



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 UN CENTRO
DE CAPACITACIÓN EN LÍNEA PARA EMPRENDEDORES EN EL CANTÓN
CAYAMBE, PICHINCHA, ECUADOR.”**

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

AUTOR:

CHILQUINGA OÑA LUIS FÉLIX

CUASAPUD SALCEDO JHON STEEVEN

DIRECTORA:

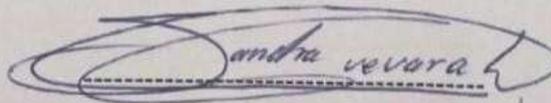
MSC. SANDRA MERCEDES GUEVARA LÓPEZ

IBARRA 2022

APROBACIÓN DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Directora de Trabajo de Grado presentados por las señores CHILQUINGA OÑA LUIS FÉLIX y CUASAPUD SALCEDO JHON STEEVEN, para optar por el título de LICENCIATURA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA, cuyo tema es "PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE CAPACITACIÓN EN LÍNEA PARA EMPRENDEDORES EN EL CANTÓN CAYAMBE, PICHINCHA, 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 26 días del mes de febrero de 2022



Msc. Sandra Mercedes Guevara López

C.I:100254138-9

DIRECTORA DE TRABAJO DE GRADO



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:	0503657132		
APELLIDOS Y NOMBRES:	CHILQUINGA OÑA LUIS FELIX		
DIRECCIÓN:	OTAVALO		
EMAIL:	lfchilquingao@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	-	TELÉFONO MÓVIL:	0939983850

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	040201728-9
APELLIDOS Y NOMBRES:	CUASAPUD SALCEDO JHON STEEVEN
DIRECCIÓN:	IBARRA
EMAIL:	jscuasapuds@utn.edu.ec
TELÉFONO FIJO:	0963295200

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE CAPACITACIÓN EN LÍNEA PARA EMPRENDEDORES EN EL CANTÓN CAYAMBE, PICHINCHA, ECUADOR.”
AUTOR (ES):	CUASAPUD SALCEDO JHON STEEVEN CHILQUINGA OÑA LUIS FELIX
FECHA: DD/MM/AAAA	03/06/2022
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO

TITULO POR EL QUE OPTA:	LICENCIATURA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA
ASESOR /DIRECTOR:	MSC. SANDRA MERCEDES GUEVARA LÓPEZ

2. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) 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 (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 03 días del mes de junio de 2022

EL AUTOR:

LOS AUTORES:



.....
 Chiliquinga Oña Luis Félix
 C.I.0503657132



.....
 Cuasapud Salcedo Jhon Steeven
 C.I. 040201728-9

ACEPTACIÓN:

.....
 Nombre:
 Cargo: JEFE(a) DE
 BIBLIOTECA

Facultado por resolución de H. Consejo Universitario

DEDICATORIA

La presente está dedicada a Dios, ya que gracias a él he logrado terminar mi carrera universitaria, a mi madre ya que siempre fue el pilar fundamental en mi formación personal y académica; de manera muy especial a mi esposa, compañera de vida y madre del regalo más grande que dios puede dar, mi pequeño Jhojan Sebastián, la cual ha estado a mi lado en las adversidades brindándome su amor, comprensión, tiempo y su apoyo incondicional para hacer de mí una mejor persona; a mis abuelitos que aunque ya no están conmigo presente desde el cielo ellos siempre me cuidan y me guían para que todo salga bien.

Luis

A mis padres que me han dado la existencia; y en ella la capacidad para superarme y desear lo mejor en cada paso por este camino difícil y arduo de la vida. Gracias por ser como son, porque su presencia y persona han ayudado a construir y forjar la persona que ahora soy.

A mis amigos y familiares; que en el andar por la vida nos hemos ido encontrando; porque cada uno de ustedes ha motivado mis sueños y esperanzas. Gracias a todos los que han recorrido conmigo este camino, porque me han enseñado a ser una persona con principios y valores.

Jhon

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios, familiares, amigos y maestros quienes formaron parte de mi desarrollo profesional, a mi querida Universidad Técnica del Norte quien me abrió sus puertas al camino de la excelencia académica.

Luis

En primer lugar, doy gracias a dios por permitirme tener una buena experiencia en la academia, gracias a mi universidad por permitirme convertirme en un profesional en lo que me apasiona, gracias a cada docente que hizo parte de este proceso de formación académica, que deja como producto terminado este grupo de graduados, y como acuerdo y prueba viviente en la historia, esta tesis, que perdurará dentro de los conocimientos y desarrollo de las demás generaciones que están por llegar.

Jhon

ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN	I
ABSTRACT	II
CAPÍTULO I	3
Diagnóstico	3
1.1. Introducción.....	3
1.2. Objetivo	3
1.3. Determinación y justificación del problema.....	3
1.4. Propuesta de la idea de negocios	5
1.5. Determinar la innovación de la idea de negocios	5
1.6. Identificación de las variables diagnósticas.....	5
1.7. Matriz Diagnóstica	6
1.8. Elementos para la puesta en marcha de la idea de negocio.	7
1.8.1. Situación del macro ambiente.....	7
1.8.1.1. Político legal	7
1.8.1.2. Constitución de la República del Ecuador.....	8
1.8.1.3. Ley orgánica de emprendimiento e innovación.....	8
1.8.1.4. Reglamento a la Ley de Emprendimiento	9
1.8.1.5. Reforma SAS	9
1.8.2. Socio cultural	9
1.8.2.1. Población	9
1.8.2.2. Calidad de vida de la población.....	9
1.8.2.3. Tradiciones.....	10
1.8.3. Económico	10
1.8.3.1. PIB	10
1.8.3.2. PIB Industria.....	11
1.8.3.3. Inflación.....	11
1.8.3.4. Empleo y desempleo.....	14
1.8.3.4.1. Empleo.....	14
1.8.3.4.2. Desempleo	14
1.9. Tecnológico	16
1.9.1. Innovaciones tecnológicas.....	16
1.9.1.1. Tecnología utilizada en el mundo.....	16
1.9.1.2. Tecnología utilizada en el país	16
1.9.1.3. Tecnología utilizada en el cantón	17

1.9.2.	Situación competitiva de la industria.....	17
1.9.2.1.	Análisis de PORTER.....	17
1.10.	FODA / AOOR.....	18
1.11.	Conclusión Diagnóstica.....	18
CAPÍTULO II.....		20
2.1.	Introducción.....	20
2.2.	Objetivo	20
2.3.	Fundamentación metodológica	20
2.3.1.	Tipo de investigación.....	20
2.3.2.	Método de investigación	20
2.3.2.1.	Deductivo.....	21
2.3.2.2.	Inductivo	21
2.3.2.3.	Analítico – sintético	21
2.3.2.4.	Tipo de muestreo	21
2.3.2.4.1.	Población	21
2.3.3.	Selección de la muestra	22
2.3.3.1.	Muestreo	22
2.3.3.2.	Muestra por cuotas	23
2.3.3.3.	No probabilístico	24
2.3.4.	Técnicas e instrumentos.....	24
2.3.4.1.	Encuesta.....	24
2.3.4.2.	Observación	25
2.4.	Fundamentación de la propuesta.....	25
2.4.1.	Términos generales	25
2.4.1.1.	Capacitación micro empresarial.....	25
2.4.1.2.	Capacitación.....	25
2.4.1.3.	Tipos de capacitación.....	25
2.4.1.4.	Emprendedor.....	26
2.4.1.5.	Características de un emprendedor	26
2.4.1.6.	Emprendimiento.....	27
2.4.1.7.	Plan de negocios	27
2.4.1.8.	Educación online.....	28
2.4.1.9.	Tics.....	28
2.4.2.	Términos específicos	28
2.4.2.1.	Administración.....	28

2.4.2.2. Plan de Negocios	29
2.4.2.3. Estudio de mercado.....	29
2.4.2.4. Estudio técnico.....	29
2.4.2.5. Modelo de negocio.....	30
2.4.2.6. Gestión empresarial	30
2.4.2.7. Marketing.....	30
2.4.2.8. Asesoría legal.....	31
2.4.2.9. Canal de distribución	31
CAPÍTULO III	33
Propuesta	33
3.1 Introducción	33
3.2 Objetivos	33
3.2.1 Objetivo general.....	33
3.2.2 Objetivos específicos	33
3.3 Modelo de negocio	34
3.3.1 Lienzo CANVAS	34
3.3.2 Descripción de los elementos CANVAS	34
3.3.2.1 Segmento de mercado	34
3.3.2.2 Propuesta de valor.....	35
3.3.2.3 Relación con los clientes.....	36
3.3.2.4 Canales	36
3.3.2.4.1 Comunicación	36
3.3.2.4.2 Venta	36
3.3.2.4.3 Distribución	36
3.3.2.5 Fuentes de ingreso	36
3.3.2.6 Actores clave.....	37
3.3.2.7 Actividades clave	37
3.3.2.8 Recursos clave	37
3.3.2.9 Estructura de costos	37
3.4 Estudio de mercado.....	38
3.4.1 Diseño de la investigación de mercados	38
3.4.2 Segmentación de mercados.....	40
3.4.2.1 Segmento demográfico	40
3.4.2.2 Segmento geográfico	40
3.4.2.3 Segmento psicodemográfico.....	40

3.4.2.4 Segmento conductual	41
3.4.3 Clientes	41
3.4.4 Tipo de muestreo y cálculo de la muestra.....	41
3.4.4.1 Formula del cálculo de la muestra	41
3.4.5 Instrumentos de recolección	42
3.4.5.1 Encuesta	42
3.4.5.2 Entrevista	44
3.4.5.3 Ficha de Observación.....	45
3.4.6 Resultados y discusión (encuesta).	46
3.4.7 Análisis de la demanda	59
3.4.8 Análisis de la oferta	61
3.4.8.1. Nivel de aceptación.....	62
3.4.10. Estrategias de comercialización.....	62
3.5. Estudio técnico – administrativo.....	62
3.5.1. Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto.....	62
3.5.1.1. Macro localización.....	62
3.5.1.2 Micro localización	63
3.5.2. Análisis y determinación del tamaño óptimo de la empresa.....	65
3.5.2.1. Mercado nivel de aceptación	65
3.5.2.2. Tecnología	65
3.5.2.3. Disponibilidad de talento humano	67
3.5.2.4. Financiamiento.....	67
3.5.3. Ingeniería del proyecto	68
3.5.3.1. Distribución de la planta	68
3.5.3.2. Diseño planimétrico de la planta	68
3.5.3.3. Requerimientos por áreas.....	68
3.5.4. Identificación y descripción de los procesos	69
3.5.4.1. Caracterización y diseño del servicio	70
3.5.4.1.1. Características del servicio	70
3.5.4.1.2. Alcance del servicio.....	70
3.5.5. Recursos que se utilizará para ofrecer el servicio.....	70
3.5.5.1. Tecnológico	70
3.5.5.2. Humano	70
3.5.5.3. Físicos.....	70
3.5.6. Tipo de personal	70

