gasto, inversión, adquisición de deudas y se establecerá un cronograma de actividades para

desarrollar las clases en los horarios definidos con el propósito de brindar una enseñanza-aprendizaje garantizado a la sociedad.

Para poner en marcha lo mencionado se llevará a cabo un proceso de formación para todo el personal en los programas de capacitación poniendo en consideración las siguientes técnicas: modalidad de trabajo: grupal, individual, distancia, modalidad de estudios: presencial o virtual, organización de evento publicitario: selección de participantes y logística del evento con el objetivo de dar a conocer el desarrollo académico de forma verídica.

Para aprobar el curso de capacitación el cálculo se realizará de la siguiente manera: cada módulo tendrá una nota parcial, luego estas 3 notas parciales se promediarán siendo como nota mínima a obtener 7 sobre 10, que corresponde al 50% de la nota general, posteriormente se tomará un examen final de los 3 módulos siendo este el otro 50%.

3.6.5. Estructura organizativa y administrativa

3.6.5.1.Misión

Capacitar en el aspecto contable y financiero a las personas que quieran manejar correctamente sus ingresos, gastos e inversiones adaptándose a las diversas situaciones inesperadas que pudieran ocurrir en el campo económico.

3.6.5.2.Visión

En el año 2027 ALFA “Centro de Capacitación Contable y Financiera” será una empresa líder en capacitación financiera, contable caracterizada por fomentar e implementar sistemas avanzados en la gestión de recursos financieros, logrando un crecimiento consolidado que otorga soluciones creativas, dinámicas, prácticas para

mejorar la producción de los negocios del cantón Ibarra y de toda la sociedad generando confianza mutua de los servicios brindados.

3.6.5.3.Políticas

En el año 2027 ALFA “Centro de Capacitación Contable y Financiera” será una empresa líder en capacitación financiera, contable caracterizada por fomentar e implementar sistemas avanzados en la gestión de recursos financieros, logrando un crecimiento consolidado que otorga soluciones creativas, dinámicas, prácticas para mejorar la producción de los negocios del cantón Ibarra y de toda la sociedad generando confianza mutua de los servicios brindados.

Políticas administrativas

Estas políticas van dirigidas al personal administrativo:

- La responsable se encargará de la compra de equipos, materiales, insumos que necesite el centro de capacitación.
- Se encargará que siempre los equipos tecnológicos estén en buen estado, actualizados y con el correspondiente mantenimiento.
- Supervisará que los equipos sean manejados por el personal adecuado y cumplan con sus funciones para evitar daños.

Políticas financieras

Estas políticas van dirigidas al personal que se encargará de los recursos:

- El responsable de la parte contable se encargará de elaborar y preparar la información relacionada con los estados financieros.
- El responsable se encargará de realizar las declaraciones de impuestos exigidas por la ley.
- Administrar responsablemente los recursos del centro de capacitación.

Políticas académicas

Estas políticas van dirigidas al personal docente:

- Garantizar que la formación académica sea de excelencia y este acorde a las necesidades de los usuarios.
- Se brindará a capacitación permanente al personal docente del centro para que puedan desarrollar sus actividades académicas de forma satisfactoria.
- Siempre se estará trabajando con el compromiso de mejora continua.
- La gestión siempre será dirigida de acuerdo a los objetivos planteados por el centro de capacitación.
- La calidad de la enseñanza-aprendizaje del centro de capacitación debe ser asegurada y aceptada por cada uno de los participantes.
- Se firmará convenios con otras entidades de la misma índole a nivel local, nacional para el intercambio y enriquecimiento mutuo entre los centros de capacitación.

3.6.5.4. Valores

- **Compromiso.-** mantener la calidad del servicio de enseñanza-aprendizaje con todos los usuarios al momento de impartir las clases.
- **Honestidad.-** rendir cuentas de todas las actividades internas y externas del centro capacitación, en caso de haber problemas comunicar en su debido momento evitando contratiempos.
- **Responsabilidad.-** cumplir con los compromisos y metas definidas por la empresa con el fin de garantizar la enseñanza- aprendizaje de los temas a impartir en las horas de clase.
- **Contribución al Medio Ambiente.-** trabajar con materiales 100% reciclables y fomentar el uso adecuado de la energía eléctrica porque es el recurso más usado por parte de todos los usuarios.

- **Orientación.-** fortalecer los conocimientos adquiridos en las clases mediante la realización de ejercicios prácticos que permitan a cada persona tomar mejores decisiones.
- **Concientización.-** las capacitaciones impartidas no solo serán con el objetivo de comprender, si no generar conciencia en el correcto manejo del dinero

3.6.5.5. Marca e imagen corporativa



Imagen

Se eligió esta imagen con el fin de transmitir seriedad y seguridad.

Color

El color azul está asociado con la productividad y confianza, el color blanco transmite paz porque los espacios físicos del centro estarán adecuados en un ambiente acogedor, el color celeste tiene relación con la serenidad y confidencialidad que el centro brindará a cada uno de sus participantes.

Tipo de letra

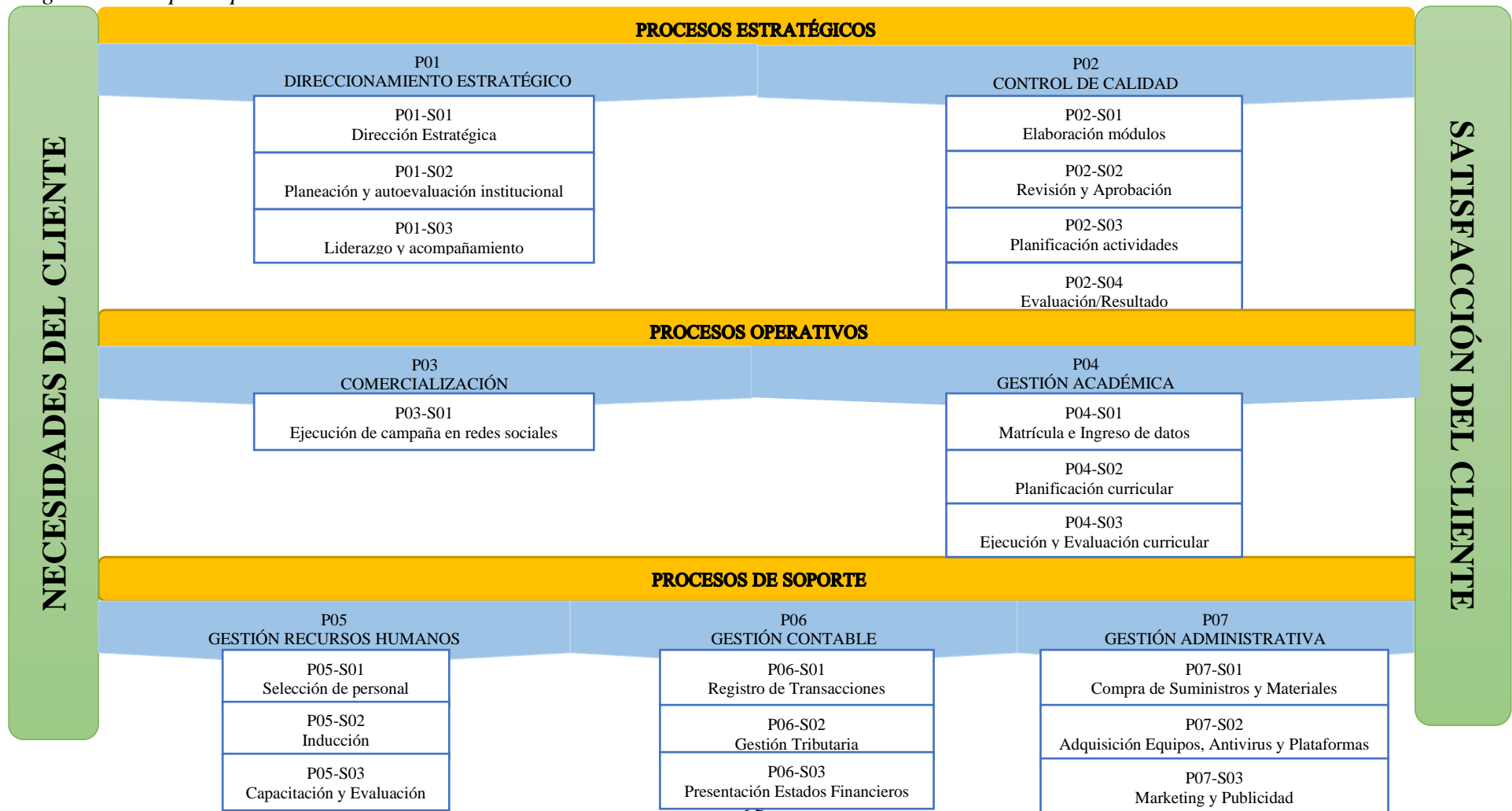
La clase de letra elegida en el logo transmite elegancia y seriedad visual.

Elementos

Se colocó elementos como una lupa, calculadora, barras, porque simbolizan los temas contables, financieros, tributarios y la mano es porque quienes lo conforman están comprometidos con la enseñanza-aprendizaje de calidad.

3.6.5.6. Mapa de procesos

Figura 25: Mapa de procesos



3.6.5.7. Flujograma de actividades



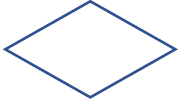

3.6.5.7.1. Diagrama de Flujo




Según Robleda, Moo, & Kantún, 2019 “Los diagramas de flujo son gráficos que representan la secuencia de rutinas, de control, registro y análisis de las actividades que se realizan dentro de un proceso”. Estos diagramas son de gran importancia dentro de las organizaciones pues ayudan a representar de forma gráfica y entendible los procedimientos que se llevan a cabo en el flujo de información de un procedimiento, permite visualizar las actividades innecesarias y distribuir el trabajo de manera equitativa; además, ayuda a visualizar y analizar los procesos con la finalidad de mejorar cada uno de ellos.

3.6.5.7.2. Metodología de ANSI

El objetivo de esta metodología es crear directrices que sean ampliamente aceptadas, logrando una mejor comprensión en cada uno de los procesos a detallar en cada uno de los diagramas de operación, control de calidad, y administrativo mediante simbología como se demuestra a continuación:

Tabla 32: Simbología ANSI

Símbolo	Nombre	Descripción
	Inicio/Fin	Muestra donde comienza y termina el proceso.
	Actividad	Indica las actividades a desarrollarse en todo el proceso.
	Decisión	Aquí nos indica las alternativas a seguir en caso de haber o no continuidad del proceso.
	Conector	Representa la continuidad del proceso del diagrama en la misma página.

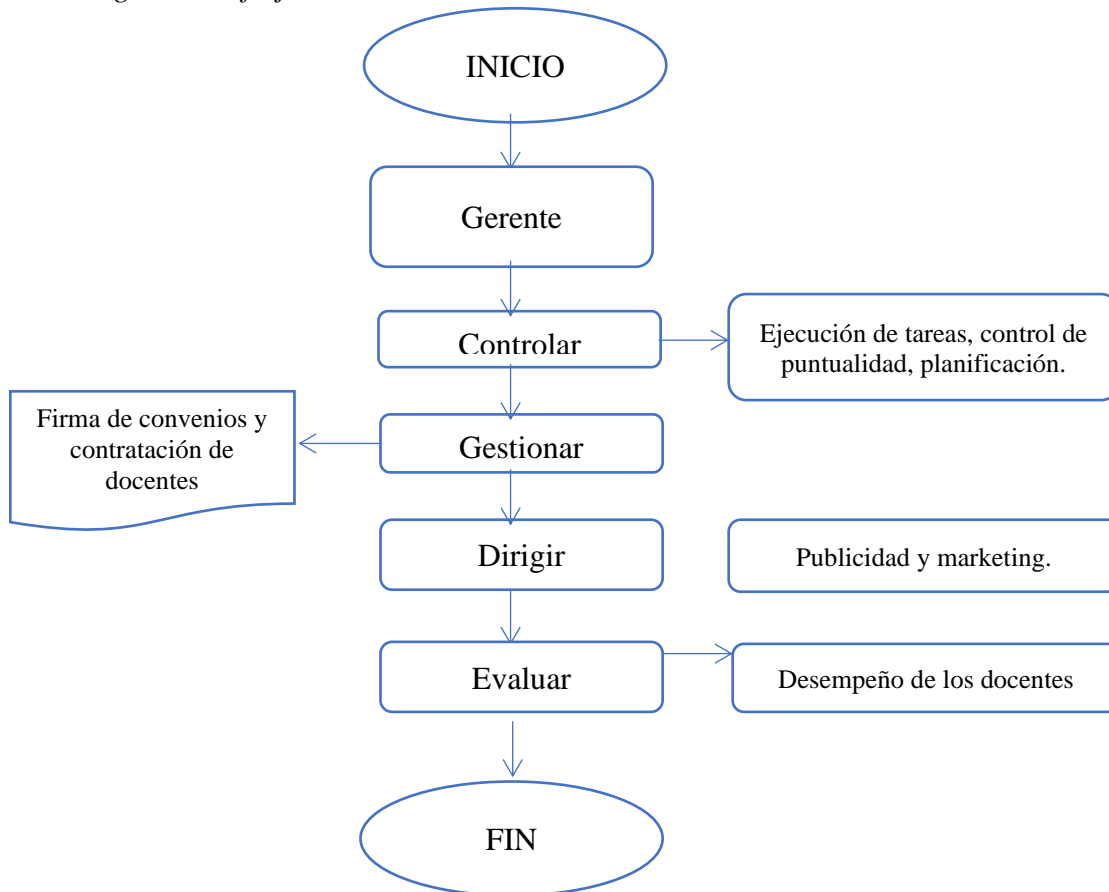
	Conector de pagina	Representa la continuidad del proceso del diagrama con la página siguiente.
	Documento	Son los documentos que son o no necesarios para llevar a cabo el procedimiento.
	Líneas de Flujo	Son los conectores necesarios que señalan la secuencia de cada una de las actividades.

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación Propia

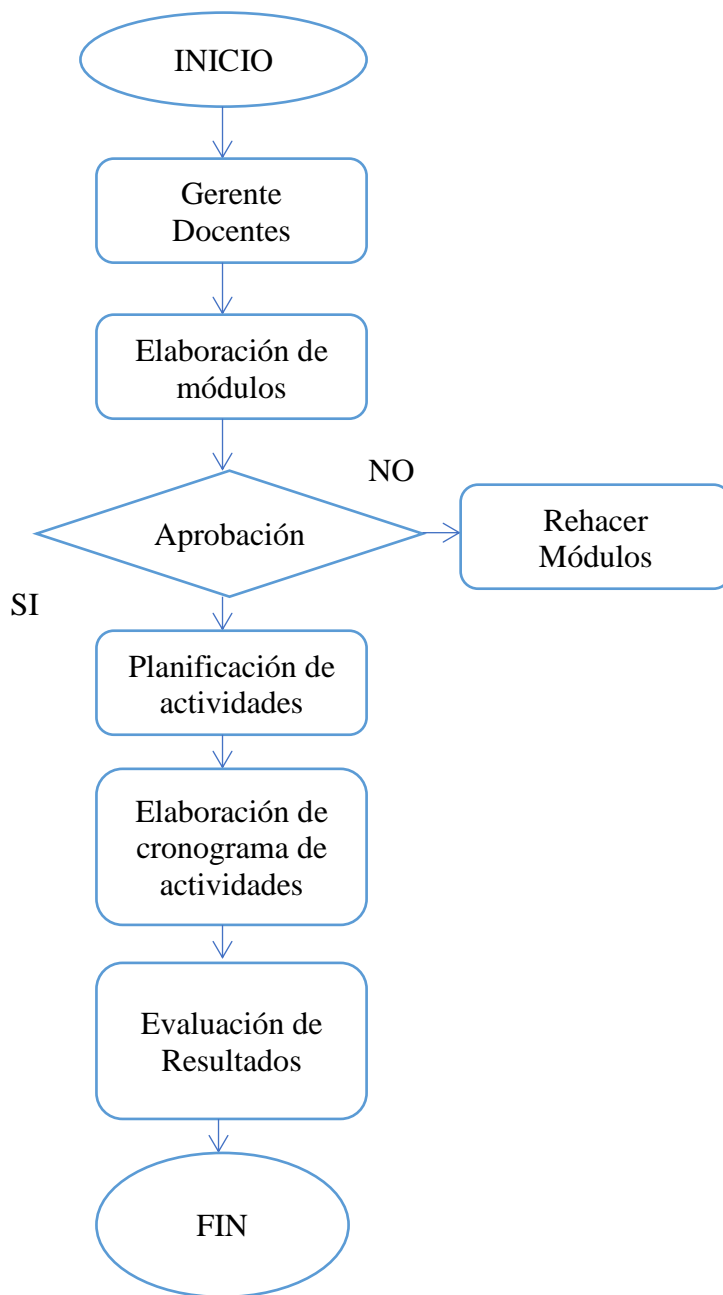
A continuación, se presentará los flujogramas de cada uno de los procesos propuestos en el mapa de procesos:

Figura 26: Diagrama de flujo de la administración



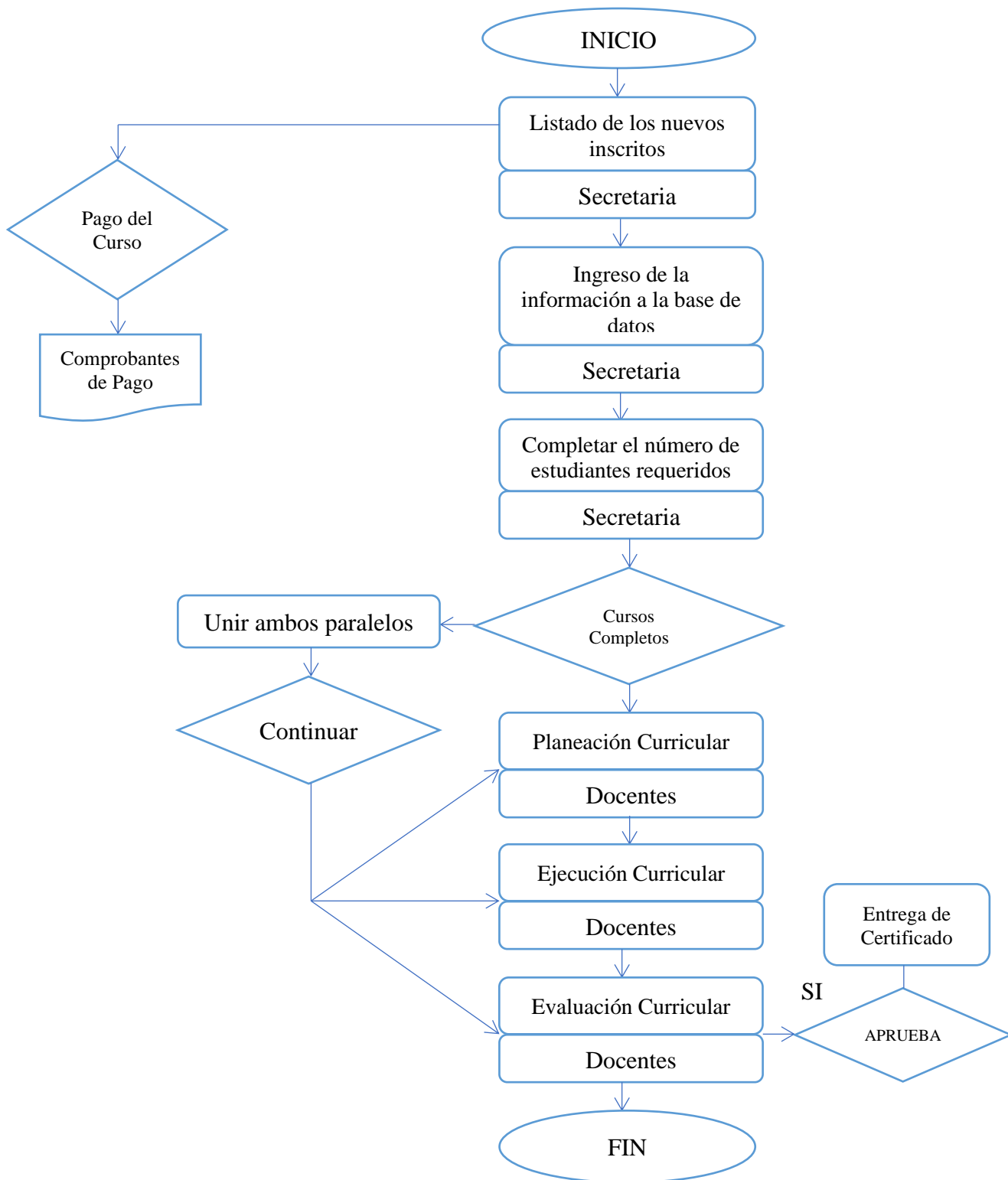
Elaborado por: La Autora

Figura 27: Diagrama de flujo de la gestión de calidad académica



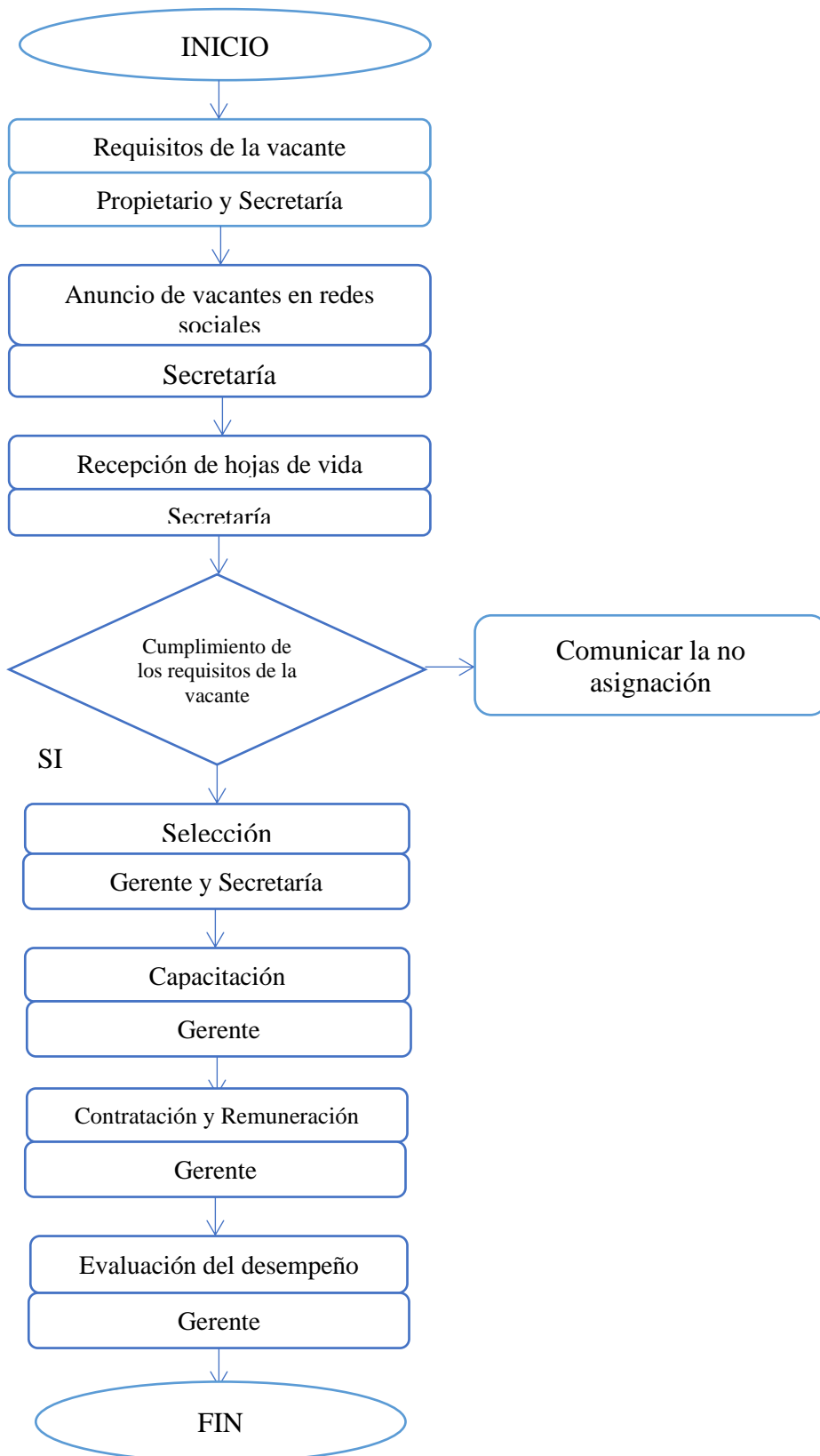
Elaborado por: La Autora

Figura 28: Diagrama de flujo del proceso de capacitación



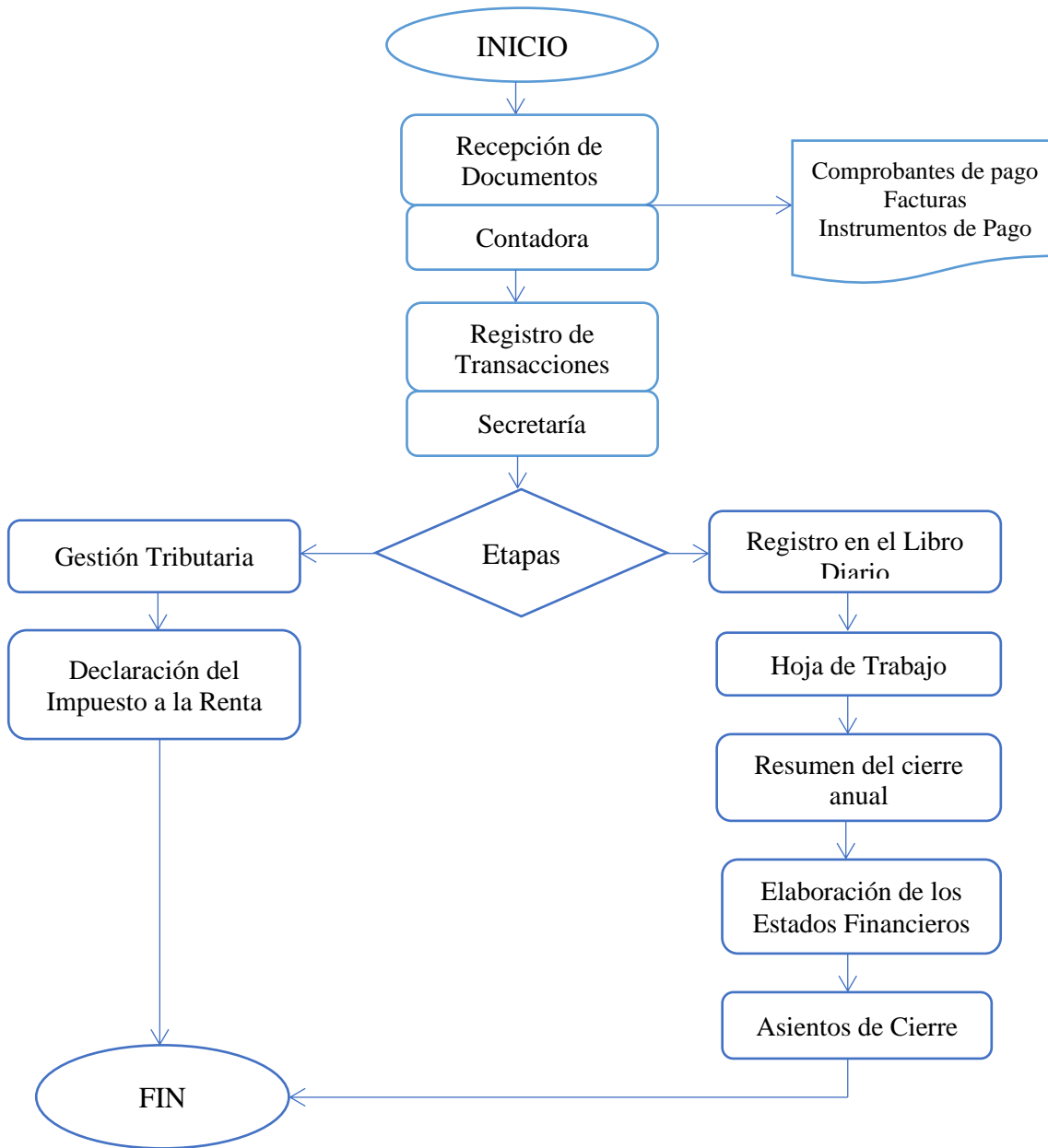
Elaborado por: La Autora

Figura 29: Diagrama de flujo de contratación de docentes



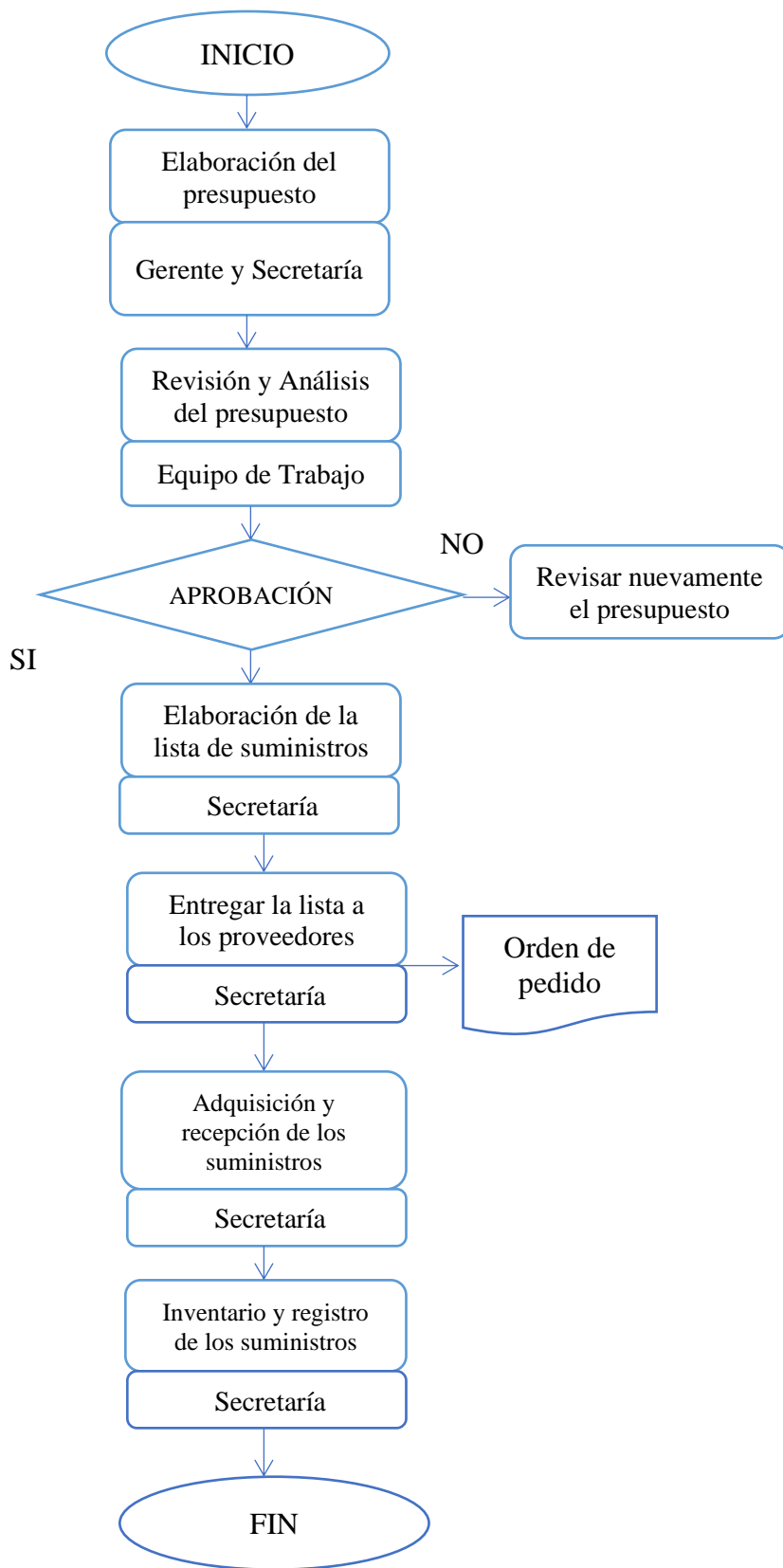
Elaborado por: La Autora

Figura 30: Diagrama de flujo del manejo de recursos contables



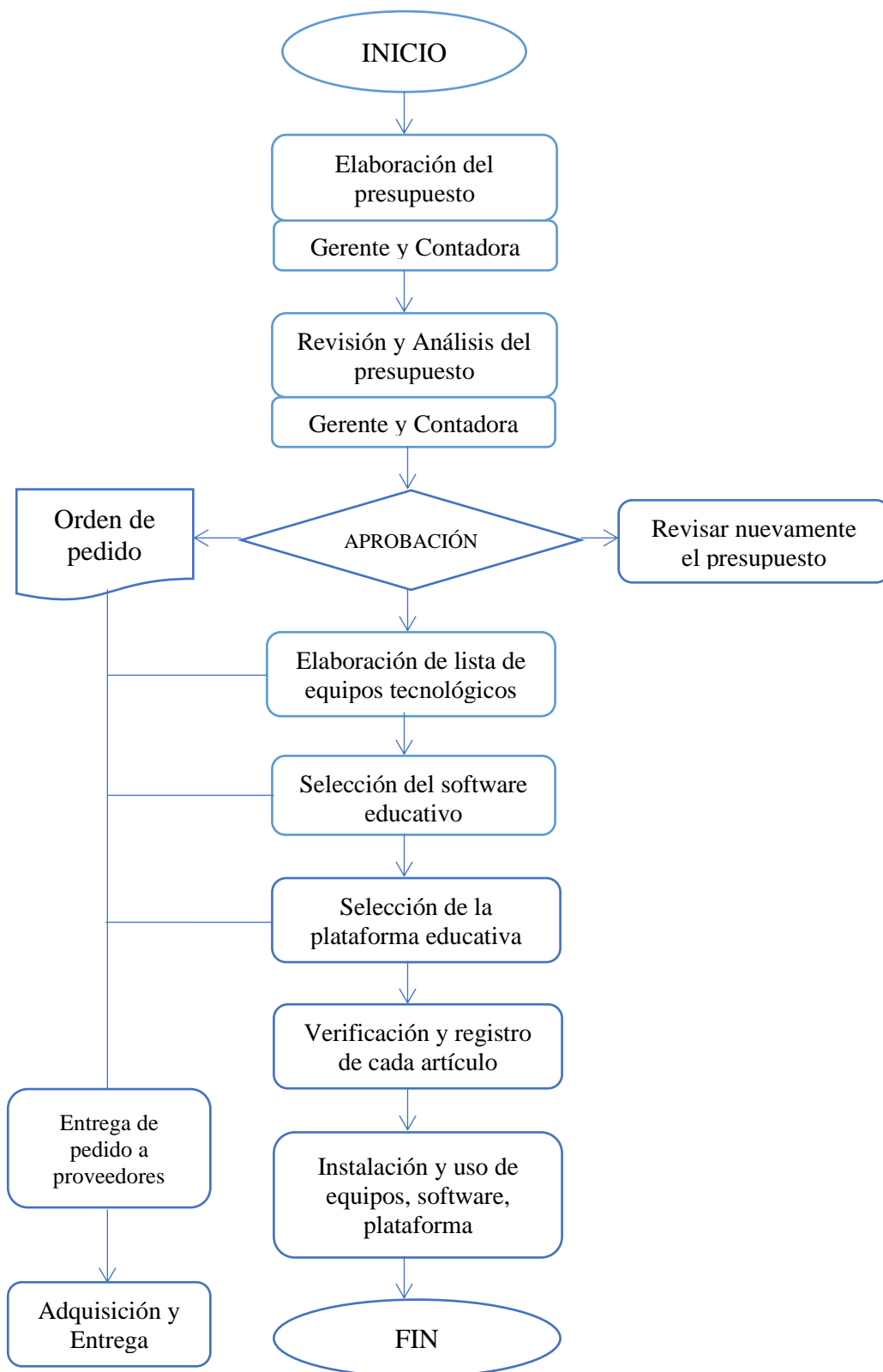
Elaborado por: La Autora

Figura 31: Diagrama de flujo de adquisición de suministros



Elaborado por: La Autora

Figura 32: Diagrama de flujo de adquisición de equipos, software y plataforma educativa.



Elaborado por: La Autora

Figura 33: Diagrama de flujo de marketing y publicidad



Elaborado por: La Autora

3.6.5.8.Descripción del diagrama de flujo

Tabla 33: Matriz aclaratoria del subproceso P01-S01 Dirección Estratégica

Proceso:	Direccionamiento Estratégico	P01
Subproceso:	Dirección Estratégica	S01
Actividad	Descripción de la actividad	Responsable
Controlar	Mediante la elaboración de fichas se registrara la hora de inicio y fin de actividades, se designara las actividades a cada uno de los miembros del centro mediante una planificación donde se dictará el contenido de los módulos previamente aprobados.	Gerente
Gestionar	Se enviara solicitud de convenio a instituciones privadas o públicas, donde se dará a conocer la propuesta de intercambio de conocimientos académicos para mejorar el servicio de capacitación; otro proceso que se gestionara será la publicación de vacantes disponibles para contratación inmediata.	Gerente Secretaría
Dirigir	Cuando se han aprobado los módulos de enseñanza-aprendizaje, se planificará la campaña publicitaria de acuerdo al presupuesto designado, cumpliendo las expectativas visuales que desea el cliente tener para adquirir el servicio de capacitación y asesoría financiera.	Gerente Secretaría Contadora

Evaluar	Los docentes rendirán una evaluación mensual, para verificar como han desarrollado sus métodos de enseñanza-aprendizaje hacia los alumnos que integran el centro de capacitación.	Gerente
---------	---	---------

Elaborado por: La Autora

Tabla 34: Matriz aclaratoria del subproceso P02-S02 Elaboración de módulos de aprendizaje

Proceso:	Control de Calidad	P02
Subproceso:	Elaboración de Módulos de Aprendizaje	S02
Actividad	Descripción de la actividad	Responsable
Elaboración módulos	Para elaborar los módulos se hará una encuesta a toda la población por redes sociales, exponiendo temas de interés de razón contable, financiera y tributaria, posteriormente se elegirá los de mayor demanda, creando borradores donde se fijarán los subtemas a tratar en cada clase, y la evaluación al final de cada módulo.	Gerente Secretaria Docentes
Aprobación	Se analizara cada borrador con detenimiento, verificando si cumple con las exigencias académicas, mismas que requiere para dar en clase y que permitan generar una cultura financiera.	Propietario Docentes
Planificación	Una vez aprobado los módulos se definirá los objetivos de cada uno, los plazos e identificar las habilidades de cada uno de los participantes.	Propietario Secretaría Docentes

Elaboración Cronograma	Se elaborará un calendario en donde se establecerá la duración de cada módulo, fecha de inicio, desarrollo y fin de cada una de las actividades a realizar en cada clase, junto con la evaluación final.	Propietario Secretaría Docentes
Implementación	Al tener el cronograma de actividades finalizado se entregará a todos los estudiantes inscritos, para dar a conocer como se llevará a cabo las clases en los dos horarios.	Propietario Secretaría Docentes
Evaluación	Se realizará una encuesta para saber el grado de conformidad por parte de todos los usuarios y con ello detectar las posibles falencias al momento de dar el servicio.	Propietario Secretaría Docentes

Elaborado por: La Autora

Tabla 35: Matriz aclaratoria del subproceso P04-S02 Planificación Curricular

Proceso:	Gestión Académica	P04
Subproceso:	Planificación Curricular	S02
Actividad	Descripción de la actividad	Responsable
Ingreso nuevos inscritos	Cada comprobante de pago será ingresado a la base de datos registrando el nombre, numero de cedula y la modalidad a la cual asistirá en el centro de capacitación	Secretaría
Completar el número de estudiantes	El número de estudiantes requerido será de 25 estudiantes por cada paralelo, en caso de no darse se unirán y se dará las clases con normalidad. Esto se informara para tomar en	Secretaría

	cuenta cuantas personas están inscritas y contar con otra planificación.	
Planeación	Se entregará material didáctico donde estarán estipulados los lineamientos del contenido de los módulos, las tareas, evaluaciones a cumplir por cada estudiante.	Docentes
Ejecución	Las actividades planificadas se llevarán a cabo dentro de fechas fijadas, donde no habrá más plazos para entrega de tareas tanto en clase como en casa.	Docentes
Evaluación	Cada una de las tareas de todos los módulos será promediada como el 50% de la nota, mientras que la calificación para aprobar será con el examen final.	Docentes
Certificación	Para la certificación se tomara en cuenta la nota final del curso que debe ser de 8 a 10 puntos, entregando un certificado avalado por los entes reguladores.	Docentes

Elaborado por: La Autora

Tabla 36: Matriz aclaratoria del subproceso P05-S01 Selección del Personal

Proceso:	Gestión de Recursos Humanos	P05
Subproceso:	Selección del Personal	S01
Actividad	Descripción de la actividad	Responsable
Anuncio de vacantes	Se publicará en redes sociales y prensa las vacantes disponibles, poniendo en conocimiento los requisitos que debe cumplir si a la persona le interesa postular	Propietario Secretaría

	para trabajar en el centro de capacitación.	
Recepción	Las hojas de vida de todos los interesados serán recibidas hasta una fecha determinada para la respectiva revisión.	Propietario Secretaría
Cumplimiento	Al momento de revisar se examinara cada hoja de vida con detenimiento, para elegir a las personas que cumplan con los requisitos solicitados o las que tengan el perfil más adecuado para ocupar la vacante.	Propietario Secretaria
Selección	Se receptorá las hojas de vida que tengan el visto bueno y se llamara a notificar a los seleccionados para un entrevista en el que se evaluara el perfil de forma psicológica.	Propietario Secretaria
Capacitación	Las personas seleccionadas serán sometidas a una capacitación acerca de cómo funciona el centro, las modalidades de trabajo, la forma de calificación en las actividades.	Propietario Secretaria
Contratación y Remuneración	Quienes hayan sido elegidas firmaran el contrato de trabajo donde esta descrito el inicio laboral, condiciones, beneficios y obligaciones a cumplir, a la vez esta detallado el sueldo a recibir mensualmente.	Propietario Secretaria
Evaluación del desempeño	Finalmente se aplicará una encuesta a los usuarios de cómo ha sido el desempeño de cada docente en el transcurso de las	Propietario Secretaria

	clases impartidas.	
--	--------------------	--

Elaborado por: La Autora

Tabla 37: Matriz aclaratoria del subproceso P06-S01 Registro de Transacciones

Proceso:	Gestión Contable	P06