3.5.6.1.	Secretaria	70
3.5.6.2.	Tutores/docentes	71
3.5.6.3.	Administrativos	71
3.5.6.4.	Técnico	71
3.5.7.	Estructura organizativa y administrativa	72
3.5.7.1.	Misión	72
3.5.7.2.	Visión	72
3.5.7.3.	Políticas	72
3.5.7.3.1.	Políticas de operación	72
3.5.7.3.2.	Políticas del personal	72
3.5.5.4.	Valores	73
3.5.5.5.	Marca e imagen corporativa.....	73
3.5.5.6.	Mapa de procesos.....	74
3.5.5.7.	Flujograma de actividades	75
3.5.5.8.	Descripción del diagrama de flujo	80
3.5.5.9.	Organigrama	86
3.5.5.9.1.	Organigrama vertical- estructural	86
3.5.5.10.	Manual de funciones	86
3.5.6.	Constitución legal de la empresa (Empresas SAS).....	92
3.5.6.1.	Tipo de empresa a constituir	92
3.5.6.2.	Proceso de registro de la marca	92
3.5.6.3.	Nombre comercial de la empresa.....	93
3.6.	Estudio financiero.....	93
3.6.1.	Inversiones y capital de trabajo.....	93
3.6.1.2.	Maquinaria y equipos.....	94
3.6.1.3.	Capital de trabajo	96
3.6.1.5.	Fuentes de Financiamiento y Costo de Capital	97
3.6.1.6.	Tasa de Rendimiento Medio.....	98
3.6.2.	Estado de situación inicial	98
3.6.3.	Estado de Resultados	99
3.6.4.	Flujo de efectivo	100
3.6.5.	Cálculo del valor actual neto	101
3.6.6.	Cálculo de la tasa interna de retorno	102
3.6.7.	Período de recuperación	102
3.6.8.	Punto de equilibrio	102

3.6.9.	Análisis Costo / Beneficio	103
CAPÍTULO IV		105
4.	Validación.....	105
4.1.	Introducción.....	105
4.2.	Descripción del estudio	105
4.3.	Objetivo	105
4.4.	Equipo de trabajo.....	105
4.5.	Método de verificación.....	105
4.6.	Método de calificación	107
4.7.	Rango de interpretación.....	107
4.8.	Resultados.....	108
Conclusiones		118
Recomendaciones		119
Bibliografía		119
Anexos		124

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Variables e indicadores diagnósticos.....	5
Tabla 2	Matriz Diagnóstica	6
Tabla 3	Indicadores	14
Tabla 4	Matriz AOOD	18
Tabla 5	Distribución de la Población	22
Tabla 6	Población a estudiar.....	22
Tabla 7	Cálculo de la muestra	23
Tabla 8	Variables.....	24
Tabla 9	Lienzo CANVAS	34
Tabla 10	Diseño de la investigación de mercados.....	39
Tabla 11	Cálculo de la muestra	41
Tabla 12	Micro localización.....	63
Tabla 13	Matriz aclaratoria del P04-S01 Establecer planificación semestral	80
Tabla 14	Matriz aclaratoria del P04-S02 Planificación de Contenidos.....	81
Tabla 15	Matriz aclaratoria del P05-S01 Requerimiento de recursos	81

Tabla 16 Matriz aclaratoria del P05-S02 Adquisición de recursos	82
Tabla 17 Matriz aclaratoria del P05-S03 Planificación de Contenidos.....	82
Tabla 18 Matriz aclaratoria del P06-S01 servicio al cliente.....	82
Tabla 19 Matriz aclaratoria del P06-S03 Admisión	83
Tabla 20 Matriz aclaratoria del P06-S04 servicio al cliente.....	83
Tabla 21 Matriz aclaratoria del P07-S01 capacitación.....	84
Tabla 22 Matriz aclaratoria del P07-S02 evaluación.....	84
Tabla 23 Matriz aclaratoria del P07-S03 Emisión de certificados	85
Tabla 24 Manual de funciones gerente.....	86
Tabla 25 Manual de funciones secretaria	87
Tabla 26 Manual de funciones jefe administrativo	87
Tabla 27 Manual de funciones Contador.....	88
Tabla 28 Manual de funciones administrador financiero	89
Tabla 29 Manual de funciones jefe de marketing.....	89
Tabla 30 Jefe de sistemas	90
Tabla 31 Manual de funciones ventas	91
Tabla 32 Manual de funciones director académico.....	91
Tabla 33 maquinarias y equipos	94
Tabla 34 rol de pagos.....	95
Tabla 35 capital de trabajo.....	96
Tabla 36 total inversión inicial	97
Tabla 37 fuentes de financiamiento y costo de capital	97
Tabla 38 Costos de financiación y pago de préstamo	97
Tabla 39 tasa de rendimiento medio.....	98
Tabla 40 estado de situación inicial.....	98
Tabla 41 Estado de Resultados Proyectado.....	99
Tabla 42 Flujo de Efectivo	100
Tabla 43 Cálculo del valor actual neto	101
Tabla 44 TIR.....	102
Tabla 45 Periodo de Recuperación.....	102
Tabla 46 Punto de Equilibrio.....	102
Tabla 47 Análisis Costo/Beneficio	103
Tabla 48 Estudio Económico Financiero	104
Tabla 49 Matriz de verificación.....	106

Tabla 50 Rango de Interpretación	107
Tabla 51 Matriz de validación tutor	108
Tabla 52 Matriz de Validación Oponente 1.....	111
Tabla 53 Matriz de Validación Oponente 2.....	113
Tabla 54Matriz de resultados Totales.....	116

ÍNDICE DE GRÁFICO

Gráfico 1 Variaciones Anuales.....	10
Gráfico 2 Variación anual.....	12
Gráfico 3 edad	46
Gráfico 4 Género	46
Gráfico 5 Nivel de Educación	47
Gráfico 6 Ubicación.....	47
Gráfico 7 ¿Conoce algún centro de capacitación para emprendedores online a nivel nacional?.....	48
Gráfico 8 ¿Conoce algún centro de capacitación para emprendedores online en la provincia de Pichincha?.....	48
Gráfico 9 ¿Conoce algún centro de capacitación para emprendedores online en el cantón Cayambe?.....	49
Gráfico 10 ¿Se ha capacitado en los años 2020-2021 en un centro de capacitación para emprendedores?.....	50
Gráfico 11 ¿A Cuántas capacitaciones accedió?	50
Gráfico 12 ¿En qué modalidad a usted le gustaría capacitarse?.....	51
Gráfico 13 ¿En qué áreas le gustaría capacitarse?.....	52
Gráfico 14 al momento de escoger una empresa de capacitación ¿Por qué la elige?....	53
Gráfico 15 ¿Cree usted necesario la creación de un centro de capacitación online en el cantón Cayambe?.....	53
Gráfico 16 Marque los días y horarios en el que usted estaría dispuesto a capacitarse	54
Gráfico 17 ¿Por qué medio le gustaría saber sobre los cursos que se ofrece?	55
Gráfico 18 ¿Estaría dispuesto a pagar por capacitaciones online?.....	56
Gráfico 19 Cuánto usted estaría dispuesto a pagar por hora por una capacitación online?	56

Gráfico 20 ¿Qué tipo de promociones le gustaría que ofrezca el centro de capacitación?	57
Gráfico 21 Usted estaría dispuesto a capacitarse en el centro de capacitación para emprendedores ubicado en el cantón Cayambe.....	58

ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN

Ilustración 1 Canasta vs. Ingreso Familiar	13
Ilustración 2 Mapa de empatía.....	34
Ilustración 3 Macro localización	62
Ilustración 4 Micro localización	64
Ilustración 5 localización de instalaciones físicas	64
Ilustración 6 Requerimientos por áreas	68
Ilustración 7 Logo.....	73
Ilustración 8 Establecer planificación semestral	75
Ilustración 9 Planificación de contenidos	75
Ilustración 10 Requerimiento de recursos	76
Ilustración 11 Adquisición de recursos	76
Ilustración 12 Asignación de recursos.....	77
Ilustración 13 Ventas	77
Ilustración 14 Admisión	78
Ilustración 15 Servicio al cliente	78
Ilustración 16 Facturación	79
Ilustración 17 Capacitación	79
Ilustración 18 Evaluación	79
Ilustración 19 Emisión de certificaciones.....	80
Ilustración 20 Organigrama	86

RESUMEN

El presente trabajo de titulación plantea la creación de un centro de capacitación en línea para emprendedores en el cantón Cayambe, provincia de Pichincha, el proyecto se lo desarrollo tras observar la falta de centros de capacitación adecuados que brinde servicios en ventas, asesoría legal, inventario, gestión empresarial y marketing.

El centro de capacitación para emprendedores debe estar avalado por la (SETEC) secretaria técnica del sistema nacional de Cualificaciones Profesionales, la cual impulsa, gestiona el sistema con responsabilidad y transparencia, promoviendo la capacitación y certificación, para fortalecer y reconocer las competencias del talento humano del país.

Por ello dentro del estudio se abarca términos conceptuales y se analizan estrategias, métodos de investigación e instrumentos a utilizar idóneos tales como la entrevista, ficha de observación y encuestas. A demás cuenta con un diagnóstico situacional se logró establecer la matriz AOOD, identificando aliados, oponentes, oportunidades y riesgos del entorno que se desarrollara la propuesta y analizar las 5 fuerzas de PORTER.

Mediante los resultados obtenidos a través de las encuetas se pudo conocer que existe una fuerte demanda por parte de los emprendedores, comercial, tiendas, minimarket, panaderías, así como también en la oferta se observó que existen centros de capacitación enfocados en distintas áreas del emprendimiento.

A continuación, se realizó un análisis técnico administrativo en el cual se determinó los recursos necesarios, desde su localización, proyección del proyecto y la constitución legal de la empresa. Para finalizar se realiza la evaluación financiera de los estados financieros con una proyección a cinco años, asimismo se calcularon los indicadores financieros que expliquen la viabilidad del proyecto antes mencionado y finalmente se realiza las conclusiones y recomendaciones en base a los objetivos planteados anteriormente.

Palabras clave: centro de formación, servicios, emprendedores, competencias, proyecto, viabilidad, empresa, indicadores, oferta, demanda.

ABSTRACT

The present degree work proposes the creation of an online training center for entrepreneurs in canton Cayambe, located in Pichincha province, the project was carried out after observing the lack of adequate training centers which provide selling services, legal advice, business management and marketing.

The training center for entrepreneurs must be endorsed by Secretaría Técnica del Sistema de Cualificaciones Profesionales (SETEC), which impulses and manages the system with responsibility and transparency, promoting training and certification in order to recognize the competences of human talent of the country.

For that reason, within the study conceptual terms are involved and strategies, research methods and instruments used, such as interviews, observation sheets and surveys are analyzed. Moreover, this research includes a situational diagnosis, and it has been able to establish the AOOR matrix, identifying allies, opponents, opportunities and risks of the environment where the proposal will take place and to analyze the five forces of PORTER.

Through the results obtained thanks to the surveys, it could be known that there is a strong demand from entrepreneurs, small businesses, minimarkets and bakeries, as well as in the offer; where it was witnessed that there was training centers in different areas of entrepreneurship.

To continue with, a technical – administrative analysis was made in which it was determined the necessary recourses, their location, projection of the project and the legal constitution of the company. Finally, an evaluation of the financial states with a projection of five years is carried out. Furthermore, the financial indicators explaining the viability of the project previously mentioned were calculated and lastly, the conclusions and recommendations based on the research objectives are detailed.

Keywords: training center, services, entrepreneurs, competences, project, viability, company, indicators, offer, demand.

CAPÍTULO I

Diagnóstico

1.1. Introducción

Para emprender es de vital importancia realizar un estudio previo para identificar los posibles riesgos u oportunidades que se le pueden presentar al momento de ejecutar dicho emprendimiento.