Subproceso:	Registro de Transacciones	S01
Actividad	Descripción de la actividad	Responsable
Recepción de Documentos	Una vez que los usuarios han decidido inscribirse en los cursos del centro de capacitación se entregará los comprobantes de pago, facturas, e instrumentos de pago como respaldo de pago.	Secretaría Contadora
Registro de Transacciones	Se reunirá hasta una fecha limite los documentos de pago, posteriormente se registrará la fecha de pago, modalidad elegida y se pondrá en la nómina del curso respectiva,	Secretaría Contadora
Registro del Libro Diario	Se registrarán todos los movimientos de ingreso y de gastos a cubrir en el centro de capacitación de acuerdo a la necesidad de cada modalidad de estudio en el libro diario, con el mismo elaborar los estados financieros del año, haciendo los asientos de cierre respectivos.	Secretaría Contadora
Gestión Tributaria	Según los ingresos que el centro registre se hará la declaración del impuesto a la renta puesto que es un lugar donde se presta servicios de educación.	Secretaría Contadora

Elaborado por: La Autora

Tabla 38: Matriz aclaratoria del subproceso P07-S01 Compra de suministros y materiales

Proceso:	Gestión Administrativa	P07
Subproceso:	Compra de suministros y materiales	S01
Actividad	Descripción de la actividad	Responsable
Elaboración del presupuesto	Los ingresos obtenidos menos los gastos fijos, arrojará un saldo final donde en base a eso se realizará la adquisición de suministros y materiales.	Propietario Contadora
Revisión	Una vez cumplido este paso se revisará detenidamente si el presupuesto asignado cumple con las necesidades que el centro requiere para su funcionamiento.	Propietario Secretaria Contadora
Aprobación	Quienes integran el centro de capacitación darán el visto bueno, podrán añadir algún ítem extra o expresar su inconformidad en caso de que el presupuesto no permita realizar adquisiciones.	Propietario Secretaria Contadora
Elaboración lista de suministros	Se elaborará una lista de los suministros de oficina, de limpieza, refrigerio, material didáctico, junto con el número de personas a entregar.	Propietario Secretaria Contadora
Entrega de lista a proveedores	Al tener la lista del número de adquisiciones se entrega a los proveedores contratados donde darán al final el costo final de lo adquirido.	Secretaria
Adquisición y Recepción	Los proveedores harán la entrega en el centro de capacitación de forma presencial.	Secretaria

Inventario y Registro	Una vez recibido todos los materiales y suministros se hará un inventario para registrar cuantas unidades han sido adquiridas para la respectiva entrega a los usuarios.	Gerente Secretaria
-----------------------	--	-----------------------

Elaborado por: La Autora

Tabla 39: Matriz aclaratoria del subproceso P07-S02 Adquisición equipos, antivirus y plataforma educativa

Proceso:	Gestión Administrativa	P07
Subproceso:	Adquisición equipos, antivirus y plataforma educativa	S02
Actividad	Descripción de la actividad	Responsable
Elaboración del presupuesto	Los ingresos obtenido menos los gastos fijos, arrojará un saldo final donde en base a eso se realizará la adquisición de suministros y materiales.	Propietario Contadora
Revisión	Una vez cumplido este paso se revisará detenidamente si el presupuesto asignado cumple con las necesidades que el centro requiere para su funcionamiento.	Propietario Secretaria Contadora
Aprobación	Quienes integran el centro de capacitación darán el visto bueno, podrán añadir algún ítem extra o expresar su inconformidad en caso de que el presupuesto no permita realizar adquisiciones.	Propietario Secretaria Contadora
Elaboración lista de equipos y software	Se elaborará una lista de los equipos tecnológicos a adquirir que son proyectores, laptop, computadora de escritorio, software educativo que será necesario para las	Propietario Secretaria Contadora

	actividades académicas y la adquisición de la plataforma virtual todo esto mediante una orden de pedido.	
Entrega de lista a proveedores	Al tener la lista del número de adquisiciones se entrega a los proveedores contratados donde darán al final el costo final de lo adquirido.	Secretaria
Adquisición y Recepción	Los proveedores harán la entrega en el centro de capacitación de forma presencial y virtual en caso de compras por internet.	Secretaria
Verificación y Registro	Una vez recibido todos los equipos y software se hará un inventario para registrar cuantas unidades, por cuanto tiempo ha sido adquirida la licencia de software, plataforma, antivirus para llevar en cuenta la fecha de caducidad.	Gerente Secretaria

Elaborado por: La Autora

Tabla 40: Matriz aclaratoria del subproceso P07-S03 marketing y publicidad

Proceso:	Gestión Administrativa	P07
Subproceso:	Marketing y Publicidad	S03
Actividad	Descripción de la actividad	Responsable
Elaboración del presupuesto	Los ingresos obtenido menos los gastos fijos, arrojará un saldo final donde en base a eso se realizará la adquisición de suministros y materiales.	Propietario Secretaria Contadora
Revisión	Una vez cumplido este paso se revisará detenidamente si el presupuesto asignado	Propietario Secretaria Contadora

	cumple con las necesidades que el centro requiere para su funcionamiento.	
Aprobación	Quienes integran el centro de capacitación darán el visto bueno, podrán añadir algún ítem extra o expresar su inconformidad en caso de que el presupuesto no permita realizar adquisiciones.	Propietario Secretaria
Planificación campaña publicitaria	Se establecerá los objetivos principales que comuniquen de forma clara el “que” y el “como” se va a ofrecer el servicio de capacitación y asesoría financiera, mediante una historia atractiva dirigido a la audiencia seleccionada, con un mensaje motivante hacia la adquisición de nuevos conocimientos.	Propietario Secretaria
Diseño campaña publicitaria	Una vez planificada la campaña publicitaria se pasara a manos una persona particular que es profesional en el área de marketing y publicidad donde hará el diseño de la misma con las especificaciones descritas, respetando los color, símbolo, slogan, dando un toque llamativo que atraiga la mirada de la población.	Propietario Secretaria
Selección de medios	Según el presupuesto designado se elegirá a que medios ya sean televisión, radio, redes sociales para postear el servicio de	Propietario Secretaria

	capacitación y asesoría financiera con el fin de darse a conocer.	
Ejecución de la publicidad	Al escoger el medio publicitario se pondrá una fecha de ejecución al comienzo de cada mes, como apertura del curso donde se publicará la oferta de cursos y las modalidades a disposición.	Propietario Secretaria Contadora
Pago de propaganda y publicidad	Para el pago de servicio publicitario se pagará una cuota de entrada y una cuota final donde se detalla de que consto la campaña publicitaria.	Propietario Secretaria Contadora

Elaborado por: La Autora

3.6.5.9.Organigrama

Cada uno de los organigramas se encuentra estructurado de manera vertical o lineal, ya que el líder se encuentra en la parte superior y es quién contrala todas las actividades del área administrativa y operativa, habiendo una relación estrecha, acompañada de una supervisión permanente en las actividades designadas a cada uno de los empleados. El organigrama se lo ha realizado de manera simplificada colocando cada una de las partes más importantes de cada proceso.

El organigrama que se ha elaborado sirve para ayudar al centro de capacitación a organizar de manera ordenada las funciones que le compete a cada uno de sus integrantes, sus funciones son:

- Ordenar el centro de capacitación.
- Facilitar la comunicación interna y la asignación de tareas.
- Aumentar la agilidad en cada uno de los procesos.

El organigrama quedaría detalle de la siguiente forma:


Figura 34: Organigrama Funcional



Elaborado por: La Autora

3.6.5.10. Manual de funciones

Tabla 41: Manual de funciones Gerente

 <p>MANUAL DE FUNCIONES</p>
Cargo: Gerente
Posición: Área Administrativa
Objetivos: <ul style="list-style-type: none"> • Definir y organizar las responsabilidades del área administrativa y operativa según la estructura organizacional de la empresa. • Dirigir la ejecución de los programas de capacitación y asesoría financiera en los tiempos establecidos, llevando a cabo el cronograma

<p>de actividades supervisando continuamente.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Garantizar el aprendizaje mediante la certificación avalada por las entidades de control. 	
<p>Descripción del cargo: Ejecución de labores administrativas y logística.</p>	
<p>Funciones esenciales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proyectar el futuro de la escuela de capacitación y asesoría financiera. • Planificar las metas y objetivos a corto, mediano, largo plazo. • Fortalecer la productividad. • Optimizar los recursos tangibles e intangibles. • Evaluar permanentemente los resultados para corregir las deficiencias y mejorar los procesos. • Mantener un mesa de dialogo con los clientes y miembros de la organización. 	<p>Perfil del cargo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tecnólogo, Título universitario en de tercer nivel en carreras Administrativas, Financieras o carreras afines. • Poseer conocimientos en Recursos Humanos. <p>Experiencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mínima de 3 años en cargos gerenciales o similares. • Manejo de métodos de capacitación modernos para el aprendizaje virtual o presencial. <p>En habilidades de redacción, mantenimiento de registros con el fin de elaborar informes y manuales de capacitación.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidades informáticas en el manejo de bases de datos.

Elaborado por: La autora


Tabla 42: Manual de funciones Secretaría



Cargo: Secretaría	
Posición: Área Administrativa	
Objetivo:	
<ul style="list-style-type: none"> • Dar una asistencia de calidad a los clientes, apoyando, aclarando, ayudando en alguna dificultad que tenga al momento de recibir el servicio capacitación y asesoría financiera, creando un vínculo de confianza, fidelidad, empatía que ayuda al crecimiento mutuo empresarial. 	
Descripción del Cargo: estar a cargo de todas las actividades administrativas y académicas, dar cumplimiento en los tiempos establecidos.	
Funciones Esenciales:	Perfil del cargo:
<ul style="list-style-type: none"> • Poseer una comunicación asertiva y habilidades comunicativas. • Tener agilidad en dar respuestas inmediatas a los clientes cuando tienen dudas o inconformidades. • Planear, priorizar, organizar actividades que ayuden al cumplimiento de los objetivos empresariales. • Dar una motivación positiva a los clientes y colaboradores. • Mantener una actualización constante en los cambios tecnológicos o herramientas para brindar una mejor experiencia en capacitación y asesoría financiera. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bachiller o estudios finalizados en Ingeniería, Licenciatura o Tecnología en carreras administrativas, contables o afines. Experiencia: <ul style="list-style-type: none"> • Mínima de 1 año en servicio cliente.(Si no posee es aceptable) • Habilidad para las relaciones sociales. • Manejo de Redes sociales y Plataformas digitales. • Agilidad de registro de actividades laborales y sociales de la organización.

Elaborado por: La Autora


Tabla 43: Manual de funciones Contadora

 <p>MANUAL DE FUNCIONES</p>	
Cargo: Contadora/o	
Posición: Área Administrativa	
Objetivos: <ul style="list-style-type: none"> • Ayudar oportunamente en el manejo financiero, administrativo y social a las empresas. • Llevar los registros sistemáticos de forma ordenada, controlada y analítica para un buen desenvolvimiento de las distintas operaciones. • Dar veracidad de la información mediante los estados financieros y papeles de trabajo. 	
Descripción del cargo: Ejecución de labores contables	
Funciones esenciales: <ul style="list-style-type: none"> • Brindar opiniones estratégicas en las operaciones monetarias tomar buenas decisiones en la empresa. • Cumplir con las obligaciones tributarias según los plazos asignados. • Registrar todos los ingresos mediante comprobantes de pago. 	Perfil del cargo: <ul style="list-style-type: none"> • Título universitario de tercer nivel en Ingeniería y/o Licenciatura en Contabilidad y Auditoría CPA. • Aptitud analítica. • Capacidad de Concentración Experiencia: <ul style="list-style-type: none"> • Mínima de un año como contadora en el sector público o privado (si no

<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar e informar los estados financieros con su respectivo cierre mensual. • Comunicar a tiempo los posibles escenarios de pérdidas o dar sugerencias de cómo mantener la liquidez. 	<p>posee es aceptable)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manejo de la página del SRI y de las obligaciones tributarias. • Manejo de Facturación Electrónica. • Tener conocimientos actualizados en temas contables, reformas, niff.
---	---

Elaborado por: La Autora


Tabla 44: Manual de funciones Docente en Contabilidad

 <p>MANUAL DE FUNCIONES</p>	
Cargo: Docente en Contabilidad.	
Posición: Área Académica	
Objetivo:	
<ul style="list-style-type: none"> • Impartir los conocimientos de la rama de Contabilidad como disciplina para el control y generación de informes financieros que requiere la empresa, poniendo en práctica los diferentes métodos de operación, normas tributarias, controlando las transacciones financieras mediante los estados financieros. 	
Descripción del Cargo: Impartir las clases en temas contables y además brindar pautas para un correcto manejo del recurso monetario.	
Funciones Esenciales:	Perfil del cargo:
<ul style="list-style-type: none"> • Contribuir al ejercicio profesional en la aplicación de los conocimientos adquiridos en 	<ul style="list-style-type: none"> • Poseer título de tercer nivel en Ingeniería o Licenciatura en Contabilidad y Auditoría

<p>forma analítica y crítica con la respectiva interpretación de los diversos estados de situación financiera.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crear ambientes de participación dinámica para interactuar entre los miembros logrando una toma de decisiones que mejoren la productividad. • Desarrollar actitudes y aptitudes para exponer un criterio acertado cuando se lleve un informe final en la aplicación de una auditoría. • Exponer constantemente conocimientos actualizados en material didáctico y plataformas digitales. 	<p>CPA.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tener certificado de desempeño docente avalado por el Ministerio de Educación. • Acreditación de formación pedagógica en Educación Superior. • Certificado de Inglés B1. <p>Experiencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mínima de 3 años en cargos relacionados a la profesión o ejerciendo la docencia. • En investigación en procesos de autoevaluación y calidad académica. • Haber elaborado y sustentado un trabajo de investigación que aporte a la docencia. • Manejo y habilidad en temas relacionados al SRI, NIC, NIIF, NEC, normas tributarias.
---	---

Elaborado: Por la autora

Tabla 45: Manual de funciones Docente en Economía y Mención Finanzas

 <p>MANUAL DE FUNCIONES</p>
<p>Cargo: Docente en Economía y Mención Finanzas</p>
<p>Posición: Área Académica</p>
<p>Objetivo:</p>

<p>Desarrollar habilidades para interpretar la evaluación económica a nivel mundial, profundizando en fundamentos teóricos, prácticos, mediante un análisis cuantitativo que permita el desempeño en diferentes áreas como asesoría, investigación e interpretación de soluciones para formular propuestas de cambio dirigidas por profesionales.</p>	
<p>Descripción del Cargo: Impartir las clases en temas financieros y económicos además brindar pautas para un correcto manejo del recurso monetario.</p>	
<p>Funciones Esenciales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar planes financieros de acuerdo a las necesidades del cliente. • Diseñar plantillas presupuestarias de ingresos, gastos e inversión según la situación económica detectada. • Brindar tópicos para solucionar problemas financieros. • Crear una cultura de educación financiera para la gestión correcta de recursos monetarios • Orientar a las personas para establecer objetivos y metas económicas. 	<p>Perfil del cargo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poseer título de tercer nivel en Ingeniería o Licenciatura en Economía y Mención Finanzas. • Tener certificado de desempeño docente avalado por el Ministerio de Educación. • Acreditación de formación pedagógica en Educación Superior. <p>Experiencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mínima de 2 años en cargos relacionados a la profesión o ejerciendo la docencia. • Tener habilidades avanzadas en estadísticas y matemáticas avanzadas. • Habilidad en la evaluación y creación de presupuestos. • Tener conocimientos actuales de los diferentes fenómenos económicos. • Poseer el poder de dirigir, crear organizaciones y

	<p>evaluación de riesgos en inversiones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Haber elaborado y sustentado un trabajo de investigación que aporte a la docencia.
--	--

Elaborado por: La Autora

3.6.6. Constitución legal de la empresa y propiedad intelectual

3.6.6.1.Sociedad de Acciones Simplificadas

Para llevar a cabo la constitucion del proyecto se decidio formar este tipo de sociedad, con el fin de llevar a cabo un emprendimiento que brinde servicios de capacitacion y asesoria financiera, porque permite una gestion mas simple, a un valor económico simbólico, las mismas permiten fomentar la formalizacion y desarrollo de todos los negocios a nivel nacional, porque los tramites a seguir tienen como beneficio ser más ágiles, logrando una constitucion eficaz en menos tiempo. Logrando constituirse como sujetos de crédito y extender los procesos productivos en todas las actividades comerciales, de servicio, entre otras.

3.6.6.2.Proceso de Constitución

Requisitos para la constitución de una S.A.S

- Certificado electrónico del accionista (firma electrónica)
- Reserva de la denominación.
- Contrato privado o escritura
- Nombramientos
- Petición de inscripción con la información necesaria para el registro del usuario en el sistema, es:

Tipo de solicitante, Nombre completo, Número de identificación, correo electrónico, teléfono convencional o celular, provincia, ciudad, dirección

- Copia de cédula o pasaporte

Pasos para constituir una S.A.S

Tabla 46: Pasos para constituir una S.A.S

N°	Paso	Descripción
1	Crear reserva de denominación	Ingresar al portal www.supercias.gob.ec Ingresar al Portal de Trámites - Sector Societario. Ingresar usuario y clave, escoja la opción Reserva de Denominación. Ingresar a la Opción Constitución. Siga los pasos indicados en dicho proceso, escogiendo tipo de compañía S.A.S. Terminado el proceso genere e imprimir su reserva.
2	Descargar formato de documentos	Ingresar al portal www.supercias.gob.ec Ingresar a Guías del Usuario y descargar los formatos y documentos requeridos. Llenar la información solicitada en los documentos descargados. En caso de constitución electrónica, llenar los datos solicitados en el sistema para la generación de la constitución y el nombramiento. Se debe firmar, aceptar y enviar la información.
3	Constitución por firma electrónica	Solicitud de Constitución. Tener un archivo PDF que contenga Contrato Privado /Escritura y la Reserva debidamente firmado electrónicamente. Tener un archivo PDF para cada nombramiento, debidamente firmado electrónicamente. Tener un archivo PDF que contenga las copias de los documentos de identificación de accionista y representante.
3.1	Constitución por mano escrita	Solicitud Acto o contrato firmado Nombramiento firmado Reserva de denominación Copias de documentos de identificación
4	Solicitud recibida	Con la solicitud recibida se creará un trámite de constitución de S.A.S, la información referente al inicio del proceso de constitución será enviada al correo electrónico del solicitante.
5	Revisión	El trámite será revisado y gestionado por el área de registro de sociedades, durante este proceso en el caso de haber algún problema se enviará un correo electrónico para dar a conocer el mismo al solicitante y en caso de no haber lo antes mencionado se prosigue a la inscripción del contrato y nombramientos según sea el caso.
6	Finalización	Se procederá a comunicar vía correo electrónico al solicitante la finalización del proceso con toda la información referente a la nueva compañía constituida adjuntándose las razones de inscripciones correspondientes.

Elaborado por: La Autora

Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

3.6.6.3. Permiso de registro de marca. (SENADI)

Tabla 47: Proceso del registro de la marca

Nº	Descripción del paso a seguir
1	Ingresar en la página del SENADI:
2	Seleccionar SERVICIOS.
3	Ingrese opción CASILLERO VIRTUAL.
4	Llene los datos que le solicitan en el CASILLERO VIRTUAL colocamos el número del RUC de nuestra empresa.
5	Una vez que haya dado este procedimiento llegara a nuestra dirección de correo corporativa el usuario y contraseña; así como un enlace de MI CASILLERO para proceder a cambiar la contraseña; obteniendo su casillero Virtual.
6	Realizar la solicitud en línea.
7	Ingresar con el usuario y contraseña.
8	Ingresar a la opción PAGOS.
9	Opción TRAMITES NO EN LINEA.
10	Opción GENERAR COMPROBANTE. (Ingresar el código 1.1.10.).
11	Imprimir el comprobante
12	Cancelar el valor de 16,00 en el Banco Pacifico en línea o presencial.
13	Escanee los comprobantes de pago (tanto el que imprimió del IEPI, como el que le entregaron en el Banco del Pacífico después de haber pagado).
14	Enviar vía mail a la dirección foneticoquito@senadi.gob.ec , con el nombre "ALFA, CENTRO DE CAPACITACIÓN CONTABLE Y FINANCIERA" S.A.S. para verificar.
15	Se receptara un email de informe de búsqueda.

Elaborado por: La Autora

Fuente: Servicio Nacional de Derechos Intelectuales

Proceso del trámite del registro de la marca:

Tabla 48: Trámite del registro de la marca

N°	Descripción del paso a seguir
1	Se verificará en el listado de marcas, que no esté registrado o en trámite de registro el nombre “ALFA, CENTRO DE CAPACITACIÓN CONTABLE Y FINANCIERA”. S.A.S.
2	Ingresar las solicitudes en línea con su usuario y contraseña.
3	Opción REGISTRO.
4	Escoger la opción SOLICITUD DE SIGNOS DISTINTIVOS.
5	Llenar la plantilla con los datos de nuestra marca.
6	Una vez ingresado los datos se procede a guardar y verificar.
8	Generar comprobante de pago, que tiene un costo de \$208,00.
9	Cancele en el Banco del Pacífico, o en el Botón de Pago en Línea.
10	Ícono INICIO DE PROCESO.

Elaborado por: La Autora

Fuente: Servicio Nacional de Derechos Intelectuales

3.6.6.4.Nombre comercial de la empresa

Nombre jurídico

Centro de Capacitación Contable y Financiera “ALFA” .S.A.S.

Nombre comercial

Centro de Capacitación Contable y Financiera “ALFA” .S.A.S.

3.7. Estudio financiero

El estudio financiero permitirá conocer si es rentable o no mediante la determinación de costos e ingresos, así como la inversión que se requiere para la implementación del presente proyecto.