En el presente capítulo se presenta la determinación y justificación del problema, la propuesta de negocio, la determinación y la pertinencia del emprendimiento.

Seguidamente, se analizarán variables diagnosticas a través de indicadores el cual tiene como objetivo dar a conocer el macro entorno del emprendimiento, detallando factores políticos, económicos, socio-culturales, tecnológicos y posición de la industria, con el propósito de dar a conocer la factibilidad de crear un centro de capacitación para emprendedores en el cantón Cayambe.

A su vez el centro de capacitación ofrezca a sus clientes un servicio de calidad, actualizado en temas de interés, de igual manera se identifican los posibles aliados, oponentes, oportunidades y riesgos, teniendo en cuenta los distintos enfoques que cada uno de ellos aporten a la idea del desarrollo del emprendimiento.

1.2. Objetivo

Elaborar un proyecto de emprendimiento para la creación de un centro de capacitación en línea para emprendedores en el cantón Cayambe, Pichincha, Ecuador

1.3. Determinación y justificación del problema

Durante la época de las haciendas la cultura criolla se desarrolló como fruto del mestizaje, transformando a Cayambe en una ciudad próspera y productora. Los tradicionales bizcochos, quesos de hojas, textiles de ponchos, monturas y vestimentas típicas que son usadas durante las festividades y todo lo que hemos visto vienen de esa época.

En 1963 se dicta la primera Ley de la Reforma Agraria y las haciendas del Estado pasan a sus propietarios originales los campesinos, después de 350 años de haber sido arrebatadas. De igual manera en 1.973 se dicta la segunda Ley de la Reforma Agraria,

siendo este el fin de la esclavitud, de los trabajos forzados y de la explotación de las haciendas (Pilataxi Andramgo, 2014).

Como consecuencia creció el desempleo, acabando con las parcelas de una generación por lo consiguiente no alcanzaban para la subsistencia de los campesinos. A mediados de los 80 el cantón enfrenta con fuerza la revolución agroindustrial, por tal motivo se generaron fuentes de trabajo, ampliación de redes de comercio, por lo cual se dinamizó la economía del cantón. De la misma forma se profundizó la transformación sociocultural de la población indígena y se ha adaptaron a esta a la producción mercantilista.

En la actualidad uno de los principales obstáculos para el desarrollo del cantón, es el confinamiento por la pandemia de COVID-19. Para el año 2020 se reducirá la recaudación tributaria debido a la falta de digitalización de servicios, falta de asesoría legal y constitución, problemas de rentabilidad y falta de fuentes de financiamiento.

“Según registros de apertura y cierre de patentes del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Cayambe muestran que a partir del año 2018 al 2020 hubo 1824 de cese de actividades de las micro empresas” (Cayambe, 2021).

De acuerdo a este registro es notable el declive de las actividades económicas, que da lugar a un incremento del desempleo mismo que origina el comercio informal en el cantón Cayambe.

Con respecto a la situación ideal para los emprendedores del cantón Cayambe se pretende capacitar a vendedores formales e informales, buscar financiamiento para el surgimiento de nuevos negocios, asesorar sobre gestión empresarial, dar solución a los problemas que manejan día a día los emprendedores, crear ferias de emprendimiento para promover la oferta y demanda de los productos y servicios que poseen los emprendedores.

En consecuencia, se pretende diseñar un proyecto de emprendimiento para la creación de un centro de capacitación en línea para emprendedores en el cantón Cayambe para disminuir el declive de las actividades económicas, mediante asesoramiento profesional en los diferentes ámbitos como son las capacitaciones en la gestión empresarial, asesoría legal y marketing.

1.4. Propuesta de la idea de negocios

Se pretende crear un centro de capacitación en línea en el cantón Cayambe, el cual dará solución a los problemas de los emprendedores los cuales se agravaron con el confinamiento por COVID-19

En otras palabras, se brindará un servicio de capacitación en plataformas virtuales, en el cual se explicarán temas de gestión empresarial, asesoría legal y marketing online. Además, se dará tips para el emprendedor, charlas con profesionales en ventas, uso y manejo de redes sociales para el incremento de ventas, solución de problemas legales y manejo de inventario. Dando solución a los problemas que manejen los emprendedores para su impulso y desarrollo del negocio

Por tanto, el modelo de negocio que se pretende implementar es el Premium, en el cual se ofrece un servicio gratis, para luego cobrar por dichos servicios.

Para finalizar, se establecerá una empresa SAS dado que su principal ventaja como Sociedad por acciones simplificada es su flexibilidad para la adaptación en los negocios además de su formación ágil y amplia libertad para establecer reglas de funcionamiento entre los socios. (Supercias, 2021)

1.5. Determinar la innovación de la idea de negocios

El servicio será de manera online, brindando al cliente una propuesta innovadora en el aspecto de capacitación para emprendedores que será asequible.

Para dar a conocer el servicio se usará el marketing digital, es decir uso de redes sociales y plataformas digitales para publicitar y capacitar a los clientes además se buscará a los clientes potenciales mediante ferias de emprendimiento las cuales promuevan el consumo de dichos negocios.

1.6. Identificación de las variables diagnósticas

Tabla I Variables e indicadores diagnósticos

Variables	Indicadores
Factor Político	Constitución Ley orgánica de emprendimiento e innovación Reglamento a la ley de emprendimiento Reformas
Factor Económico	PIB PIB Industria Inflación Tasa de Interés Ingreso familiar vs canasta básica

	Empleo y Desempleo
Factor Socio – Cultural	Población Calidad de vida de población Tradiciones Nuevos estilos de vida
Factor tecnológico	Innovación tecnológica Tecnología utilizada en el mundo Tecnología utilizada en el país Tecnología utilizada en el Cantón
Posición de la industria	Competidores del sector agresiva. Capacidad de negociación de los proveedores

Elaborado por: Los Autores.

1.7. Matriz Diagnóstica

Tabla 2 Matriz Diagnóstica

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN	FUENTE DE INFORMACIÓN
Diagnosticar la situación relacionada con la capacitación en línea para emprendedores en el cantón Cayambe, Pichincha, Ecuador	Político	Constitucion de la Republica	Bibliográfica	Superintendencia de compañías
		Ley organica del emprendimiento e innovacion	Documental	Banco central
		Regalmento a la ley organica de emprendimiento Reformas		
Fundamentar teórica y metodológicamente el proyecto de emprendimiento para la creación de un centro de capacitación en línea para emprendedores en el cantón Cayambe, Pichincha, Ecuador.	Económico	PIB	Estudio de caso	Banco central
		PIB Industria	Cualitativa	FMI
		Tasa de Interes	Cuantitativa	PDYOT
		Inflacion	Análisis	ENEMDU INEC
		Empleo y Subempleo Canasta basica familiar		
Diseñar un proyecto de emprendimiento para la creación de un centro de capacitación en línea para emprendedores	Socio-cultural	Poblacion	Encuestas	Gad Municipal de Cayambe
		Calidad de vida de la poblacion	Observación directa	PDYOT Cayambe 2015-2020
		Tradiciones	Cualitativa	
		Nuevos estilos	Bibliográfica	PDYOT Cayambe 2020-2025

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN	FUENTE DE INFORMACIÓN
en el cantón Cayambe, Pichincha, Ecuador.		de vida	Documental	INEC
Validar el proyecto de emprendimiento para la creación de un centro de capacitación en línea para emprendedores en el cantón Cayambe, Pichincha, Ecuador	Tecnológico	Innovación tecnológica Tecnología utilizada en el mundo Tecnología utilizada en el país Tecnología utilizada en el Cantón	Bibliográfica	Sitios web BBC Noticias Microsoft

Elaborado por: Los Autores.

Fuente: propia

1.8. Elementos para la puesta en marcha de la idea de negocio.

1.8.1. Situación del macro ambiente

1.8.1.1. Político legal

Normativa legal	Artículos
Constitución de la Republica	Art. 16 núm. 2 Art. 284 núm. 6 Art. 343 Art. 347 núm. 8
Ley orgánica de emprendimiento e innovación	Art. 1 Art. 5 núm. 1 y 3
Reglamento a la ley de emprendimiento	Art. 21 ; 22
Reformas	

Elaborado por: Los Autores.

Fuente: propia

1.8.1.2. Constitución de la República del Ecuador

Es la norma suprema que está sometida toda la legislación ecuatoriana en donde se fundamentan los derechos y obligaciones de los ciudadanos, dentro de los artículos 16 numeral 2 establece el libre acceso a las tecnologías tanto de comunicación e información; en el artículo 284 numeral 6 se establece como política económica, impulsar en pleno empleo y valorar todas sus formas de trabajo; el artículo 343 hace referencia a la educación y progreso del aprendizaje, finalmente el artículo 347 como responsabilidad del estado ecuatoriano fortalecer la educación garantizando las modalidades de estudio (Constitución del Ecuador, 2008)

1.8.1.3. Ley orgánica de emprendimiento e innovación

Esta ley tiene por objeto establecer un marco normativo que incentive y fomente el emprendimiento, innovación y el desarrollo tecnológico, en la cual se promueve una cultura de emprendimiento, implementándose nuevas modalidades tanto societarias y de financiamiento, tal y como menciona el artículo 1, en la cual promueve una cultura de emprendimiento, implementando nuevas modalidades tanto societarias y de financiamiento, dando lugar a la activación económica de los sectores socioeconómicos bajos. De la misma manera menciona el artículo 5 numeral 1 y 3 en el cual apoya el emprendimiento mediante políticas públicas asignando los recursos necesarios para implementarlo (Ley Organica de Emprendimiento e Innovacion, 2020).

1.8.1.4. Reglamento a la Ley de Emprendimiento

Este reglamento establece normas y disposiciones para la aplicación de la Ley, Crenado condiciones de emprendimiento para crear y fomentar en el país un ecosistema de nuevos proyectos productivos e innovadores, tal y como menciona en los artículos 21 y 22 del presente reglamento, se incentiva a la ejecución de los proyectos de sin perjuicio alguno, de la misma manera se menciona la formación para el emprendimiento en ámbitos técnicos y teóricos” (Ley de Emprendimiento Reglamento, 2020).

1.8.1.5. Reforma SAS

“Es una reforma a la Ley de Compañías en la que se incluye la Sociedad por Acciones Simplificada (SAS). Se trata de una manera más simplificada para la realización de trámites para los emprendedores, la cual no tiene costo alguno, impulsando y dinamizando el emprendimiento en el país” (Enríquez , 2020).

1.8.2. Socio cultural

1.8.2.1. Población

La población aproximada del cantón Cayambe es de alrededor 85.795 personas según el CENSO 2010, de los cuales según el nivel de instrucción alrededor de 33.957 han culminado con la primaria. Alrededor de 12 255 personas han culminado el bachillerato y 3203 tienen estudios superiores por lo que se determina que la población de Cayambe cuenta con un nivel de educación básico.

La población de Cayambe según los datos estadísticos recopilados según grupos ocupacionales alrededor de 10.136 personas posee trabajos no calificados, 6760 personas trabajan en la agricultura seguido de operadores de máquinas con un promedio de 5794 personas.

1.8.2.2. Calidad de vida de la población

La calidad de vida la población cayambeña en gran parte el abastecimiento de agua la obtienen mediante red pública, de red de alcantarillado, poseen servicios eléctricos, como el uso de gas como combustible para la cocina. Alrededor de 10641 personas poseen vivienda propia y 4301 personas la arriendan por último la red de servicio telefónico no está disponible en su mayoría de población.