3.7.1. Inversiones y capital de trabajo

3.7.1.1. Equipo de computación

Tabla 49: Equipo de computación

Detalle	Costo Unitario	Cantidad	Costo Total
Computadora de Escritorio NVIDIA	1750	1	1,750.00
Laptop ASUS	1430	4	5,720.00
Impresora Multifunción EPSON L3250S	350	1	350.00
Proyector	300	1	300.00
Webcam	20	1	20.00
Micrófono	25	1	25.00
Total	3875		8,165.00

Elaborado por: La autora

3.7.1.2. Muebles y enseres

Tabla 50: Muebles y Enseres

Detalle	Costo Unitario	Cantidad	Costo Total
Administrativo			
Escritorio Gerencia	\$ 150.00	1	150.00
Escritorio Secretaria	\$ 150.00	1	150.00
Escritorio Contadora	\$ 150.00	1	150.00
Escritorio para aulas	\$ 130.00	2	260.00
Archivador	\$ 150.00	6	900.00
Juego de Sala de Reuniones	\$ 200.00	1	200.00
Mesa Central de Espera	\$ 100.00	1	100.00
Sillón Grande de Espera	\$ 200.00	1	200.00
Operativo			
Mesas Aula	\$ 20.00	25	500.00
Sillas Aula	\$ 20.00	25	500.00
Total	1,270.00		3,110.00

Elaborado por: La Autora

3.7.1.3. Equipo de Oficina

Tabla 51: Equipo de Oficina

Equipo de Oficina	Costo Unitario	Cantidad	Costo Total
Teléfono Fijo	40	2	80.00
Celular	250	1	250.00
Cámara Profesional	300	1	300.00
Total	590.00	4.00	630.00

Elaborado por: La Autora

3.7.1.4. Equipo de Seguridad

Tabla 52: Equipo de Seguridad

Detalle	Costo Unitario	Cantidad	Costo Total
Extintor de incendios	130.00	1	130.00
Alarma de seguridad	170.00	1	170.00
Total			300.00

Elaborado por: La autora

3.7.1.5. Resumen Inversión Fija

Tabla 53: Resumen Inversión Fija

RESUMEN INVERSIÓN FIJA	
Equipo de Computación	\$ 8,165.00
Muebles y Enseres	\$ 3,110.00
Equipo de Oficina	\$ 630.00
Equipo de Seguridad	\$ 300.00
TOTAL	\$ 12,205.00

Elaborado por: La autora

3.7.1.6. Roles de Pago

Tabla 54: Roles de Pago

SECCIÓN ADMINISTRATIVA										
CARGO	REMUNERACIÓN	HORAS EXTRAS	BONOS	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	TOTAL INGRESOS	IESS PERSONAL	TOTAL EGRESOS	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Gerente	450.04			37.50	35.42	522.96	42.53	42.53	480.43	5,765.17
Secretaria	458.72			38.23	35.42	532.36	43.35	43.35	489.01	5,868.17

Elaborado por: La Autora

Para el pago de sueldos a la sección administrativa se hizo en base al Código Sectorial 2022 y también porque serán trabajadores de planta en el centro de capacitación.

Tabla 55: Servicios Prestados

SECCIÓN OPERATIVA			
CARGO	REMUNERACIÓN	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Docente 1	126.00	126.00	1,512.00
Docente 2	126.00	126.00	3,130.58
Contadora	232,93	232,93	1,512.00

Elaborado por: La Autora

Para la sección operativa para los 3 empleados se les remunerará por servicios prestados debido a que solo laborarán por horas en el centro de capacitación.

3.7.1.7.Capital de Trabajo

Para el capital de trabajo se ha destinado a un total de 3 meses para lograr cubrir todos los gastos necesarios, sin poner en riesgo la liquidez del centro de capacitación y asesoría financiera, aquí están rubros tanto administrativos como operativos.

Tabla 56: Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO		3 meses
Detalle	Valor Mensual	Total requerido
Suministros de Oficina	\$ 60.00	\$ 180.00
Material Didáctico	\$ 200.00	\$ 600.00
Adquisición Antivirus ESET NOD 32	\$ 40.00	\$ 120.00
Adquisición Plataforma Zoom	\$ 15.00	\$ 45.00
Adquisición Plataforma Moodle	\$ 30.00	\$ 90.00
Mantenimiento Equipos	\$ 50.00	\$ 150.00
Sueldos Y Salarios	\$ 1,482.33	\$ 4,446.98
Servicios Básicos	\$ 40.00	\$ 120.00
Arriendo Local	\$ 200.00	\$ 600.00
Internet	\$ 30.00	\$ 90.00
Gastos de Constitución y Funcionamiento	\$ 600.00	\$ 1,800.00
Marketing y Publicidad	\$ 320.00	\$ 960.00
Total	3,007.33	9,201.98

Elaborado por: La Autora

3.7.1.8.Total de Inversión

En este cuadro se detalla la inversión total que se requiere para la constitución del centro de capacitación y asesoría financiera en la ciudad de Ibarra.

Tabla 57: Inversión Inicial

RUBRO	VALOR TOTAL
Capital de Trabajo	\$ 9,201.98
Inversión Fija	\$ 12,205.00
Total Inversión	\$ 21,406.98

Elaborado por: La Autora

3.7.1.9.Fuentes de Financiamiento

Tabla 58: Fuentes de Financiamiento

Descripción	Valor	%
Capital Propio	\$ 3,211.05	15%
Capital Financiado	\$ 18,195.93	85%
TOTAL	\$ 21,406.98	100%

Elaborado por: La Autora

Para llevar a cabo este proyecto se contará con aporte propio de la creadora que equivale al 15%, mientras que la diferencia del 85% será financiado a través de un préstamo bancario.

Financiamiento Bancario

Para la ejecución del centro de capacitación y asesoría financiera en la ciudad de Ibarra, se ha considerado solicitar un crédito microempresarial al Banco de Pichincha puesto a que el monto a pedir si es aceptable dentro del rango a destinar; el 85% a financiar deberá ser pagado en 5 años en cuotas mensuales con una tasa del 11,23%, a continuación se detallará la tabla de amortización respectiva:

DATOS	
Valor del Préstamo	\$ 18,195.93
Tasa de Interés Anual	11.23%
Tasa de Interés Mensual	0.94%
Tiempo en años	6
V/A	\$397.71

Tabla 59: Tabla de Amortización

PERIODO	CÁPITAL	INTERÉS	CUOTA	SALDO
0				\$18,195.93
1	\$227.43	\$ 170.28	\$397.71	\$ 17,968.50
2	\$229.56	\$ 168.16	\$397.71	\$ 17,738.94
3	\$231.71	\$ 166.01	\$397.71	\$ 17,507.24
4	\$233.88	\$ 163.84	\$397.71	\$ 17,273.36
5	\$236.06	\$ 161.65	\$397.71	\$ 17,037.30
6	\$238.27	\$ 159.44	\$397.71	\$ 16,799.02

7	\$240.50	\$ 157.21	\$397.71	\$ 16,558.52
8	\$242.75	\$ 154.96	\$397.71	\$ 16,315.77
9	\$245.03	\$ 152.69	\$397.71	\$ 16,070.74
10	\$247.32	\$ 150.40	\$397.71	\$ 15,823.42
11	\$249.63	\$ 148.08	\$397.71	\$ 15,573.79
12	\$251.97	\$ 145.74	\$397.71	\$ 15,321.82
13	\$254.33	\$ 143.39	\$397.71	\$ 15,067.49
14	\$256.71	\$ 141.01	\$397.71	\$ 14,810.79
15	\$259.11	\$ 138.60	\$397.71	\$ 14,551.68
16	\$261.53	\$ 136.18	\$397.71	\$ 14,290.14
17	\$263.98	\$ 133.73	\$397.71	\$ 14,026.16
18	\$266.45	\$ 131.26	\$397.71	\$ 13,759.71
19	\$268.95	\$ 128.77	\$397.71	\$ 13,490.76
20	\$271.46	\$ 126.25	\$397.71	\$ 13,219.30
21	\$274.00	\$ 123.71	\$397.71	\$ 12,945.30
22	\$276.57	\$ 121.15	\$397.71	\$ 12,668.73
23	\$279.16	\$ 118.56	\$397.71	\$ 12,389.57
24	\$281.77	\$ 115.95	\$397.71	\$ 12,107.80
25	\$284.41	\$ 113.31	\$397.71	\$ 11,823.40
26	\$287.07	\$ 110.65	\$397.71	\$ 11,536.33
27	\$289.75	\$ 107.96	\$397.71	\$ 11,246.58
28	\$292.46	\$ 105.25	\$397.71	\$ 10,954.11
29	\$295.20	\$ 102.51	\$397.71	\$ 10,658.91
30	\$297.96	\$ 99.75	\$397.71	\$ 10,360.95
31	\$300.75	\$ 96.96	\$397.71	\$ 10,060.19
32	\$303.57	\$ 94.15	\$397.71	\$ 9,756.63
33	\$306.41	\$ 91.31	\$397.71	\$ 9,450.22
34	\$309.28	\$ 88.44	\$397.71	\$ 9,140.94
35	\$312.17	\$ 85.54	\$397.71	\$ 8,828.77
36	\$315.09	\$ 82.62	\$397.71	\$ 8,513.68
37	\$318.04	\$ 79.67	\$397.71	\$ 8,195.64
38	\$321.02	\$ 76.70	\$397.71	\$ 7,874.62
39	\$324.02	\$ 73.69	\$397.71	\$ 7,550.60
40	\$327.05	\$ 70.66	\$397.71	\$ 7,223.55
41	\$330.11	\$ 67.60	\$397.71	\$ 6,893.44
42	\$333.20	\$ 64.51	\$397.71	\$ 6,560.23
43	\$336.32	\$ 61.39	\$397.71	\$ 6,223.91
44	\$339.47	\$ 58.25	\$397.71	\$ 5,884.45
45	\$342.65	\$ 55.07	\$397.71	\$ 5,541.80
46	\$345.85	\$ 51.86	\$397.71	\$ 5,195.95
47	\$349.09	\$ 48.63	\$397.71	\$ 4,846.86
48	\$352.36	\$ 45.36	\$397.71	\$ 4,494.50
49	\$355.65	\$ 42.06	\$397.71	\$ 4,138.85
50	\$358.98	\$ 38.73	\$397.71	\$ 3,779.87
51	\$362.34	\$ 35.37	\$397.71	\$ 3,417.53

52	\$365.73	\$ 31.98	\$397.71	\$ 3,051.80
53	\$369.15	\$ 28.56	\$397.71	\$ 2,682.64
54	\$372.61	\$ 25.11	\$397.71	\$ 2,310.03
55	\$376.10	\$ 21.62	\$397.71	\$ 1,933.94
56	\$379.62	\$ 18.10	\$397.71	\$ 1,554.32
57	\$383.17	\$ 14.55	\$397.71	\$ 1,171.15
58	\$386.75	\$ 10.96	\$397.71	\$ 784.40
59	\$390.37	\$ 7.34	\$397.71	\$ 394.03
60	\$394.03	\$ 3.69	\$397.71	\$ 0.00

Elaborado por: La Autora

Tabla 60: Resumen Tabla de Amortización

PERÍODO	CAPITAL	INTERES	CUOTA	SALDO
				\$ 18,195.93
1	\$2,874.11	\$1,898.46	\$4,772.57	\$ 15,321.82
2	\$3,214.02	\$1,558.55	\$4,772.57	\$ 12,107.80
3	\$3,594.12	\$1,178.45	\$4,772.57	\$ 8,513.68
4	\$4,019.18	\$753.39	\$4,772.57	\$ 4,494.50
5	\$4,494.50	\$278.06	\$4,772.57	\$ 0.00

Elaborado por: La Autora

3.7.2.0. Tasas de Rendimiento Medio

El cálculo de la tasa de rendimiento medio demuestra la cantidad de rendimiento mínimo que un inversionista obtiene como ganancia al construir el centro de capacitación y asesoría financiera, tomando en cuenta la inflación y el costo de oportunidad, como se demuestra a continuación:

Tabla 61: Costo de Oportunidad

Detalle	Valor	% Composición	Tasa de Rendimiento	Valor Ponderado
Capital Propio	\$ 3,211.05	15%	4.28%	0.64%
Capital Financiado	\$ 18,195.93	85%	8.78%	7.46%
Total	\$ 21,406.98		Costo de oportunidad	8%

Elaborado por: La Autora

En el cuadro se visualiza que el costo de oportunidad supera a la tasa pasiva referencial publicada por el Banco Central del Ecuador con un 0,40% adicional, con este resultado se procede a calcular la Tasa de Rendimiento Medio:

Tabla 62: Tasa de Rendimiento Medio

Costo de Oportunidad	0.08
Inflación	0.037
TMAR	$((1+0.08)*(1+0.037))-1$
TMAR	0.12104885
TMAR	12.10%

Elaborado por: La Autora

3.7.2.1. Costo de Producción

Para ofrecer el servicio de capacitación y asesoría financiera en la ciudad de Ibarra que consta de 3 módulos de aprendizaje que tratan de la: Economía Personal, Economía Familiar y la Economía Tributaria en la modalidad presencial y virtual donde se ha tomado los principales costos, gastos, como también las horas de clase, número de participantes que se requiere para el respectivo cálculo del costo unitario.

Para determinar el costo unitario se dividió los costos y gastos entre las dos

modalidades como se demuestra a continuación:

MODALIDAD PRESENCIAL

Tabla 63: Costo Unitario (Modalidad presencial)

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Material Didáctico	30	1.67	50.10
Mano de Obra Directa			
Docente 1	1	63.00	63.00
Docente 2	1	63.00	63.00
Costos Indirectos del Servicio			
Suministros de Oficina	1	10.18	10.18
Adquisición Antivirus	1	20.00	20.00
Adquisición Plataforma Moodle	1	15.00	15.00
Mantenimiento Equipos	1	25.00	25.00
Servicios Básicos	1	20.00	20.00
Arriendo Local	1	100.00	100.00
Internet	1	15.00	15.00
Gastos de Constitución y Funcionamiento	1	300.00	300.00
Marketing y Publicidad	1	160.00	160.00
Mano de Obra Indirecta			
Gerente	1	240.22	240.22
Contador	1	130.44	130.44

Secretaria	1	244.51	244.51
<i>Elaborado por: La Autora</i>		TOTAL	1,456.44
		Cantidad de horas de clase	40
		Cantidad de personas	25
		Total horas mensuales	1,000
		Costo Unitario del Curso	58.26

MODALIDAD VIRTUAL

Tabla 64: Costo Unitario (Modalidad virtual)

Materia Prima	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Material Didáctico Digital	30	1.60	48.00
Mano de Obra Directa			
Docente 1	1	63.00	63.00
Docente 2	1	63.00	63.00
Costos Indirectos del Servicio			
Suministros de Oficina	1	10.18	10.18
Adquisición Antivirus	1	20.00	20.00
Adquisición Plataforma Zoom	1	15.00	15.00
Adquisición Plataforma Moodle	1	15.00	15.00
Webcam	1	20.00	20.00
Micrófono	1	25.00	25.00
Mantenimiento Equipos	1	25.00	25.00
Servicios Básicos	1	20.00	20.00
Arriendo Local	1	100.00	100.00
Internet	1	15.00	15.00
Gastos de Constitución y Funcionamiento	1	300.00	300.00
Marketing y Publicidad	1	160.00	160.00
Mano de Obra Indirecta			
Gerente	1	240.22	240.22
Contador	1	130.44	130.44
Secretaria	1	244.51	244.51
<i>Elaborado por: La Autora</i>		TOTAL	1,514.34
		Cantidad de horas de clase	40
		Cantidad de personas	25
		Total horas mensuales	1000
		Costo Unitario del Curso	60.57

Se puede observar que los costos son de 58.26 ctvs. para la modalidad presencial y de 60.57 ctvs. en la modalidad virtual, tomando que el precio varía por añadir elementos extra para el funcionamiento porque el objetivo es brindar un servicio de calidad con agilidad tecnológica.

En esta tabla se demuestra el precio unitario del curso en cada modalidad:

Tabla 65: Precio unitario del curso

MODALIDAD	COSTO UNITARIO	MARGEN DE GANANCIA	PRECIO UNITARIO
Presencial	58.26	73%	\$ 100.79
Virtual	60.57	67%	\$ 101.16

Elaborado por: La Autora

El margen de ganancia seleccionado es adecuado porque el precio unitario calculado,

permite cubrir los costos y gastos del servicio de capacitación, tomando en cuenta que si no hay 25 asistentes como base mínima, el excedente permitirá cubrir las necesidades del centro de capacitación evitando un posible endeudamiento.

Mediante entrevistas y opinión pública la mayoría de los centros de capacitación se manejan entre estos precios que son amables con el bolsillo de la sociedad, a la vez se cumple con los estándares de calidad académica exigidos por los entes reguladores al momento de brindar el servicio.

3.7.2. Estado de Situación Financiera

Tabla 66: Estado de Situación Financiera

Empresa "Alfa Centro de Capacitación y Asesoría Financiera"
Estado de Situación Inicial
Expresado en dólares americanos

ACTIVOS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS CORRIENTES	9201.98	9441.98	13349.03	19028.93	26518.30	37112.52
Propiedad planta y equipo	12205.00	12205.00	12205.00	12205.00	12205.00	12205.00
Muebles y enseres	8165.00	8165.00	8165.00	8165.00	8165.00	8165.00
Equipos de oficina	3110.00	3110.00	3110.00	3110.00	3110.00	3110.00
Equipos de Computación	630.00	630.00	630.00	630.00	630.00	630.00

Equipos de seguridad	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00
(-) Depreciación Acumulada		1182.13	2364.26	3546.39	4003.59	4575.09
TOTAL ACTIVO	21406.98	20464.85	23189.77	27687.54	34719.71	44742.43
PASIVOS						
PASIVO A LARGO PLAZO						
Cuentas por pagar						
Préstamo Bancario	18195.93	15321.82	12107.80	8513.68	4494.49	
Trabajadores por pagar		217.80	987.79	1571.86	2227.50	2985.05
Impuesto a la renta por pagar		428.55	1399.37	2226.80	3155.63	4228.82
TOTAL PASIVO	18195.93	15968.16	14494.97	12312.34	9877.62	7213.88
PATRIMONIO						
Capital Suscrito	3211.05	3211.05	3211.05	3211.05	3211.05	3211.05
Utilidades obtenidas		1285.64	5483.76	12164.15	21631.04	34317.51
TOTAL PATRIMONIO	3211.05	4496.69	8694.80	15375.20	24842.08	37528.56
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	21406.98	20464.85	23189.77	27687.54	34719.71	44742.43
	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

Elaborado por: La Autora

3.7.3. Estado de Resultados

Tabla 67: Estado de Resultados

Empresa "Alfa Centro de Capacitación y Asesoría Financiera"

Estado de Resultados

Expresado en dólares americanos

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	60583.11	69107.15	78830.53	89921.98	102574.01
(-)Costo de venta	35649.39	40665.25	46386.86	52913.49	60358.41
Utilidad Bruta	24933.72	28441.90	32443.67	37008.50	42215.59
Gastos Operativos	8327.81	6730.87	6906.68	7087.14	7272.36
Gastos Administrativos	11753.35	12053.23	12360.78	12676.19	12999.67
Gastos Ventas	320.00	331.84	336.58	345.33	354.41
Depreciación	1182.13	1182.13	1182.13	1296.43	1410.73
Gastos financieros	1898.46	1558.55	1178.45	753.39	278.06
Utilidad Operativa	1451.98	6585.28	10479.06	14850.01	19900.35
15% Part. Trabajadores	217.80	987.79	1571.86	2227.50	2985.05
Gastos no Deducibles	480.00				
Ganancia antes de Imp.	1714.18	5597.49	8907.20	12622.51	16915.30
Impto. a la Renta	428.55	1399.37	2226.80	3155.63	4228.82
Utilidad del Neta	1285.64	4198.12	6680.40	9466.88	12686.47

Elaborado por: La Autora

En este estado de resultados se puede ver que desde el primer año de funcionamiento hay utilidad hasta el quinto año, lo cual es algo positivo para construir el centro de capacitación y asesoría financiera en la ciudad de Ibarra.

3.7.4. Estado de Flujo de Efectivo

Tabla 68: Flujo de Caja

Empresa "Alfa Centro de Capacitación y Asesoría Financiera"
Flujo de caja Projectado
Expresado en dólares americanos

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SALDO INICIAL	9201.98	9441.98	13349.03	19028.93	26518.30
INGRESOS	60583.11	69107.15	78830.53	89921.98	102574.01
EGRESOS	60823.11	64553.76	70763.46	78633.96	86596.66
TRABAJADORES		217.80	987.79	1571.86	2227.50
IMPUESTOS		428.55	1399.37	2226.80	3155.63
SALDO FINAL	9441.98	13349.03	19028.93	26518.30	37112.52

Elaborado por: La Autora

Tabla 69: Tasa de Descuento

TASA DE DESCUENTO	
Inflación anual	0.037%
Tasa Pasiva Bancaria	4.28%
Tasa libre de riesgo	1.00%
Aspiración al inversionista	5%
TOTAL	10.32%

Elaborado por: La Autora

Tabla 70: Flujo del Proyecto

Empresa "Alfa Centro de Capacitación y Asesoría Financiera"
Flujo de Proyecto
Expresado en dólares americanos

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad Neta		1285.64	4198.12	6680.40	9466.88	12686.47
(+) Depreciación		1182.13	1182.13	1182.13	1296.43	1410.73
Valor de Rescate						7629.91
Capital de Trabajo						9201.98
Pago de Capital		2874.11	3214.02	3594.12	4019.18	4494.50
FLUJO NETO DEL PROYECTO	(21,406.98)	406.34	2166.23	4268.41	6744.14	26434.59

Elaborado por: La Autora

3.7.5. Cálculo del Valor Actual Neto

Tabla 71: Valor Actual Neto

FASE	INVERSIÓN	OPERACIONAL				
AÑO	0	1	2	3	4	5
FLUJOS NETOS DE CAJA	(21,406.98)	406.34	2,166.23	4,268.41	6,744.14	26,434.59
FLUJOS NETOS DESCONTADOS		368.34	1,780.00	3,179.35	4,553.62	16,179.32
FLUJOS NETOS DESCONTADOS ACUMULADOS		368.34	2,148.34	5,327.69	9,881.31	26,060.63
	VAN	\$ 28,689.83				

Elaborado por: La Autora

3.7.6. Cálculo de la tasa interna de retorno

Tabla 72: Tasa Interna de Retorno

TASA DE DESCUENTO	10.32%
TIR	18%

Elaborado por: La Autora

3.7.7. Período de Recuperación

Se tomó en cuenta los flujos netos descontados acumulados para calcular en periodo de recuperación, así conocer en qué año, cuantos meses y días se logrará cubrir la totalidad de la inversión:

Tabla 73: Flujos Descontados

AÑO	INVERSIÓN INICIAL	FLUJOS NETOS DESCONTADOS	FLUJOS NETOS DESCONTADOS ACUMULADOS
	21,406.98		
1		368.34	368.34
2		1,780.00	2,148.34
3		3,179.35	5,327.69
4		4,553.62	9,881.31
5		16,179.32	26,060.63

Elaborado por: La Autora

Cálculo:

PERÍODO DE RECUPERACIÓN	= $4 + ((22,516.21 - 9,881.31) / 16,179.32) = 4.71$
AÑOS	4
Meses	7
Días	1

El periodo de recuperación de la inversión será en 4 años, 6 meses y 1 día este tiempo está dentro de los años de vida útil del proyecto.

3.7.8. Punto de Equilibrio

Tabla 74: Punto de Equilibrio (presencial)

INGRESOS	30,235.66
Costos y Gastos Fijos	
Mano de Obra Directa	3,077.29
Servicios Básicos	20.00
Arriendo Local	100.00
Internet	15.00
Gastos de Constitución y Funcionamiento	300.00
TOTAL	33,747.95
Costos y Gastos Variables	
Mano de Obra Indirecta	5,816.67
Suministros de Oficina	10.18
Adquisición Antivirus	20.00
Adquisición Plataforma Moodle	15.00
Mantenimiento Equipos	25.00
Marketing y Publicidad	160.00
Material Didáctico	50.10
TOTAL	6,096.95

Elaborado por: La Autora

Con esto datos se procede a sacar el Punto de Equilibrio en dólares y unidades. A continuación:

$$PE\$ \text{ (presencial)} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ingresos}}}$$

$$PE\$ \text{ (presencial)} = \frac{33,747.95}{1 - \frac{6,096.95}{30,235.66}}$$

$$PE\$ \text{ (presencial)} = 42,272.00$$

$$\text{PE horas (presencial)} = \frac{\text{PE\$}}{\text{Precio de venta}}$$

$$\text{PE horas (presencial)} = \frac{42,272.00}{100.79}$$

PE horas = 419

Se tomó en cuenta los datos del primer año 2022 en donde el punto de equilibrio, refleja que el centro de capacitación y asesoría financiera debe dar 419 horas de clase para recuperar los costos fijos y variables.

Tabla 75: Punto de Equilibrio (virtual)

INGRESOS	30,347.44
Costos y Gastos Fijos	
Mano de Obra Directa	3,077.29
Servicios Básicos	20.00
Arriendo Local	100.00
Internet	15.00
Gastos de Constitución y Funcionamiento	300.00
Adquisición Plataforma Zoom	15.00
TOTAL	33,874.73
Costos y Gastos Variables	
Mano de Obra Indirecta	5,816.67
Suministros de Oficina	10.18
Adquisición Antivirus	20.00
Adquisición Plataforma Moodle	15.00
Mantenimiento Equipos	25.00
Marketing y Publicidad	160.00
Material Didáctico	50.10
Webcam	20.00
Micrófono	25.00
TOTAL	6,141.95

Elaborado por: La Autora

Con esto datos se procede a sacar el Punto de Equilibrio en dólares y unidades. A continuación:

$$\text{PE\$ (virtual)} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ventas}}}$$

$$\text{PE\$ (virtual)} = \frac{33874.73}{1 - \frac{6,141.95}{30,347.44}}$$

$$\text{PE\$ (virtual)} = 42,470.17$$

$$\text{PE horas (virtual)} = \frac{\text{PE\$}}{\text{Precio de venta}}$$

$$\text{PE horas (virtual)} = \frac{42,470.17}{101.16}$$

$$\text{PE horas (virtual)} = 420$$

Se tomó en cuenta los datos del primer año 2022 en donde el punto de equilibrio, refleja que el centro de capacitación y asesoría financiera debe dar 420 horas de clase para recuperar los costos fijos y variables.

3.7.9. Análisis costo/ beneficio

Tabla 76: Análisis costo/beneficio

RELACIÓN COSTO/BENEFICIO							
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
INVERSIÓN	21406.98						
INGRESOS TOTALES		60583.11	69107.15	78830.53	89921.98	102574.01	401016.78
EGRESOS TOTALES		60823.11	64553.76	70763.46	78633.96	86596.66	361370.95
FLUJO NETO	(21406.98)	406.34	2166.23	4268.41	6744.14	26434.59	40019.70
INGRESOS DESCONTADOS		54917.29	56785.59	58717.44	60715.02	62780.55	293915.88
EGRESOS DESCONTADOS		55134.85	53044.05	52708.63	53093.38	53001.59	266982.50
Egresos más inversión							288389.48
RELACIÓN BENEFICIO/COSTO							1.02

Elaborado por: La Autora

3.7.10. Resumen de los indicadores financieros

Tabla 77: Resumen de los indicadores financieros

**RESUMEN DE LOS INDICADORES FINANCIEROS
CALCULADOS**

Evaluación Financiera	Criterio de evaluación	Valor	Resultado
TRM		12.10%	
VAN	$VAN > 0$	\$ 28,689.83	Aceptable
TIR	$TIR > TRM$	18%	Aceptable
PRI	Dentro de los años de vida útil	4 Años 7 meses y 1 días	Recuperable
C/B	$C/B > 1$	1.02	Aceptable

Elaborado por: La Autora

3.7.11. Análisis de Sensibilidad

Tabla 78: Análisis de sensibilidad del precio del curso por modalidad

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD EN LA VARIACIÓN DE LOS MÓDULOS						
VARIABLE	CONDICIÓN DE CAMBIO	ESCENARIO	% DE CAMBIO	TASA DE DESCUENTO	TIR	VAN
PRESENCIAL	Aumento	Pesimista	80%	31.26%	77%	55,257.60
VIRTUAL	Aumento	Pesimista	20%	31.26%	65%	25.00

Elaborado por: La Autora

En este caso se tomó una variación en el precio de cada módulo del servicio de capacitación y asesoría como se observa hay una reducción considerable de un 2,5% esto es lo que se puede obtener rentabilidad sin generar pérdidas.

CAPÍTULO IV

Validación

4.1. Introducción

En este capítulo se evaluará el presente proyecto de emprendimiento el mismo que servirá para determinar la factibilidad de su aplicación; para esto, se empleará la matriz de validación en la cual los expertos verificarán si se ha cumplido con los objetivos planteados en la propuesta, como en el desarrollo del estudio de mercado, técnico-administrativo y financiero con la finalidad de erradicar los posibles problemas que puedan suscitarse al momento de poner en ejecución la presente investigación.

4.2. Descripción del estudio

Este estudio pretende evaluar la viabilidad del proyecto de emprendimiento para la creación de una escuela de capacitación y asesoría financiera en la ciudad de Ibarra, Imbabura, Ecuador.

4.3. Objetivo

Validar el proyecto de emprendimiento para la creación de una escuela de capacitación y asesoría financiera en la ciudad de Ibarra, Imbabura, Ecuador, a través de una matriz donde se detallarán los factores y sus respectivos indicadores que permiten conocer su grado de confiabilidad.

4.4. Equipo de trabajo

El presente proyecto ha sido elaborado por mi persona, es importante destacar que los docentes tutores y la directora fueron parte esencial en la culminación de la investigación, pues aportaron con sus conocimientos técnicos y metodológicos.

A continuación, se detalla a los integrantes del proyecto:

Tabla 79: Equipo de Trabajo

Autor	Sara Gabriela Torres Herembás
Directora del trabajo de grado	Msc. Sandra Mercedes Guevara López
Docentes experto en el tema	Msc. Rocío Guadalupe Leon Carlosama Msc. Julio César Andrade Palacios

Elaborado por: La Autora

4.5.Método de verificación

El método de verificación servirá para conocer si la propuesta es factible estableciendo indicadores del modelo de negocio, estudio de mercado, técnico administrativo y estudio financiero, los mismos que serán validados por partes de los oponentes y directora de tesis.

Tabla 80: Matriz de Verificación

PROPUESTA	INDICADORES	¿SE VERIFICO?	
		SI	NO
MODELO DE NEGOCIO	Segmento de mercado	X	
	Actividades clave	X	
	Socios clave	X	
	Propuesta de valor	X	
	Recursos clave	X	
	Canales	X	
	Fuentes de ingresos	X	
ESTUDIO DE MERCADO	Demanda	X	
	Oferta	X	
	Demanda insatisfecha	X	
	Precio	X	
	Servicio	X	
	Plaza, promoción y publicidad	X	
ESTUDIO TÉCNICO – ADMINISTRATIVO	Localización	X	
	Disponibilidad de recursos	X	
	Capacidad instalada	X	
	Ingeniería del proyecto	X	

	Estructura organizativa y administrativa	X	
	Marca e imagen corporativa	X	
	Flujogramas	X	
	Manual de funciones	X	
ESTUDIO FINANCIERO	Inversiones	X	
	Fuentes de financiamiento	X	
	Estado de situación financiera	X	
	Estados de resultados	X	
	Indicadores de evaluación financiera	X	
	Periodo de recuperación	X	
	Relación costo / beneficio	X	
	Análisis de sensibilidad	X	

Elaborado por: La Autora

4.6.Método de calificación

Para este proceso se utilizará el siguiente método de calificación que es del 1 al 10 donde se represente la nota más baja va de 1 en adelante y la más alta de 8 a 10 puntos.

Se puede ponderar cada uno de los capítulos y establecer un porcentaje de relevancia a cada uno, de manera que sumen 100%.

Una vez puntuado cada ítem propuesto, se procederá a realizar una ponderación para dar a conocer el nivel de viabilidad del proyecto a través de los siguientes criterios:

Tabla 81: Criterios de validación

Denominación	Descripción	Resultado
Existe validez	Existe validez en la determinación de la factibilidad del proyecto.	El proyecto es aceptado
Poca validez	Existe poca validez en la determinación de la factibilidad del proyecto.	Se sugiere mejorar
No existe validez	No existe validez en la determinación de la factibilidad del proyecto.	Se rechaza el proyecto

Elaborado por: La Autora

4.7.Rango de interpretación

Para adquirir una interpretación de manera más clara de la aplicación del manual se establece los siguientes rangos de tolerancia:

Tabla 82: Rango de Interpretación

Rango	Interpretación
8.1 > 10	Existe validez
6.1 > 10	Existe una confianza razonable
0 > 6	No existe validez

Elaborado por: La Autora

Posteriormente, se asignará el porcentaje de cumplimiento a cada capítulo para obtener un margen más claro de validación.

$$V = \frac{\text{Calificación obtenida}}{\text{Calificación total}} \times 100$$

4.8.Resultados

Para obtener los resultados de este capítulo se ha considerado la elaboración de una matriz de validación para el modelo de negocio, estudio de mercado, estudio técnico administrativo, estudio financiero y estudio ambiental (de ser el caso), en donde se identifica los siguientes indicadores.