1.8.2.3. Tradiciones

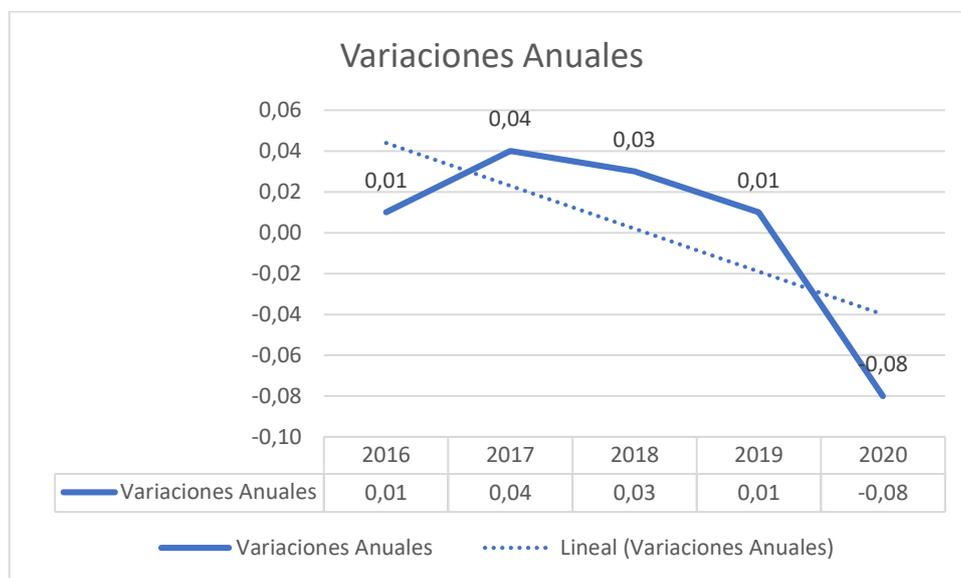
Una de las principales festividades que se celebra en el cantón Cayambe, son las fiestas de San Pedro, la cuales fueron nombradas patrimonio inmaterial nacional, es reconocida por su valor tradicional y de expresión oral. Ya que las coplas y vestimentas coloridas ofrecen alegría en ciertas fechas, es más, en 1995 Cayambe fue catalogado patrimonio cultural por el instituto nacional de patrimonio cultural.

1.8.3. Económico

1.8.3.1. PIB

El Producto interno Bruto es un indicador económico que permite analizar valores monetarios de un país, en un periodo de tiempo determinado. Mediante la tasa de variación del PIB se puede observar y analizar los incrementos y decrementos de la economía en un periodo determinado, por lo general estos periodos están establecidos por trimestres. A continuación, se presenta un análisis comparativo del periodo 2016 -2020

Gráfico 1 Variaciones Anuales



Elaborado por: Los Autores.

Fuente: BCE

Se puede observar en el siguiente gráfico que los 4 trimestres del año 2016 mantuvieron una variación del 0,8% de crecimiento constante a comparación del año anterior. Llegando al final del trimestre 2017 obteniendo una variación del 2,8%, como resultado de la estabilidad en el precio del petróleo y una notable liquidez en el mercado a nivel internacional.

Para el año siguiente la economía del país bajó en su rendimiento en 1,1% en el primer trimestre, para el último trimestre del 2018 terminó con una variación del 0,0% como consecuencia de una fuerte contracción económica que sufrió el país por bajos precios del petróleo, aumentando así el riesgo país en alrededor de 200 puntos desde el mes de marzo de 2018, manteniendo esa variación hasta el término del periodo.

De la misma manera para el año 2019 el PIB ecuatoriano continua con una constante disminución terminando el periodo con una variación de -1,4%, como consecuencia de la paralización de industrias por causa de las manifestaciones en el mes de octubre de ese mismo año, se puede mencionar que para el año siguiente el PIB se mantendrá la misma variación.

Finalmente, para el segundo trimestre del año 2020 el PIB ecuatoriano sufre un gran decremento con una variación del 12,8% en comparación del año anterior. Realizando un análisis comparativo se puede mencionar que esta variación se identifica con la variación del año 2000, en donde se suscitó el llamado feriado bancario. El motivo de esta fuerte recesión económica se da por motivos de la pandemia Covid-19.

Como resultado, el PIB ecuatoriano tiene una tendencia a la baja, debido a esto se convierte en un riesgo para la ejecución de proyectos, dado que los emprendedores al no contar con suficiente circulante optan por solo adquirir productos necesarios y dejan de lado el consumo de otros servicios.

1.8.3.2. PIB Industria

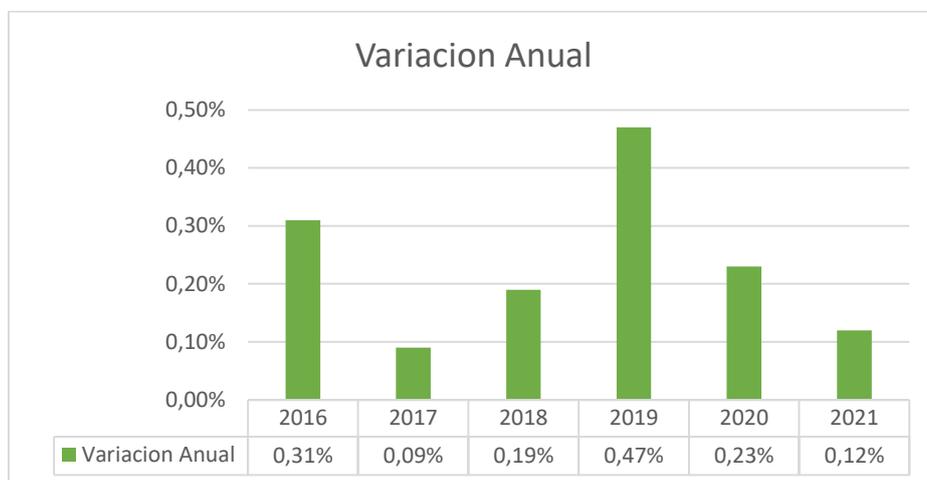
El PIB por industria en el año 2016, la actividad económica de Enseñanza y Servicios Sociales y de Salud, mostró un crecimiento anual de 6.2%. Cabe señalar que esta actividad económica, incluye los servicios de enseñanza y salud tanto de la parte pública como la parte privada, teniendo una participación de 5.8% en el PIB total (Banco Central del Ecuador, 2017).

1.8.3.3. Inflación

La inflación es un aumento generalizado y continuo en el nivel general de precios de los bienes y servicios de la economía. La inflación usualmente se calcula como la variación porcentual del Índice de Precios al Consumidor (IPC), que mide los precios promedio de los principales artículos de consumo (Gutierrez Andrade & Zurita Moreno, 2006).

Este índice es un promedio de bienes y servicios de consumo en la economía nacional en sus hogares en un periodo determinado de tiempo, esta variación se la conoce como inflación.

Gráfico 2 Variación anual



Fuente: INEC

Elaborado: Los Autores.

Según datos del Banco central del Ecuador, hace referencia a la inflación en los últimos 5 años tiene una tendencia decreciente, debido a que la economía ecuatoriana tuvo una contracción debido a los bajos precios del petróleo, la población demanda menos bienes debido al incremento del desempleo y aumento de precios en los bienes que ellos adquieren y optan por adquirir solo lo necesario.

Para el año 2016, el índice de inflación cayó en un 0.31%, a consecuencia de la caída del precio del barril del petróleo. Mientras que para el siguiente año mantuvo una inflación negativa en un -0,9%, en relación al año 2018 y 2019 se puede evidenciar un incremento en la variación de 0.28% entre los dos años.

Cabe mencionar que las empresas al tener bajas en sus ventas optan por bajar los precios de sus bienes o servicios, para si poder tener mayor demanda y por ende incremento en sus ingresos.

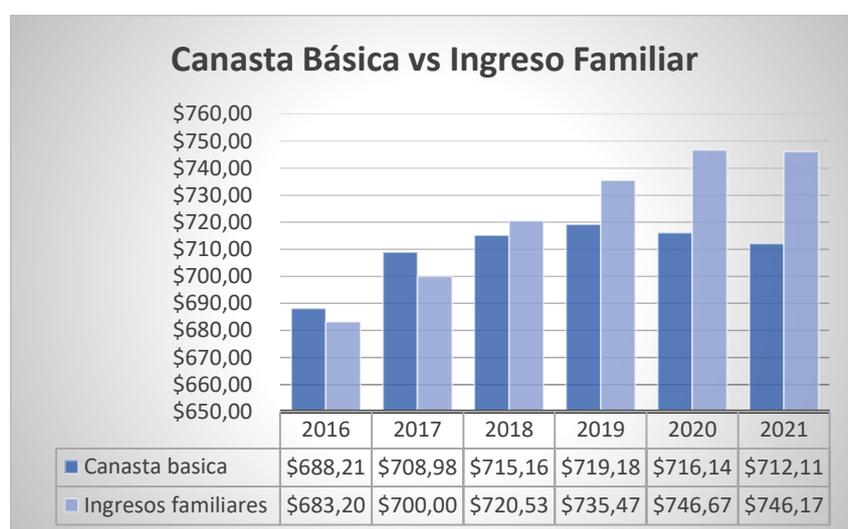
Por otro lado, en el año 2020 se registra una variación negativa de 0,24% debido a la pandemia de Covid -19 en el mundo, el transporte es el sector más afectado con 0,27 en la caída de los precios, seguido está la educación, con un 0,21%.

En resumen, se puede decir que el índice de inflación mensual para el mes de abril 2021 es de 0.35, teniendo como una variación anual de -1.47%, resultando una considerable baja en los puntos de inflación.

La canasta básica es un conjunto de 75 productos (bienes y servicios) imprescindibles para satisfacer las necesidades básicas del hogar prototipo. Este hogar, según los parámetros del INEC, está compuesto por cuatro miembros, de los cuales 1,6 personas ganan el salario básico, que es de USD 400 (INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS Y CENSOS, 2021).

A continuación, se realiza un análisis comparativo en el cual se indica la variación anual durante los últimos 5 años en el aspecto de canasta familiar e ingresos familiares.

Ilustración 1 Canasta vs. Ingreso Familiar



Elaborado por: Los Autores.

Fuente: INEC – BCE

En el siguiente grafico se puede observar que entre los años 2016 y 2017 en costo de la canasta básica vs los ingresos familiares se incrementa considerablemente debido a factores como el terremoto de abril y la subida del IVA en 2 puntos, dando como consecuencia una dificultada al momento de satisfacer todas las necesidades básicas dentro de una familia ecuatoriana. De igual manera para los años 2018 y 2019 se pude observar un ligero incremento en los ingresos familiares y de la misma manera el costo de la canasta familiar continuando así con gran dificultad cubrir las necesidades.

Finalmente, para los años 2020 y el segundo trimestre del 2021 se pude observar incremento mínimo a los ingresos familiares e del costo de la n relación a la canasta básica

familiar, cabe recalcar que en el primer trimestre del año 2020 hubo una recesión económica por la emergencia sanitaria Covid-19, la cual los precios de los enseres alimenticios incrementaron mientras que los ingresos familiares no tuvieron variación alguna.

1.8.3.4. Empleo y desempleo

1.8.3.4.1. Empleo

“La ENEMDU constituye la fuente oficial de los indicadores de mercado laboral del país. El marco conceptual y metodológico sigue recomendaciones internacionales de la (OIT) Organización Internacional del Trabajo” (INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS Y CENSOS , 2021).

En el cantón Cayambe, desde el año 2010, la mayoría de la población está en edad de trabajar (PET)⁴¹, esto es 66 096 habitantes o el 77% de la población total. De este grupo la población económicamente activa (PEA) alcanza al 59,58% equivalente a 39380 habitantes, siendo complementariamente el 40,42% o 26 716 personas forman la población económicamente inactiva (PEI) (Cayambe P. G., 2015).

1.8.3.4.2. Desempleo

La relación entre la PEA y la población ocupada permite inferir el indicador de desocupación, cuyo mayor porcentaje se presenta en la cabecera cantonal de Cayambe (incluido Ayora) con 3,71%, seguido por el 2,59% en la parroquia de Ascázubi, 1,98% para Otón, 1,64 en Olmedo, 1,63% corresponde a Cusubamba y 1,92% en Cangahua (PDYOT Cayambe, 2015).

Según datos de INEC, muestran la siguiente información:

Tabla 3 Indicadores

Indicadores Nacionales PEA	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Tasa de participación	67.3	68.9	68.1	67.8	64.3	65.5
Tasa de empleo adecuado	45.9	40.4	41.1	37.9	30.8	32.6
Tasa de Subempleo	20.5	20.5	18.3	37.2	22.7	23.3
Tasa de desempleo	5.3	4.1	4.4	4.9	5.0	5.6

Elaborado por: Los Autores.

Fuente: INEC

En la siguiente tabla se puede observar que la tasa de empleo adecuado entre los años 2016 al 2021 tiene una fuerte disminución todo esto debido a diversos factores, con la caída del precio de petróleo, la reducción del gasto público, terremoto año 2016 y en el año 2020 la economía ecuatoriana sufrió una fuerte recesión debido a la pandemia Covid-19, en la cual se realizaron despidos masivos en la mayoría de empresas, reducción de la jornada laboral, trayendo como consecuencia en el año 2021 un porcentaje mayor en la tasa de subempleo y desempleo con 23.3% y 5.6 % respectivamente.

1.9. Tecnológico

1.9.1. Innovaciones tecnológicas

El desarrollo tecnológico en lo que se refiere a educación se viene dando por la creciente vinculación entre la demanda del mercado y la nueva oferta en educación.

Siguiendo esta línea, la innovación pedagógica supone la ruptura significativa de los modelos tradicionales de educación con nuevas metodologías, en las cuales la tecnología ocupa un lugar de mayor importancia.

En este punto radica la importancia de las nuevas tecnologías, porque es en la forma de hacer, la forma de aprender y la forma de enseñar, en donde éstas se integran como soporte de la metodología pedagógica innovadora (Chiappe & Guido, 2020).

No obstante, estos desarrollos innovadores, si bien pueden ser promovidos desde los niveles centrales de una institución, sólo llegan a concretarse si existe un interés colectivo que lleve adelante procesos de planificación y evaluación de experiencias apoyándose sobre la estructura organizativa de las universidades (Chiappe M. V., 2009).

Este desarrollo innovador, si bien ha sido promovido por autoridades de instituciones, solo se llega a concretar si existe un interés colectivo por todos los involucrados es decir es necesario aprender, planificar y evaluar este modelo de educación para su eficiencia en el sistema educativo.

1.9.1.1. Tecnología utilizada en el mundo

La educación a nivel mundial está globalizada sobre todo en países como Finlandia, Dinamarca, Suecia, Letonia, Lituania y Noruega las cuales según BBC noticias afirma que estos países pusieron a disposición de la comunidad internacional las plataformas de enseñanza digital en las cuales han impartido clases a los estudiantes de estos países, los cuales son considerados en excelencia educativa.

1.9.1.2. Tecnología utilizada en el país

En el país, se han implementado plataformas de estudio como son zoom para la mayoría de unidades educativas públicas del Ecuador, mientras que en las universidades se han adoptado plataformas de como Microsoft 365, Office, Outlook, Microsoft Teams. OneDrive.

1.9.1.3. Tecnología utilizada en el cantón

En la actualidad se ha implementado puntos de wifi en zonas concurridas como parques, info-centros los cuales promueven el uso de las Tics en el cantón Cayambe.

1.9.2. Situación competitiva de la industria

Con el propósito de impulsar la capacitación de calidad, la Secretaría Técnica del Sistema Nacional de Cualificaciones Profesionales (Setec) cumple con el proceso de Calificación a las instituciones que brindan el servicio de capacitación y de esa manera potenciar el desarrollo del talento humano del país.

Al momento la Setec cuenta con 235 instituciones calificadas, las mismas que garantizan que a través de estos procesos cumplan con altos estándares en los servicios ofertados. La Setec asegura la calidad con el seguimiento constante a los operadores y organismos, esto brinda a la ciudadanía la seguridad de tener una institución velando porque su derecho constitucional de acceso a la educación de calidad sea garantizado (SETEC, 2019).

En el cantón Cayambe existen 3 centros de capacitación avalados por la Setec los cuales son el Centro de formación profesional “Nikola Tesla” el cual ofrece servicios de mantenimiento de vehículos automotores, el Instituto Superior Tecnológico Nelson Torres el cual capacita en áreas de administración, legislación, comunicación, artes gráficas, tecnología de la información y comunicación además la fundación Tainate Huasi son capacitadores en temas de electricidad, mecánica automotriz, mecánica industrial, minería, tecnología de la información, comunicación y electrónica. (Ochoa , Correa , & Atehortúa Rizo, 2017)

1.9.2.1. Análisis de PORTER

El centro de capacitación en línea está destinado la población emprendedora a la cual se ofrece los servicios que ofrece solución a los problemas en relación a la gestión empresarial, ventas u estructura organizacional.

Los proveedores en este caso serán los capacitadores especializados en temas significativos para los emprendedores.

Como limitaciones se tiene el ingreso a internet es decir dificultades técnicas, no poseer oficinas presenciales. Otras amenazas son los productos sustitutivos es decir charlas o videos que se observa en el internet es decir auto educarse por parte de los emprendedores.

Como posible competencia están las multinacionales, ofreciendo el mismo servicio, pero a un menor costo.

Los competidores en el sector educativo son las capacitaciones que ofrecen los demás centros de capacitación, pero el punto a favor que se tiene es que ellos ofrecen servicios de capacitación que no están guiados a los emprendedores es decir están destinados para educación automovilística y administración.

1.10. FODA / AOOR

Tabla 4 Matriz AOOR

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> -Secretaría Técnica del Sistema Nacional de Cualificaciones Profesionales (SETEC) -Normativa legal que ampara a los emprendimientos -Ministerio de Educación -La Constitución que ampara a la educación, soberanía económica y emprendimientos. -La reforma SAS, ya que se simplifican las gestiones para el establecimiento del emprendimiento. - GAD de Cayambe 	<ul style="list-style-type: none"> - Cambios en los artículos de la LORTI en el cual cambian la tasa de contribución de las empresas -Resoluciones SRI -Limitado financiamiento para los emprendimientos -Limitado capital semilla -Instituto Nelson Torres -Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP) -Centro de Capacitación Nicola Tesla -Grupo Grijalva
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> -Cambio en la modalidad de estudio -Introducción a la educación virtual -Certificaciones Acreditada por el SETEC - Diseño de nuevas plataformas para facilitar la educación 	<ul style="list-style-type: none"> -Competencia por parte de otros centros de capacitación. -No existe una cultura de capacitación constante. -Surgimiento de nuevos centros de capacitación.

Elaborado por: Los Autores.

Fuente: Propia

1.11. Conclusión Diagnóstica

La población cayambeña en relación a la educación no está a la vanguardia ya que no se ha llevado a la práctica el uso de las TIC para el avance en el proceso educativo, pero con la llegada de la pandemia por COVID-19 se ha obligado a usar plataformas digitales para la educación en especial en escuelas, colegios e institutos superiores.

Según los datos recopilados en la encuesta, la población cayambeña posee un nivel de estudio de bachillerato, ya que por dificultades económicas no existe la posibilidad de tener estudios superiores, por ende, se pretende capacitar a la población y así poder mejorar su nivel socio económico, dado que la mayoría de la población emprendedora de Cayambe requiere de este servicio para continuar con sus negocios por la limitada accesibilidad a la educación online.

Para concluir, en el cantón Cayambe en base a una investigación bibliográfica se pudo constatar que existen centros de capacitación de otras ramas distintas a las de educación los cuales no facilitan el desarrollo de nuevas técnicas o formas de estudios a la población.

CAPÍTULO II

2.1. Introducción

2.2. Objetivo

Fundamentar teórica y metodológicamente el proyecto de emprendimiento para la creación de un centro de capacitación en línea para emprendedores en el cantón Cayambe, Pichincha, Ecuador.

2.3. Fundamentación metodológica

En el presente capítulo tiene como objeto fundamentar los conocimientos, encargándose de elaborar, definir y sistematizar las técnicas métodos y procedimientos que se deben desarrollar en el proyecto de emprendimiento, para lo cual es importante establecer una metodología en el cual se establezca un método ya sea cuantitativo, cualitativo o mixto, por otra parte, se dispone de varias opciones de técnicas e instrumentos de investigación para obtener información más específica, pasando a analizar los datos más relevantes, para al final conseguir deducciones confiables que permitan dar a conocer de manera más sistemática el proceso del cual se está llevando el estudio.

2.3.1. Tipo de investigación

Para el desarrollo del presente estudio se establecerá una investigación cualitativa en el cual:

La investigación cualitativa hace referencias a caracteres, atributos o facultades no cuantificables que pueden describir, comprender o explicar los fenómenos sociales o acciones de un grupo o del ser humano (ISSUU, 2018).

Se define como una metodología de carácter cualitativo, muestra que lo esencial en su concepción e implementación es la posibilidad de analizar la conveniencia de las teorías, métodos y técnicas” (Hernández, 2012).

En base a lo citado se puede mencionar que de este tipo de investigación se podrán analizar variables para determinar si el proyecto para la creación de un centro de capacitación online en el cantón Cayambe es viable.

2.3.2. Método de investigación

Para el desarrollo del presente proyecto se puede referir que se manejarán los siguientes métodos de investigación: deductivo, inductivo y analítico.

2.3.2.1. Deductivo

“Es el razonamiento que, partiendo de casos particulares, se eleva a conocimientos generales. Este método permite la formación de hipótesis, investigación de leyes científicas, y las demostraciones. La inducción puede ser completa o incompleta” (Valdes, 2019).

Este método será aplicado en el desarrollo del proyecto para el procesamiento de datos después de la aplicación de encuestas y observaciones en el cantón Cayambe, de igual manera se analizará el escenario actual de los centros de capacitación online existentes en el cantón, y los diferentes servicios que ofrece.

2.3.2.2. Inductivo

“Fundamentalmente consiste en estudiar u observar hechos o experiencias particulares con el de llegar a conclusiones que puedan inducir, o permitir derivar de ello los fundamentos de una teoría” (Prieto , 2018).

Mediante la utilización del presente método se observará principalmente a los emprendedores que requieren una capacitación, a cuál de los servicios de capacitación accederían y cuál es el servicio de capacitación que ellos necesitan de manera continua y enfatizada.

2.3.2.3. Analítico – sintético

“Este método implica el análisis y la síntesis, es decir la separación de un todo en sus partes o en sus elementos constitutivos, y la segunda implicando la unión de elementos para formar un todo” (Cuaical , 2015).

Este método será utilizado en la elaboración del presente trabajo, partiendo de la fundamentación teórica, la investigación de mercado.

2.3.2.4. Tipo de muestreo

2.3.2.4.1. Población

“Se define como población, a un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de investigación” (Urbe, 2020).

Para el desarrollo del presente trabajo se tomará como población al conjunto de emprendedores que existen en el cantón Cayambe, como lo son las panaderías, mini Marquet y tiendas de ropa.

Entonces, el posible mercado está formada por 4 elementos, los mismos que son:

Tabla 5 Distribución de la Población

N.-	Segmento de mercado	Cantidad
1	Minimarket	25
2	Panaderías	46
3	Tiendas de ropa	256
4	Población de Cayambe entre 18 a 50 años	64.596

Fuente: propia

Elaborado por: Los Autores.

Para determinar la población de estudio se considera una variación anual, para proyectar la población del año 2020, en base al porcentaje del segmento de mercado al que se tiene por objetivo determinando así la población de estudio.

Tabla 6 Población a estudiar

Detalle	Cantidad
Población 2010	85.795
Población estimada 2019	105.781
Variación anual	2.33%
Población estimada 2020	107.660
Porcentaje del segmento de mercado (Población de 18 a 50 años)	60%
Población a estudiar	64.596

Fuente: INEC; PDyOT Cayambe2015-2025

Elaborado por: Los Autores.

Para el cálculo de la población a estudiar se tomó los datos obtenidos en el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos de la población 2010 y del PDyOT 2015 -2025 se tomó la población estimada 2019, este valor fue multiplicado por la variación anual 2.33% del tomado del INEC, dando como resultado la población estimada 2020. A este valor se multiplico el porcentaje de segmento de mercado a estudiar, dando como resultado 64956 de población a estudiar.

2.3.3. Selección de la muestra

2.3.3.1. Muestreo

Proceso seguido de la extracción de la muestra. Este se realiza una vez que se ha establecido un marco muestral representativo de la población, luego se procede a la elección de los elementos de la muestra. (Peliza , 2010)

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

Fuente: Escuela Politécnica Nacional -Tesis

Elaborado por: Los Autores.

La población Cayambeña, según el Censo de Población y Vivienda proyectada para el año 2021, alcanza un total de 107.660 habitantes. El rango de 18 a 50 años se encuentran 64.596 personas, que constituyen el 60% del total del poblado del cantón Cayambe.

Tabla 7 Cálculo de la muestra

Cálculo de la muestra		
Parámetro	Valor	Significado
N	64596	Tamaño de la Población o Universo
Z	1,96	Parámetro estadístico que depende de N
P	50%	Probabilidad que ocurra un evento
Q	50%	Probabilidad de que no ocurra
E	3%	Error de estimación máximo aceptado
N	X	Tamaño de la muestra buscado

Fuente: Universo Fórmulas

Elaborado por: Los Autores.

2.3.3.2. Muestra por cuotas

Este tipo de muestreo no probabilístico es utilizado en estudios de mercado y de opinión pública. Consiste en la administración de un cuestionario y lo hacen llenando cuotas de acuerdo a la proporción de ciertas variables demográficas en la población (Scharager & Reyes, 2020).

En base a lo citado anteriormente se puede decir que el tipo de muestreo se selecciona al grupo de la población de estudio es decir una muestra que represente a lo que el investigador requiera según sus necesidades para la determinación de sus resultados.

$$ni = n \frac{Ni}{N}$$

Fuente: Universo Fórmulas
Elaborado por: Los Autores.

Tabla 8 Variables

Variables	Significado
N	Universidad o población total
N_i	Población del estrato
n_i	Cantidad de la muestra del estrato
n	Cantidad de la muestra total

Elaborado por: Los Autores.

Fuente: Propia

En este caso se usa la clasificación por edades para el muestreo por cuotas ya que se pretende determinar en qué rango de edad están dispuestos en adquirir los servicios de capacitación online en el cantón Cayambe.

2.3.3.3. No probabilístico

En este tipo de muestreo, denominado también muestreo de modelos, las muestras no son representativas por el tipo de selección, son informales o arbitrarias y se basan en supuestos generales sobre la distribución de las variables en la población (Lastra, 2000).

El muestreo no probabilístico es una técnica de muestreo donde las muestras se recogen en un proceso que no brinda a todos los individuos de la población iguales oportunidades de ser seleccionados (García González, 2017).

Según lo citado anteriormente se puede decir que el muestreo no probabilístico no conoce la probabilidad que tienen los elementos que se va a llevar a cabo en el estudio al momento de ser seleccionados, es decir es la muestra que se tiene para realizar la investigación en un periodo determinado de tiempo.

2.3.4. Técnicas e instrumentos

2.3.4.1. Encuesta

La encuesta se considera en primera instancia como una técnica de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida (Lopez Roldan & Fachelli, 2015).

Se conoce como una herramienta de recaudación de información que consiste en obtener resultados relevantes del personal encuestado mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de una información en específico.

2.3.4.2. Observación

Según (Urbe, Urbe, 2020) “es una técnica de investigación en donde el investigador utiliza procedimientos para presenciar directamente el fenómeno que se estudia, sin actuar sobre él, esto es, sin modificarlo o realizar cualquier tipo de operación que permita manipular.

Esta técnica de investigación permita al proyecto de emprendimiento adentrarse en la realidad que vive la población cayambeña en el desarrollo del proyecto, con el propósito de conocer los movimientos que se ejecutan normalmente.

2.4. Fundamentación de la propuesta

2.4.1. Términos generales

2.4.1.1. Capacitación micro empresarial

Servicio de formación que se brinda a jóvenes y comerciantes emprendedores, con el propósito de dotarles de destrezas y habilidades en administración, finanzas, mercadeo y producción.

2.4.1.2. Capacitación

“Es un término introducido mucho más recientemente en el lenguaje educativo, y suele designar la adquisición de conocimientos y técnicas necesarios para ejercer una profesión o actividad determinada. (Sarramona, 2011)

La institución forma parte del proceso, por cuanto incide sobre la forma organizada de adquirir conocimientos y técnicas

El proceso de capacitación consiste en el desarrollo de conocimientos y habilidades en un área específica, para que puedan ser aplicados en el ámbito laboral. Para el efecto, el SECAP ha diseñado diferentes programas curriculares, que constan de uno o varios módulos, en los que el estudiante aprenderá a realizar actividades explícitas desde lo más básico o reforzará el conocimiento adquirido con anterioridad (Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional, 2019).

2.4.1.3. Tipos de capacitación

Hay varias metodologías que permiten desarrollar capacidades de aprendizaje, ejemplo:

Virtual con Tutor: En estas capacitaciones el estudiante es acompañado por un profesional capacitado el cual guiara al estudiante mediante una interactividad tutor estudiante.

Virtual sin Tutor: el estudiante maneja recursos digitales y didácticos los cuales son una guía para el desarrollo de sus actividades.

Presencial: Son las capacitaciones tradicionales, en el cual el instructor, se reúne con el grupo de estudiantes, en un salón de clases físico, para desarrollar las actividades.

In company: Son capacitaciones que se dan en las distintas empresas de forma interna. Los planes de capacitación, pueden ser adaptados a las características y necesidades del usuario.

2.4.1.4. Emprendedor

Persona que desarrolla alguna actividad mercantil y que es innovador, un gran estratega, creador de nuevos métodos para penetrar o desarrollar nuevos mercados; tiene personalidad creativa, siempre desafiando lo desconocido, transformando posibilidades en oportunidades (Yepez & Abudeye, 2011).

Según la definición citada anteriormente, se puede decir que un emprendedor es una persona que tiene iniciativa y se convierte en el creador de su propio negocio, de ese modo asume una serie de riesgos todo esto en beneficio en común o participado.

2.4.1.5. Características de un emprendedor

“a) Creatividad e Innovación: Los emprendedores no solo se encargan de generar ideas, sino también de hacerlas realidad, sin acción no hay emprendimiento.

b) Autoconfianza en las capacidades: Seguridad en lo que pueden hacer y enfrentar, no tienen dificultad en realizar un nuevo proyecto, no les temen a los riesgos.

c) Arriesgados en sus propuestas y acciones: Sus proyectos por lo general necesitan la inversión de tiempo y dinero en entornos donde existe un cierto grado de incertidumbre.

d) Olfato para las oportunidades: Tienen un alto nivel de observación e investigación, lo cual facilita encontrar nueva información relacionada con el negocio abriendo grandes oportunidades que el resto no ve.

- e) Calidad y eficiencia: Tienen el conocimiento de que las tareas tanto internas como externas de la empresa deben ser realizadas eficientemente y en poco tiempo, por lo tanto, están en la capacidad de prescindir procesos innecesarios.
- f) Puntualidad y compromiso: Cumplen con las fechas y horas acordadas con clientes o proveedores en las diferentes actividades de la empresa ya sea internas o externas.
- g) Planificación: Para evitar caer en la improvisación, los proyectos que tienden a realizarse basados en la planificación son los que perduran en el futuro.
- h) Evaluación en función de objetivos: Evaluar el desempeño y rendimiento de la empresa y de sus empleados asegura el cumplimiento de los resultados planteados en un inicio.
- i) Trabajo en equipo: La generación de redes de apoyo interna como externamente permiten prevalecer el trabajo el carácter individual” (Sanchez, 2009).

2.4.1.6. Emprendimiento

Hace referencia a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo; también es utilizado para referirse a un ciudadano que empieza nuevos proyectos y que en la actualidad es aplicado también a empresarios que innovan o agregan valor a un producto o proceso ya existente (Ullauri, 2014).

Según la definición mencionada anteriormente se puede decir que un emprendimiento, es cualquier actividad que una persona realice con la finalidad de obtener o no ganancias económicas, contribuyendo así al desarrollo económico del país.

2.4.1.7. Plan de negocios

Según un plan de negocios se define como un instrumento clave y fundamental para el éxito, en la cual consiste en una serie de actividades relacionadas entre sí para en comienzo o desarrollo de la empresa, así como la guía que facilita la creación o el crecimiento de una empresa (Fleitman, 2021).

En base a la citado anteriormente, se puede decir que un plan de negocios consiste en la determinación de metas y objetivos que mantiene una empresa, esto puede ser determinado en un tiempo determinado ya sea a corto o largo plazo.

2.4.1.8. Educación online

La educación online es una manera diferente de adquirir conocimientos en la actualidad ya que se usa la tecnología para adquirir información de forma remota, así eliminando las barreras del tiempo como de lugar. Haciendo hincapié al desarrollo en el proceso de pedagógico mediante el uso del internet. Es decir, es un plan educativo en donde los docentes y estudiantes pueden interactuar a través de plataformas, canales y paginas online.

Además, Se apoya en las TIC's, ya que hace uso de las nuevas tecnologías e internet para proporcionar ambientes aptos para la calidad educativa. Es importante tener en cuenta que la educación online se da debido a la dificultad de espacio tiempo en el cual los interesados en el curso no pueden trasladarse a un centro de formación físico.

2.4.1.9. Tics

De acuerdo con las Tecnologías de Información y Comunicación (TICs) contemplan al conjunto de herramientas relacionadas con la transmisión, procesamiento y almacenamiento digitalizado de la información, como al conjunto de procesos y productos derivados de las nuevas herramientas (hardware y software), en su utilización en la enseñanza. (Luna, 2020)

Según el párrafo citado anteriormente se puede decir que las TICs son herramientas que son fáciles de administración e intercambio de información, utilizado para el desarrollo a través de elementos tecnológicos como lo son el teléfono, celular, redes, etc. De igual manera se puede mencionar que conforme transcurre el tiempo este tipo de recurso son más utilizados, transformando día a día la era tecnológica.

2.4.2. Términos específicos

2.4.2.1. Administración

La administración es una de las actividades humanas más importantes, encargada de organizar y dirigir el trabajo individual y colectivo efectivo en términos de objetivos. A medida que la sociedad, empezó a depender crecientemente del esfuerzo grupal y que muchos grupos organizados tienden a crecer, la tarea de los administradores se hace muchos más importante, motivo que nos lleva a realizar un estudio de la asignatura de administración general (Perspectivas, 2007).

En el centro de capacitación para emprendedores, se administrarán los recursos de tal manera que sean utilizados de una forma eficaz, mismo que será útil para cumplir los objetivos propuestos y de la misma manera brindar un servicio de calidad.

2.4.2.2. Plan de Negocios

Un plan de negocios es un documento escrito de manera sencilla y precisa, el cual es el resultado de una planificación. Este documento muestra los objetivos que se quieren obtener y las actividades que se desarrollarán para lograr dichos objetivos (Valencia & Pinto , 2013).

Para el desarrollo del plan de negocios se debe considerar 3 factores relevantes con los son: el estudio de mercado, estudio financiero y el estudio técnico.

2.4.2.3. Estudio de mercado

Es el proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de ayudar a los responsables de marketing a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing en una situación de mercado específica (Thomson, Promonegocios, 2019).

Según el párrafo citado el estudio de mercado permite y facilita la obtención de datos, el cual permite determinar los resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas investigativas, y así obtener la aceptación o no aceptación del servicio dentro del mercado.

2.4.2.4. Estudio técnico

Permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes y servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Nos permite identificar los equipos necesarios para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita (Cabrera, 2016).

Una vez determinado el estudio de mercado se procede con el estudio técnico del proyecto, el mismo que tiene como finalidad proveer unos resultados cuantificables, el valor de las inversiones y los costos de operación oportunos a esta área.

2.4.2.5. Modelo de negocio

Es una descripción del valor que una empresa ofrece a uno o varios segmentos de clientes y de la arquitectura de la empresa y su red de socios para la creación, comercialización y entrega de ese valor y el capital relacionado, para generar flujos de ingresos rentables y sostenibles (Martinez E. , 2014).

Este emprendimiento se fundamenta en la capacitación sobre temas como marketing, administración, contabilidad, en este caso, un modelo de negocio exitoso es Freemium el cual consiste en brindarle a los clientes las primeras clases de manera gratuita, para luego ofrecer capacitaciones pagadas.

Freemium es un modelo de negocio cuyo nombre proviene de la fusión de dos palabras en inglés “Free” y “Premium”, este sistema consiste en que una empresa otorgue a los usuarios un servicio completamente funcional de manera gratuita, además de ofrecer una opción en la que el usuario siempre pueda adquirir mayores beneficios, es decir, adquirir una licencia Premium la cual le permitirá obtener herramientas avanzadas y otros beneficios del mismo software en relación a la versión gratuita. (QuestionPro, 2021)

2.4.2.6. Gestión empresarial

“Es el proceso estratégico, administrativo y de control frente al manejo de los recursos de la empresa para aumentar su productividad, competitividad, efectividad y eficiencia” (Empresarial, Gestion, 2019).

“La gestión empresarial, también conocida como ingeniería de gestión empresarial, se diferencia de la administración de empresas al combinar tanto la gestión estratégica como la aplicación de la tecnología e innovación” (Empresarial, Gestion, 2019).

Las funciones principales que la integran son: planificación, organización, dirección, conducción liderazgo y control. Esta se orienta y se mide a través de herramientas e indicadores de gran valor para su progreso. Con una adecuada gestión la empresa tendrá excelentes resultados y nuevas metas (Empresarial, Gestion, 2019).

2.4.2.7. Marketing

El marketing es un sistema total de actividades que incluye un conjunto de procesos mediante los cuales, se identifican las necesidades o deseos de los

consumidores o clientes para luego satisfacerlos de la mejor manera posible al promover el intercambio de productos y/o servicios de valor con ellos, a cambio de una utilidad o beneficio para la empresa u organización. (Thomson, Marketing Free, 2019)

Según (Martinez & Jiménez , 2010), el objetivo del marketing de conocer las motivaciones humanas que mueven a comprar, es la permanente evolución a estudiar. Las sociedades evolucionan continuamente y esto depara escenarios distintos que invalidan cualquier modelo o plan de marketing con pretensiones de desafiar al tiempo con sus apreciaciones sobre la realidad circundante.

2.4.2.8. Asesoría legal

La asesoría consiste en orientar, aconsejar, sugerir acciones de carácter específico al elemento que dirige la organización. Los asesores actúan como consejeros de los directivos y del personal subordinado y en virtud de ello, no tienen autoridad directa sobre ningún miembro de los departamentos en los que hacen sus investigaciones (Agulló López, 2017).

De igual manera manifiesta:

“Una asesoría es aquella empresa cuya actividad consiste en la prestación a terceros de servicios de asesoramiento, especializados y sustentados en la capacidad, experiencia y conocimientos de los profesionales que la integran” (Agulló López, 2017)

Pues la asesoría legal empresarial tiene como objetivo brindar asesoría en conocimientos profundos de las leyes tributarias, la contabilidad, las finanzas.

2.4.2.9. Canal de distribución

Los canales de distribución se definen como el conjunto de intermediarios que cada empresa escoge para la distribución más completa, eficiente y económica de sus productos o servicios, de manera que el consumidor pueda adquirirlos con el menor esfuerzo posible. La mayor parte de los productores utilizan intermediarios para llevar sus productos al mercado y tratar de organizar un canal de distribución. (Cardena & Victoria , 2011)

El servicio que se ofrecerá, por ser una capacitación en línea tiene una relación automatizada, en el cual se captará a los clientes tratando de fidelizarlos, estimulando las ganancias en sus ventas.

Se mantendrá una comunicación con nuestros clientes con una categoría de Autoservicio y de Comunidades, en donde cada segmento de mercado será atendido en base a la necesidad que requieran, manteniendo el feedback en cada servicio brindado.

Para este caso se pondrá a disposición los servicios digitales tales como las redes sociales y así darnos a conocer

La distribución se realizará por vía online con una categoría de asistencia personal en donde se interactúa con los clientes y se pone en conocimiento todo lo que el cliente necesita y que estamos dispuestos a ofrecer.

CAPÍTULO III

Propuesta

3.1 Introducción

En el presente capítulo se presenta la propuesta con el establecimiento de los objetivos tanto el general como el de los objetivos específicos, los cuales nos permitirán direccionar en el desarrollo de proyecto en estudio, seguido del modelo de negocio que se estableció para brindar un servicio especializado a los clientes.

Por otra parte, se analizarán variables diagnósticas a través de la herramienta Canvas, en donde se describe cada uno de sus componentes con el propósito de dar a conocer el nivel de aceptación que tendrá la creación de un centro de capacitación para emprendedores en el cantón Cayambe. De igual manera se describe el tipo de muestreo y los cálculos a realizar, con la ayuda de herramientas de investigación como lo son: la encuesta, entrevista, ficha de observación, y la investigación documental.

A su vez este proyecto de emprendimiento ofrezca a sus clientes un servicio de calidad, actualizado en temas de interés que se requiera, también se identifica los diferentes indicadores que nos permiten dar a conocer la oferta, demanda, plaza, precio y promoción; de la misma manera se identifica las técnicas y las variables el cual son de mucha utilidad para el desarrollo del proyecto de emprendimiento.

3.2 Objetivos

3.2.1 Objetivo general

Diseñar un proyecto de emprendimiento para la creación de un centro de capacitación en línea para emprendedores en el cantón Cayambe.

3.2.2 Objetivos específicos

- Diseñar un modelo de negocio freemium para la implementación y desarrollo de un centro de capacitación online para emprendedores en el cantón Cayambe
- Aplicar un estudio de mercado para conocer la oferta y la demanda en el cantón Cayambe, mediante una investigación de mercados aplicando el muestreo no probabilístico.
- Realizar un estudio técnico para determinar los procesos para ofrecer un adecuado servicio y los recursos indispensables para la puesta en marcha del proyecto a desarrollarse.

- Evaluar los distintos indicadores financieros que se utilizarán en el desarrollo del centro de capacitación que a su vez nos servirá para determinar la factibilidad.

3.3 Modelo de negocio

El modelo de negocio a que se utilizará para el desarrollo del proyecto del emprendimiento será el freemium, que se trata el ofrecer al cliente la posibilidad de acceder al servicio básico de manera gratuita y proporciona una versión más completa a los clientes que decidan adquirirlo.

3.3.1 Lienzo CANVAS

Tabla 9 Lienzo CANVAS

Socios clave	Actividades clave	Propuesta de valor	Relación con los clientes	Segmento de mercado
SETEC Capacitadores especialistas	Planificación de talleres Asesoría Focalizar Capacitaciones Capacitaciones Comercialización	Se ofrece un servicio de capacitación %100 online dirigida al sector emprendedor, para lo cual se usará herramientas como podcast, plantillas y aulas virtuales.	Asesoramiento Feedback Descuentos Dedicación personal	-Régimen micro empresarial (tiendas de ropa panaderías, Minimarket) del cantón Cayambe -Población de entre 18 a 50 años del cantón Cayambe
	Recursos clave -Recursos humanos, - especialistas. plataformas virtuales - Recursos económicos - Equipos de Computo - Internet		Canales uso de redes sociales para la venta del servicio plataformas de reunión para desarrollo del servicio.	
Estructura de costos Según costes es decir, recortar gastos y uso máximo de plataformas gratuitas		Fuente de ingresos Ingresos por capacitaciones virtuales en plataformas gratuitas Ingresos por asesoría legal y de constitución Ingresos por talleres personalizados		

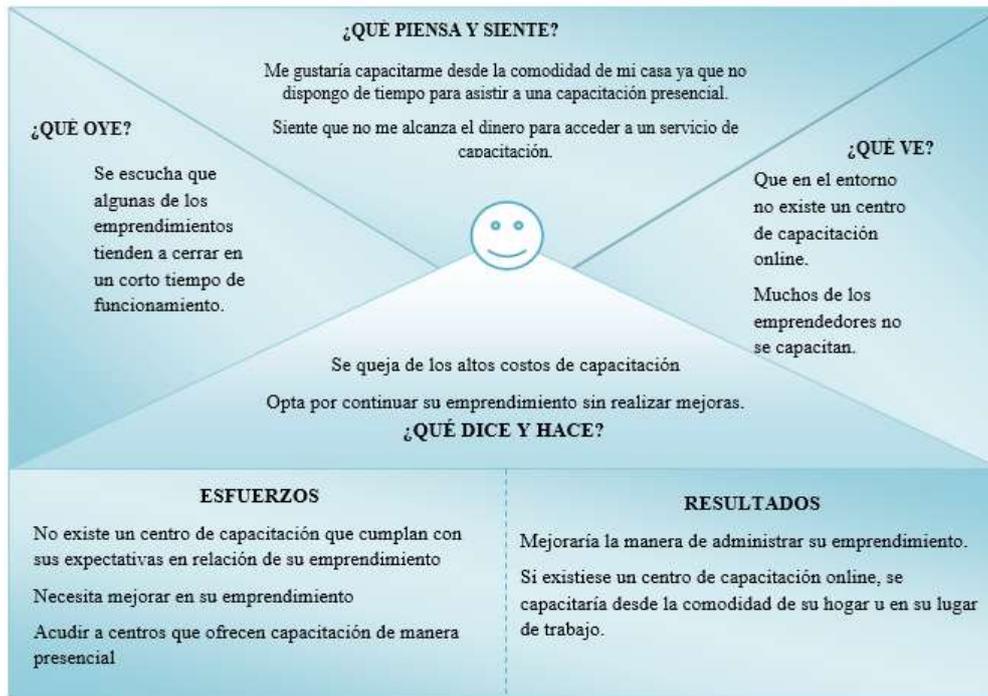
Elaborado por: Los Autores.

Fuente: propia de Los Autores.

3.3.2 Descripción de los elementos CANVAS

3.3.2.1 Segmento de mercado

Ilustración 2 Mapa de empatía



Elaborado por: Autores

El segmento de mercado está orientado a la población cayambeña de 18 a 50 años los cuales están constituyendo su emprendimiento ya que el centro de capacitación está dirigido a los emprendedores, los cuales se ven afectados por distintos factores que le han llevado al cierre parcial o total de sus emprendimientos por falta de asesoría o capacitación en el ámbito empresarial.

3.3.2.2 Propuesta de valor

Se está dando una posible solución a los distintos problemas que el mercado meta mantienen en cuanto a ventas, publicidad e inventario a través de modelo de negocio freemium, mismo que ofrece a los clientes la posibilidad de acceder a información básica de manera gratuita, es una manera eficaz de captar clientes, ya que tiene la posibilidad de acceder a una información sin necesidad de pagar el servicio en un inicio, pero si para acceder a una información más avanzada

Se satisface las necesidades de los emprendedores con capacitaciones en temas de gestión empresarial, asesoría legal y marketing. Además, se estará dando un enfoque a lo que es el precio, el cual se ofrece un valor asequible para que el cliente esté satisfecho.

Se puede crear valor poniendo este servicio a disposición de clientes que antes no tenían acceso a ellos. Esto se puede hacer con una innovación en los modelos de negocio, una tecnología nueva o una combinación de ambas, en este aspecto se pondrá a

disposición la capacitación en línea en cual será de fácil acceso para el emprendedor, ya que esta modalidad de capacitación permite construir un feedback entre el cliente y el proveedor de la información, de esta manera se pretende precautelar la salud en tiempos de pandemia.

3.3.2.3 Relación con los clientes

Conocer el canal de distribución es muy importante ya que es por donde se dará a conocer nuestro servicio, para el caso de la creación del centro de capacitación nuestro canal de distribución sería propio- directo, es decir dar un beneficio mayor de satisfacción al cliente con la capacitación específica a nuestro nicho de mercado que se tendrá seleccionado, maximizando sus ingresos lo máximo posible.

3.3.2.4 Canales

El servicio que se ofrece, por ser una capacitación en línea tiene una relación automatizada, en el cual se captará a los clientes tratando de fidelizarlos, estimulando las ganancias en sus ventas.

3.3.2.4.1 Comunicación

Se mantendrá una comunicación con nuestros clientes con una categoría de Autoservicio y de Comunidades, en donde cada segmento de mercado será atendido en base a la necesidad que requieran, manteniendo el feedback en cada servicio brindado.

3.3.2.4.2 Venta

Para este caso se pondrá a disposición los servicios digitales tales como las redes sociales y así darnos a conocer

3.3.2.4.3 Distribución

La distribución se realizará por vía online con una categoría de asistencia personal en donde se interactúa con los clientes y se pone en conocimiento todo lo que el cliente necesita y que estamos dispuestos a ofrecer.

3.3.2.5 Fuentes de ingreso

El emprendimiento tendrá como fuentes de ingreso las asesorías, capacitaciones, talleres en asesoría empresarial legal, las cuales fortalecerán los conocimientos, habilidades y destrezas que poseen los emprendedores del cantón Cayambe y así mejorar la economía de los hogares cayambeños por ende es necesario el uso de fuente de ingreso de cuota por uso es decir las personas pagan por cada una de las capacitaciones

3.3.2.6 Actores clave

En este caso las personas claves serán los entes reguladores tales como SETEC la cual se encarga de monitorear los centros de capacitación a nivel nacional.

Las personas claves también son los especialistas o conferencistas que impartirán sus conocimientos en cada uno de los talleres a realizar.

3.3.2.7 Actividades clave

Se usará un tipo de actividad que de resolución de problemas es decir ayuda con las dificultades que poseen los emprendedores, fortaleciendo sus conocimientos y así evitar el quiebre de sus negocios.

Como actividades claves se tiene la capacitación, la cual ayuda a prevenir riesgos laborales, ayuda a una producción positiva, desarrollo moral, crecimiento de la rentabilidad empresarial.

Los beneficios que ofrecen los talleres laborales son el desarrollo de habilidades específicas, mejora de funcionamiento de actividades, permite adaptabilidad a los cambios y posibilita conseguir nuevas oportunidades para su negocio.

3.3.2.8 Recursos clave

En este caso se usarán los recursos humanos ya que se ofrece un servicio el cual será una charla con un especialista en el tema para el desarrollo de las capacidades de los emprendedores.

Los recursos claves a usar son las capacitaciones virtuales es decir se usará la aplicación zoom para capacitar a los emprendedores del cantón Cayambe

Además, el conocimiento de personas expertas en los temas a capacitar para ofrecer un mejor servicio a nuestros clientes. Además, se ofrece la certificación además de recursos virtuales

3.3.2.9 Estructura de costos

En nuestro emprendimiento se usará el modelo de negocios basado en los costes es decir tratar de reducir gastos del emprendimiento el cual se basa en la capacitación en línea por ende es necesario mantener una estructura de costes lo más reducida y el máximo uso de sistemas gratuitos

3.4 Estudio de mercado

3.4.1 Diseño de la investigación de mercados

Tabla 10 Diseño de la investigación de mercados

Objetivo General	Objetivos específicos	VARIABLES	Indicadores	Técnicas
Desarrollar un estudio de mercado para conocer la oferta y la demanda en el cantón Cayambe, mediante una investigación de mercados aplicando el muestreo no probabilístico.	Conocer la oferta del servicio que ofrece el centro de capacitación	Oferta	Accesibilidad de los emprendedores Número de centros de capacitación en el entorno	Investigación documental Entrevistas Encuestas
	Dar a conocer la demanda potencial mediante, técnicas de investigación, para determinar el mercado meta.	Demanda	Nivel de aceptación del servicio Frecuencia en las capacitaciones Condiciones en las negociaciones.	Encuestas al mercado meta Entrevistas a la competencia. Investigación documental.
	Conocer el nivel de aceptación que mantiene el servicio de capacitación a ofrecer.	Servicio	Nivel de aceptación del servicio Requisitos para establecer el servicio. Selección de temas para capacitar.	Encuestas Entrevistas Investigación documental
	Establecer los precios de cada uno de los servicios de capacitación.	Precio	Diferentes precios en el mercado Formas de pago.	Encuestas Ficha de observación
	Establecer un lugar estratégico para realizar la atención especializada a los clientes.	Plaza	Número de personas a capacitar. Sector comercial del cantón. Página web. Plataformas virtuales	Encuestas Investigación documental
Identificar las posibles estrategias de comercialización, y promoción que se brindará a los clientes.	Promoción	Canales de difusión Promociones	Encuestas	

Para el presente estudio se basará en la investigación cualitativa ya que se enfoca en comprender el comportamiento de ciertos grupos objetivos que cumplan con ciertas características, para ello se usarán encuestas estructuradas, el cual les permitirá determinar la acogida que tendrá el centro de capacitación, gustos y preferencias, desarrollando así una buena relación con los clientes, generando una propuesta de valor en donde los clientes accedan a un servicio de calidad.

Por otra parte, se utilizará la ficha de observación en el cual se mantiene la interacción con las personas que tiene relación con la segmentación del proyecto planteado. Finalmente se realizará un análisis de la información en fuentes oficiales de instituciones gubernamentales, obteniendo así datos relevantes que se necesita para la ejecución del proyecto.

3.4.2 Segmentación de mercados

3.4.2.1 Segmento demográfico

Para la segmentación demográfica se usan los datos relacionados con la edad, ahí se encuentran los emprendedores desde 18 a 50 años, las tiendas de ropa, minimarket, panaderías, nivel educación primaria, bachillerato o título de tercer nivel permitiendo delimitar el mercado al cual está enfocado el proyecto de emprendimiento.

3.4.2.2 Segmento geográfico

Áreas de distribución, diferencias culturales, movilidad geográfica, cantón Cayambe, provincia de pichincha, país Ecuador.

Para el segmento geográfico se usará el área de distribución es decir el lugar en el cual estará enfocado el emprendimiento en este caso será el cantón Cayambe con una población aproximada de 110.000 habitantes.

3.4.2.3 Segmento psicodemográfico

Para el segmento psicodemográfico se toma en cuenta la personalidad, el estilo de percepción y actitudes que manejen los emprendedores del cantón Cayambe. Para este caso se tomará el estilo de vida de los emprendedores en la cual se podrá establecer si un emprendedor se realizó ya sea por necesidad o porque le gusta la actividad que está realizando.

3.4.2.4 Segmento conductual

Para el segmento conductual se tiene en cuenta el nivel de uso, la frecuencia y el nivel de fidelidad a la marca lo cual aclarara a que mercado está enfocando. En este aspecto se estará tomando en cuenta las maneras en que piense el cliente al momento de acceder al servicio de capacitación, algunos emprendedores preferirán la capacitación en la modalidad presencial, o a su vez a los horarios, estos pueden ser de preferencia tanto en vespertino o nocturno.

3.4.3 Clientes

Los clientes potenciales para el desarrollo del centro de capacitación para emprendedores, se constituye a partir de variables geográficas, demográficas, psicograficas y conductuales; en el cual el segmento de mercado que se enfoca el proyecto son las personas desde los 18 a 50 años de edad que residen en el cantón Cayambe, que representa un 60% del total de la población, según datos del INEC. Esto hace referencia a la población que mantiene sus emprendimientos, es decir a las personas que estén en capacidad y disponibilidad de acceder a este servicio.

Las empresas que se toman como referencia para el acceso al servicio son: las tiendas de ropa, minimarket, panaderías, es decir a las personas que se dediquen al sector comercial ubicadas en cada barrio o parroquia del cantón, permitiendo establecer el perfil acorde al servicio que se ofrece.

3.4.4 Tipo de muestreo y cálculo de la muestra

Este tipo de muestreo no probabilístico es utilizado en estudios de mercado y de opinión pública. Consiste en la administración de un cuestionario y lo hacen llenando cuotas de acuerdo a la proporción de ciertas variables demográficas en la población (Scharager & Reyes, 2020).

3.4.4.