Tabla 83: Matriz de validación tutor

N°	Variable	Indicadores	Msc. Sandra Mercedes Guevara López			
			Porcentaje	Calificación	Resultados	Observaciones
1	DIAGNÓSTICO	¿Las variables detectadas tienen relación con el tema del proyecto?	3,33%	8	0,2664	
2		¿La idea de negocio está correctamente planteada junto con los elementos detectados?	3,33%	8	0,2664	
3		¿La Matriz de Porter contiene factores que se relacionan a la idea de negocio?	3,33%	8	0,2664	
4	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	¿Los fundamentos generales y específicos son comprensibles del proyecto?	3,33%	8	0,2664	
5		¿El cálculo de la muestra seleccionado ha permitido un desarrollo eficaz del proyecto?	3,33%	7	0,2331	

N°	Variable	Indicadores	Msc. Sandra Mercedes Guevara López			
			Porcentaje	Calificación	Resultados	Observaciones
6		¿Los instrumentos y tipo de investigación elegidos permitieron una recolección de datos adecuada?	3,33%	8	0,2664	11
7	MODELO DE NEGOCIO	¿El modelo de negocio está dentro del modelo de negocio?	3,33%	8	0,2664	12
8		¿El segmento de mercado tiene relación con la idea de negocio expuesta?	3,33%	7	0,2331	
9		¿El lienzo de CANVAS está correctamente definido según el modelo de negocio?	3,33%	9	0,2997	13
10	ESTUDIO DE MERCADO	¿El estudio de mercado determino la demanda y oferta para determinar estrategias de comercialización?	3,33%	8	0,2664	14

N°	Variable	Indicadores	Msc. Sandra Mercedes Guevara López			
			Porcentaje	Calificación	Resultados	Observaciones
11	ADM NIST RATI VO ESTUDIO TÉCNICO	¿El estudio de mercado se aplicó de acuerdo a la metodología establecida?	6,67%	8	0,5336	
12		¿El estudio de mercado permitió seleccionar a los clientes y a su vez conocer a la competencia actual de los centros de capacitación?	6,67%	8	0,5336	
13		¿Los flujogramas detallan los procesos necesarios para el funcionamiento del proyecto?	6,67%	8	0,5336	
14		¿Para fijar la micro y macro localización del proyecto está acorde a los factores analizados previamente?	6,67%	9	0,6003	

N°	Variable	Indicadores	Msc. Sandra Mercedes Guevara López			
			Porcentaje	Calificación	Resultados	Observaciones
15	ESTUDIO FINANCIERO	¿Se determinó los recursos humanos, materiales, tecnológicos y capacidad instalada en base a la disponibilidad de los mismos?	6,67%	9	0,6003	
16		¿La estructura organizativa, administrativa y diseño planimetrico del proyecto están correctamente diseñadas según las personas que conforman el centro de capacitación?	6,67%	9	0,6003	
17		¿Las inversiones y el capital de trabajo van alineadas a las necesidades del proyecto para dar funcionamiento?	6,67%	8	0,5336	

Tabla 84: Matriz de Validación Oponente 1

Nº	Variable	Indicadores	Msc. Rocío Guadalupe León Carlosama			
			Porcentaje	Calificación	Resultados	Observaciones
1	DIAGNÓSTICO	¿Las variables detectadas tienen relación con el tema del proyecto?	3,33%	8	0,2664	
2		¿La idea de negocio está correctamente planteada junto con los elementos detectados?	3,33%	8	0,2664	
3		¿La Matriz de Porter contiene factores que se relacionan a la idea de negocio?	3,33%	7	0,2331	
4	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	¿Los fundamentos generales y específicos son comprensibles del proyecto?	3,33%	8	0,2664	
5		¿El cálculo de la muestra seleccionado ha permitido un desarrollo eficaz del proyecto?	3,33%	8	0,2664	
6		¿Los instrumentos y tipo de investigación elegidos permitieron una recolección de datos adecuada?	3,33%	8	0,2664	
7	MODELO DE NEGOCIO	¿El modelo de negocio está dentro del modelo de negocio?	3,33%	7	0,2331	
8		¿El segmento de mercado tiene relación con la idea de negocio expuesta?	3,33%	7	0,2331	

9		¿El lienzo de CANVAS está correctamente definido según el modelo de negocio?	3,33%	8	0,2664
10	ESTUDIO DE MERCADO	¿El estudio de mercado determino la demanda y oferta para determinar estrategias de comercialización?	3,33%	7	0,2331
11		¿El estudio de mercado se aplicó de acuerdo a la metodología establecida?	3,33%	8	0,2664
12		¿El estudio de mercado permitió seleccionar a los clientes y a su vez conocer a la competencia actual de los centros de capacitación?	6,67%	7	0,4669
13		¿Los flujogramas detallan los procesos necesarios para el funcionamiento del proyecto?	6,67%	8	0,5336
14	ESTUDIO TÉCNICO - ADMINISTRATIVO	¿Para fijar la micro y macro localización del proyecto está acorde a los factores analizados previamente?	6,67%	8	0,5336
15		¿Se determinó los recursos humanos, materiales, tecnológicos y capacidad instalada en base a la disponibilidad de los mismos?	6,67%	8	0,5336
16		¿La estructura organizativa,	6,67%	8	0,5336

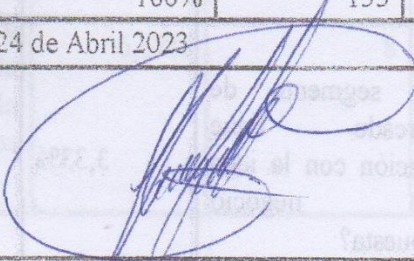
		administrativa y diseño planimétrico del proyecto están correctamente diseñadas según las personas que conforman el centro de capacitación?				
17	ESTUDIO FINANCIERO	¿Las inversiones y el capital de trabajo van alineadas a las necesidades del proyecto para dar funcionamiento?	6,67%	8	0,5336	
18		¿Las fuentes de financiamiento son adecuadas para dar paso a la ejecución de este proyecto?	6,67%	8	0,5336	
19		¿Los estados financieros que se realizaron responden y cumplen con las normas contables, a la vez tienen relación con el estudio de mercado, técnico, administrativo?	6,67%	8	0,5336	
20		¿Los indicadores financieros indican la rentabilidad y viabilidad del proyecto en los 5 años de proyección?	6,67%	8	0,5336	
Resultados			100%	155	8,00	
Fecha		24 de Abril 2023				
Firma						

Tabla 85: Matriz de Validación Oponente 2:

N°	Variable	Indicadores	Msc. Julio Andrade			
			Porcentaje	Calificación	Resultados	Observaciones
1	DIAGNÓSTICO	¿Las variables detectadas tienen relación con el tema del proyecto?	3,33%	8	0,2664	
2		¿La idea de negocio está correctamente planteada junto con los elementos detectados?	3,33%	8	0,2664	
3		¿La Matriz de Porter contiene factores que se relacionan a la idea de negocio?	3,33%	7	0,2331	
4	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	¿Los fundamentos generales y específicos son comprensibles del proyecto?	3,33%	8	0,2664	
5		¿El cálculo de la muestra seleccionado ha permitido un desarrollo eficaz del proyecto?	3,33%	8	0,2664	
6		¿Los instrumentos y tipo de investigación elegidos permitieron una recolección de datos adecuada?	3,33%	8	0,2664	
7	MODELO DE NEGOCIO	¿El modelo de negocio está dentro del modelo de negocio?	3,33%	7	0,2331	
8		¿El segmento de mercado tiene relación con la idea de negocio expuesta?	3,33%	7	0,2331	

9		¿El lienzo de CANVAS está correctamente definido según el modelo de negocio?	3,33%	8	0,2664	
10	ESTUDIO DE MERCADO	¿El estudio de mercado determino la demanda y oferta para determinar estrategias de comercialización?	3,33%	7	0,2331	
11		¿El estudio de mercado se aplicó de acuerdo a la metodología establecida?	3,33%	8	0,2664	
12		¿El estudio de mercado permitió seleccionar a los clientes y a su vez conocer a la competencia actual de los centros de capacitación?	6,67%	7	0,4669	
13		¿Los flujogramas detallan los procesos necesarios para el funcionamiento del proyecto?	6,67%	8	0,5336	
14	ESTUDIO TÉCNICO - ADMINISTRATIVO	¿Para fijar la micro y macro localización del proyecto está acorde a los factores analizados previamente?	6,67%	8	0,5336	
15		¿Se determinó los recursos humanos, materiales, tecnológicos y capacidad instalada en base a la disponibilidad de los mismos?	6,67%	8	0,5336	

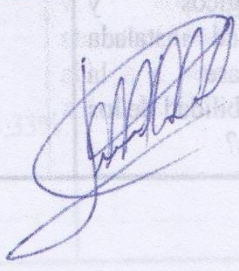
16	ESTUDIO FINANCIERO	¿La estructura organizativa, administrativa y diseño planimétrico del proyecto están correctamente diseñadas según las personas que conforman el centro de capacitación?	6,67%	8	0,5336
17		¿Las inversiones y el capital de trabajo van alineadas a las necesidades del proyecto para dar funcionamiento?	6,67%	8	0,5336
18		¿Las fuentes de financiamiento son adecuadas para dar paso a la ejecución de este proyecto?	6,67%	8	0,5336
19		¿Los estados financieros que se realizaron responden y cumplen con las normas contables, a la vez tienen relación con el estudio de mercado, técnico, administrativo?	6,67%	8	0,5336
20		¿Los indicadores financieros indican la rentabilidad y viabilidad del proyecto en los 5 años de proyección?	6,67%	8	0,5336
Resultados			100%	155	8,00
Fecha			24 de Abril 2023		
Firma					

Tabla 86: Resultados de la matriz de validación

MATRIZ GENERAL DE VALIDACIÓN							
Tema: Proyecto de emprendimiento para la creación de una escuela de capacitación y asesoría financiera, en la ciudad de Ibarra, Imbabura, Ecuador							
Calificación							
N°	Variables	%	Msc. Sandra Guevara	Msc. Rocío León	Msc. Julio Andrade	Promedio	Resultado
1	Diagnóstico	10	1,0	1,0	1,0	1,00	10%
2	Fundamentación Teórica	15	1,0	1,0	1,0	1,00	10%
3	Modelo de Negocio	10	1,0	1,0	1,0	1,00	10%
4	Estudio de Mercado	25	1,0	1,0	1,0	1,00	10%
5	Estudio Técnico-Administrativo	20	2,0	2,0	2,0	2,0	20%
6	Estudio Financiero	20	2,0	2,0	2,0	2,0	20%
TOTAL		100%	8,00	8,00	8,00	8,00	80%

Elaborado por: La Autora

4.9.Resultados

El presente proyecto de cumplimiento para la creación de una escuela de capacitación y asesoría financiera en la ciudad de Ibarra, en la provincia de Imbabura, una vez realizada la matriz de validación arroja como resultado final 80% sobre el 100%, donde se demuestra la factibilidad para su respectivo desarrollo.

Todos esos criterios fueron realizados en base a los criterios impuestos por los docentes oponentes y tutora legal de tesis donde el porcentaje obtenido es considerado aceptable.

CONCLUSIONES

- Con el diagnóstico realizado se pudo determinar que la mayor parte de personas que habitan en el cantón Ibarra, no tienen conocimientos financieros y contables para manejar correctamente su dinero, porque tienen la idea falsa de que el dinero siempre estará presente sin medir las consecuencias que esto acarrea al actuar de forma irresponsable, donde esto se convierte en un impedimento para acceder a préstamos bancarios e incluso contar con el apoyo de instituciones financieras en la creación de nuevos emprendimientos para beneficio de la sociedad.
- La mayor parte de la población no está preparada, no se anticipa para afrontar una crisis económica, no tiene la costumbre de ahorrar y esperan a que pase un suceso lamentable, para darse cuenta del mal gasto que han realizado. En estas circunstancias las personas al momento de gastar e invertir no lo hacen de forma planificada porque en el mercado local al ver precios, beneficios atractivos no investigan a fondo como se manejan las diversas fuentes de pago y como afectara a su economía en el transcurso de su vida. En la encuesta aplicada se vio que el 34% de la población encuestada no sabe cómo implementar nuevas fuentes de negocio para mantener un equilibrio económico, mientras que el 26% no realiza planes de negocio actualizados en base a las necesidades, tendencias, cambios del entorno y la digitalización tomando en cuenta que siempre habrá riesgos o crisis inesperadas.
- Las personas no tienen un plan de contingencia para superar las adversidades en el caso de que su negocio se encuentre en riesgo. En la actualidad se visualizó que gran parte de emprendimientos, pequeñas y medianas empresas no se capacitan constantemente por la falta de interés puesto a que confían en que el

éxito de negocio que han conseguido no se desvanecerá. El 21% de los encuestados carece de conocimientos en inversión e incluso de como destinar un porcentaje de sus ingresos a un fondo de emergencias sin sentir culpa sino ver como un beneficio que tendrá grandes beneficios a un futuro.

- Al desarrollar la propuesta, los indicadores financieros dan a conocer que el proyecto es factible y tendrá una gran rentabilidad dentro de los años de vida útil

RECOMENDACIONES

- Al ver la falta de conocimiento en la sociedad es ideal abrir un centro de capacitación y asesoría financiera con el objetivo de generar cultura financiera en cada persona mediante estrategias de enseñanza-aprendizaje innovadoras fuera de lo tradicional a la vez crear hábitos de ahorro, consumo e inversión a largo plazo.
- Se debería realizar campañas en los medios de comunicación para crear conciencia financiera y que las entidades financieras no solo oferten productos financieros a toda la población sin antes aconsejar como pagarlos sin perjudicar la economía de las personas.
- Los centros de capacitación deberían ofertar cursos donde enseñen a las personas a planificar su economía a nivel personal, familiar y de negocio, para no crear sobreendeudamientos.
- Elaborar un plan de contingencia para continuar o reinventar los negocios en el caso que se volviese a dar una crisis pandémica o algo similar.

BIBLIOGRAFÍA

s.f.

- Arbeláez, Carmen Salazar. «Enseñanza y aprendizaje del razonamiento .» 2016.
- ARMSTRONG, KOTLER. *Fundamentos Marketing* . D.F.México: Pearson Educación de México, S.A. de C.V, 2013.
- Baptista, Hernández. «Metodología de Investigación .» *Metodología de Investigación* , 2009.
- Barg, Eduardo. «Generación de Ideas de Negocio y Emprendedorismo.» *Red Latinoamericana de Cooperación Universitaria* , 2010.
- Bhatt, Gita. «Políticas, política y pandemia.» *Finanzas y Desarrollo*, 2020.
- Borja, René Mesías Villacrés. «Situación Del Emprendimiento Y Sus Alcances En El Ecuador.» *European Scientific Journal*, Mayo 2017: 233.
- Botiva, Diana Maria Robayo. *Comercio Electrónico Concepto, Características e Importancia en las Organizaciones* . Bogota-Colombia: Ediciones Universidad Cooperativa de Colombia , 2020.
- Canós, Francisco Corna. *El Canvas de la innovación*. Valencia: Ediciones Días de Santos, 2018.
- Carazo, Janire. *Economipedia*. 14 de Junio de 2017.
<https://economipedia.com/definiciones/modelo-canvas.html> (último acceso: 3 de Abril de 2021).
- Castro, María Elvira Arboleda. «Breve introducción a los conceptos de oferta, demanda y mercado .» *Economics Lecture Notes*, 2021: 4.
- Chiavenato, Idalberto. *Administración de Recursos Humanos* . Sao Paulo, Brasil: Elsevier Editora Ltda; Rio de Janeiro, Brasil, 2011.
- Coello, Carlos Enrique Pacheco, y Gabriel Jesús Pérez Brito. *El proyecto de inversión como estrategia gerencial*. Mexico: Instituto Mexicano de Contadores Públicos, 2018.
- «Cognos Online.» *Cognos Online*. 5 de Abril de 2021.
<https://cognosonline.com/co/blog/que-es-e-learning/> (último acceso: 12 de Abril de 2022).
- Constitución de la República del Ecuador . *Plan de Desarrollo* . 2008 .
<https://www.google.com/search?q=constituci%C3%B3n+de+la+republica+del+ecuador&oq=constituci%C3%B3n+de+la+republica+del+ecuador+&aqs=chrome..69i57j69i59j0i51214j0i22i3014.92781j0j15&sourceid=chrome&ie=UTF-8>.
- Cubero, Eduardo. «El Estudio de Factibilidad del Proyecto.» *El Estudio de Factibilidad del Proyecto*. 1 de Abril de 2020.
<https://www.proyectum.com/sistema/blog/el-estudio-de-factibilidad-del-proyecto/>.
- Datosmacro.com. *IPC de Ecuador* . Octubre de 2021.
<https://datosmacro.expansion.com/ipc-paises/ecuador>.
- Díaz-Granados, Sergio. *MANUAL PARA LA ELABORACIÓN DE PLANES DE NEGOCIO*. BOGOTA-COLOMBIA: Puntoaparte editores, 2010.
- Drucker, Peter F. «El ejecutivo eficaz.» *New York Times*, 5 de Noviembre de 12: 1.
- Duhalt Krauss, Miguel. *Los manuales de procedimientos en las oficinas*. D.F.México: Programa Editorial de la Coordinación de Humanidades, 2010.
- Elías, Julio. «Análisis de Oferta y Demanda .» *Análisis de Oferta y Demanda* , 2016: 2.

- Espejo, Laura Fischer y Jorge. *Mercadotecnia*. D.F. México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V, 2011.
- Fernandez, Francisco. *Guía para la elaboración de un estudio de mercado*. España, 2018.
- Fleitman, Jack. *Teorías y Bases Metodológicas*. Editado por la Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso, 2010.
- FUENTE, OSCAR. *IEBS*. 3 de Abril de 2019. <https://www.iebschool.com/blog/que-es-marketing-digital-marketing-digital/> (último acceso: 4 de Mayo de 2022).
- GAD IBARRA . *Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Canton Ibarra 2017 - 2021*. 2020. https://www.ibarra.gob.ec/site/docs/estrategico/PDYOT_2020.pdf.
- Gaitán, M. *Organización de empresas*. Bogotá : Ecoe Ediciones, 2014.
- Gilli, Juan Jose. *Claves de la estructura organizativa*. Buenos Aires: EPUB, 2017.
- Gleisner, Christine. *PARA BUSCAR E INVESTIGAR*. Santiago de Chile: BOU, Louis. Street Art. Barcelona, 2010.
- Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón de Ibarra. «Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del GAD de San Miguel.» *Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón de Ibarra*. 2020.
- Gómez, Agundiz Xochitl. *Gestión de costos y precios* . México : Editorial Patria , 2018.
- Gonzáles, Luis. *La persona emprendedora y la idea de negocio*. Union Europea, 2013.
- González, Cornejo, Aurelio, y González, Sánchez Dynorah. *Emprender... una forma de vida*. MEXICO: PACJ, 2019.
- Grande, Ignacio Criado. *EUROINNOVA BLOGS*. 3 de Abril de 2018. <https://www.euroinnova.ec/blog/que-es-la-estructura-administrativa-de-una-empresa> (último acceso: 5 de Mayo de 2022).
- Guanipa. «Metodología de la Investigación .» *Laurus*, 2006.
- IBARRA, CAMARA DE COMERCIO DE. Ibarra, 2020.
- INEC. *Actividades económicas*. 2011. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>.
- Internacional, Prensa. «Banco Mundial.org.» 8 de Junio de 2020. <https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2020/06/08/covid-19-to-plunge-global-economy-into-worst-recession-since-world-war-ii>.
- Kotler, Philip. *Principios de Marketing*. Naucalpan de Juárez, Estado de México: Pearson Educación de México, S.A. de C.V, 2013.
- Lira, Iván Silva. «Metodología para la elaboración de estrategias de desarrollo local .» *Metodología para la elaboración de estrategias de desarrollo local* , 2012: 21.
- LOJA, UNIVERSIDAD PARTICULAR DE. «PROCURADORÍA.» 2014. https://procuraduria.utpl.edu.ec/Paginas/asc_dp01/societario.aspx.
- Luna, Rafael. «Guía para elaborar estudios de factibilidad.» *Proyectos Ecoturísticos*, 2010: 3.
- Martinez, Cristhian. *Scrib* . 3 de Enero de 2019. <https://es.scribd.com/doc/43645000/MATRICES-DE-DIAGNOSTICO> (último acceso: 4 de Abril de 2022).
- Martínez, Miguel. «La investigación Cualitativa.» *Educere*, 2006: 9.
- McCarthy, Jerome. *Marketing Mix*. Michigan: American Marketing Association's, 2015.
- Reporte de Empresas Imbabura*. Interpretado por MIPRO. s.f.
- Moreira, Manuel Area. *Enseñar y Aprender en Espacios Virtuales*. Málaga, 2016.

- Norte, Grupo Corporativo el. «Mipymes Imbabura.» *EL NORTE*, 12 de Abril de 2020: 1.
- ONU. *Plan de la Respuesta socioeconómica al COVID 19 Naciones Unidas Ecuador* . 24 de Mayo de 2020. https://ecuador.un.org/sites/default/files/2020-10/Plan%20para%20la%20respuesta%20socioecon%C3%B3mica_UNCT_Ecuador_sept2020_0.pdf.
- Osterwalder, Alexander. *Generación de modelo de negocio*. Barcelona: Centro Libros PAFP, S. L. U., 2011.
- Padilla, Marcial Córdoba. *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Colombia : Digiprint Editores E.U, 2008.
- Padilla, Victor Manuel García. *Introducción a las Finanzas* . México: Grupo Editorial Patria, S.A. de C.V, 2014.
- Philip Kotler, Paul Bloom, Thomas Hayes. *El marketing de los servicios profesionales* . New Jersey: Prentice Hall Press, 2002.
- Pigneur, Alexander Osterwalder e Yves. *Generación de modelo de Negocio*. Barcelona: Centro Libros PAFP, S. L. U., 2010.
- Plan Nacional de desarrollo 2017-2021. «Plan Nacional de desarrollo 2017-2021.» *Plan Nacional de desarrollo 2017-2021*. 2020. Plan Nacional de desarrollo 2017-2021.
- Pursell, Shelley. «Tipos de clientes potenciales .» *Tipos de clientes potenciales* . 5 de Julio de 2021. <https://blog.hubspot.es/marketing/tipos-de-clientes-potenciales> (último acceso: 3 de Mayo de 2022).
- Robles. *Estudio de Mercado*. Santiago de Chile: ASDI, 2010.
- Rodriguez, Gabriel. «Question Pro .» *Question Pro* . 1 de Marzo de 2019. <https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-la-segmentacion-de-mercados/> (último acceso: 3 de Mayo de 2022).
- Rodriguez, Mónica Morales. *Pyme Empresario* . 30 de Julio de 2019. <https://www.pymempresario.com/2014/08/como-construir-una-filosofia-empresarial/#:~:text=La%20filosof%C3%ADa%20empresarial%20es%20el,partes%20integrantes%20de%20la%20organizaci%C3%B3n>. (último acceso: 5 de Mayo de 2022).
- Rojas, Luis Jose. *Enciclopedia Económica*. 4 de Noviembre de 2021. <https://enciclopediaeconomica.com/organigrama-funcional/> (último acceso: 4 de Mayo de 2022).
- SALUD, ORGANIZACIÓN PANÁMERICANA DE LA. «<https://covid19.who.int/>» s.f. <https://covid19.who.int/>.
- Sampieri, Roberto Hernández. *Metodología de la Investigación* . México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V., 2019.
- SERCOP. «Contratación pública .» *SERCOP*. 9 de Marzo de 2018. <https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/03/RESOLUCI%C3%93N-No-R-E-SERCOP-2018-0000087.pdf>.
- SETEC. *Misión* . 2017 . <https://www.gob.ec/setec>.
- Sierra, Carlos Prieto. *EMPREDIMIENTO Conceptos y Plan de Negocios*. D.F. México: Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, 2014.
- Soria, Carmen. *La importancia de las redes sociales para la empresa* . 2020 . <https://www.blaucomunicacion.es/el-blog-de-blau/marketing-digital/redes-sociales-para-empresas/>.

- SRI. *Inscripción del Registro Único de Contribuyente*. 2021.
<https://www.gob.ec/sri/tramites/inscripcion-registro-unico-contribuyente-ruc-persona-natural-artesanos>.
- SUPER INTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, VALORES Y SEGUROS. *portal supercias*. 1 de 10 de 2018.
https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/instructivo_soc.pdf
 (último acceso: 3 de Octubre de 2021).
- Thibaut, Jean Pierre. *Teorías y Bases Metodológicas*. Editado por la Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso , 2010.
- Tilve, Fernández. *E-LEARNING: OTRA MANERA DE ENSEÑAR Y APRENDER*. Granada, España: Revista de Currículum y Formación de Profesorado, 2013.
- Tinto Arandes, José Antonio. «Análisis de la investigación descriptiva.» En *Análisis de la investigación descriptiva*, de José Antonio Tinto Arandes, 137. Venezuela: Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal, 2018.
- Urbina, Gabriel Vaca. *Evaluación de proyectos*. D.F.México: MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V, 2010.
- Urive, Juan, y Antonio Flores. *Proyectos de inversión para las PYME (3a. ed.)*. Bogota: Ecoe Ediciones, 2016.
- Valencia, Cruzaty, Lilia. «Emprendimiento en Ecuador. Estudio de Caso: Provincia de Santa Elena.» *Revista Killkana Sociales*, 2017: 27.
- Valencia, Walter Andía. «La demanda insatisfecha en los proyectos.» *Revista de la Facultad de Ingeniería Industrial* (Revista de la Facultad de Ingeniería Industrial), 2011: 3.
- Valiñas, Ricardo Fernández. *Segmentación de Mercados* . D.F.México: INTERAMERICANA EDITORES S.A. DE C.V., 2017.
- Velásquez, Carlos Alberto. *Sociedades de Economía Mixta*. España: U.P.B, 2015.
- VIACHANNEL. 25 de JUNIO de 2017. <https://www.viachannel.com/blog/las-10-mejores-estrategias-marketing-promocional/> (último acceso: 25 de OCTUBRE de 2021).
- VILLARÁN, KAREN WEINBERGER. *Plan de Negocios* . Lima-Perú: Nathan Associates Inc, 2009, 2010.
- WEBYEMPRESAS. 05 de MAYO de 2015. <https://www.webyempresas.com/> (último acceso: 10 de 12 de 2021).
- Weirs, Ronald M. *Introducción a la Estadística para negocios*. México: Editores, S.A de C.V una división de Thomson Learning, Inc, 2006.
- Wild, John J. *Análisis de Estados Financieros* . D.F.México: MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V., 2016 .
- Zafra Galvis, Orlando. «Tipos de Investigación.» *Revista Científica* , 2006: 1.
- Palacios Martínez, Ignacio (dir.), Rosa Alonso Alonso, Mario Cal Varela, Yolanda Calvo Benzies, Francisco Xabier Fernández Polo, Lidia Gómez García, Paula López Rúa, Yonay Rodríguez Rodríguez & José Ramón Varela Pérez. 2019. *Diccionario electrónico de enseñanza y aprendizaje de lenguas*. ISBN 978-84-09-10971-5. (Disponible en línea en <https://www.dicenlen.eu/es/diccionario/entradas/metodo-hipotetico-deductivo>, con fecha de acceso 19/04/2022)

Pérez de Eulate González, L. Didáctica especial de las Ciencias Naturales en BUP: influencia del modo educativo-deductivo-inductivo-práctico e inductivo-teórico sobre el aprendizaje. 1977. [http:// www. Redinet/Consulta de las Bases de Datos/](http://www.Redinet/Consulta de las Bases de Datos/) Pérez de Eulate

Hernández Ávila CE, Carpio N. Introducción a los tipos de muestreo. Revista ALERTA. 2019; 2(1): 75-79. DOI: 10.5377/alerta. v2i1.7535

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
ENCUESTA

Tema: PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO PARA LA CREACIÓN DE UNA ESCUELA DE CAPACITACIÓN Y ASESORÍA FINANCIERA, EN LA CIUDAD DE IBARRA, IMBABURA ECUADOR

Objetivo: Efectuar un estudio de mercado del servicio de capacitación y asesoría financiera para determinar la oferta y demanda en la ciudad de Ibarra.

Nota: La información proporcionada será usada con fines académicos todo se maneja con absoluta discreción.

Encuesta dirigida a la ciudadanía ibarreña:

1. ¿En que sector usted vive?

Sector Urbano

- San Francisco
- El Sagrario
- Los Ceibos
- Caranqui
- Alpachaca
- Priorato

Sector Rural

- San Antonio
- La Esperanza
- Angochagua
- Ambuqui
- Salinas
- La Carolina
- Lita

2. ¿Cuál es su género?

Femenino

Masculino

3. Elija su rango de edad:

18 a 25 años

26 a 32 años

33 en adelante

4. ¿A qué sector económico pertenece su actividad?

Producción

Comercio

Servicios

Otros

5. ¿Qué tiempo lleva en la actividad?

Menos de 3 años

Entre 3 y 6 años

Más de 6 años

6. ¿Cuál es la rentabilidad aproximada que tiene su negocio?

5% al 10%

10% al 15%

20% al 25%

7. ¿Qué problemas ha tenido últimamente en sus finanzas?

Dificultad en adquirir un crédito

Sobreendeudamiento

Carece de conocimientos en inversión

Inestabilidad en ingresos y gastos

Ninguno

8. ¿Con que frecuencia se capacita en temas financieros?

Mensualmente

Trimestralmente

Semestralmente

Anualmente

No lo hace

9. ¿Qué mecanismo tecnológico utiliza actualmente para capacitarse?

Celular Inteligente

Laptop

Tablet

Computadora de escritorio

Ninguno

10. De acuerdo a la respuesta en la pregunta anterior ¿Cuál ha sido el resultado por el uso de estos aparatos tecnológicos?

Agilidad

Productividad

Mejora en la gestión

Mejora en la Administración

Innovación

Mejor comunicación con los clientes

11. ¿Le gustaría capacitarse en temas financieros?

Si

No

12. ¿En qué temas financieros le gustaría capacitarse?

Fuentes de Financiamiento.

Planes de Negocio.

Formas de Ahorro

Presupuestos

Impuestos

Declaraciones

Otros

13. ¿Qué aspectos importantes tomaría en cuenta para recibir una capacitación?

Experiencia

Precio

Servicio Integral

Servicio Personalizado

Reconocimiento en el Medio

Infraestructura

Otros

14. ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir mensualmente para capacitarse financieramente?

De 50\$ a 100\$

De 150\$ a 200\$

Más de 200\$

15. ¿En qué modalidad le gustaría recibir la capacitación?

Virtual

Presencial

16. ¿A través de qué medios le gustaría conocer los cursos ofertados?

Televisión

Radio

Internet

Medios Escritos

Otros

17. ¿Qué opina acerca de la creación de una escuela de capacitación y asesoría financiera?

Excelente idea

Muy Buen idea

Buena idea

No es buena idea

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Objetivo: Conocer la oferta de servicios de capacitación y asesoría financiera en la ciudad de Ibarra, también escuchar el interés de capacitarse financieramente.

Indicaciones: Lea detenidamente la pregunta y conteste según su criterio.

Nota: La información proporcionada será usada con fines académicos todo se maneja con absoluta discreción.

Nombre del Entrevistado:

Nombre de Entrevistador:

Fecha:

1. ¿Cuánto tiempo lleva en la actividad?

.....
.....
.....
.....

2. ¿Qué estrategias utilizo su empresa para continuar capacitando en el tiempo de la pandemia?

.....
.....
.....
.....

3. ¿Qué tipo de servicios brinda en su empresa?

.....
.....
.....
.....

4. ¿Cuál es el precio del servicio que brinda la empresa?

.....
.....
.....
.....

5. ¿Cómo considera la demanda para este tipo de servicios que usted brinda?

.....
.....
.....
.....

6. ¿A qué tipo de mercado atiende?

.....
.....
.....
.....

7. ¿Qué promedio de clientes atiende semanalmente?

.....
.....
.....
.....

8. ¿Cuál es la frecuencia de contratación de sus servicios?

.....
.....
.....
.....

9. ¿Qué medio de comunicación utiliza para hacer conocer su servicio?

.....
.....
.....
.....

10. ¿Qué recomendación daría para la creación de escuela de capacitación y asesoría financiera en la ciudad de Ibarra?

.....
.....
.....
.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN





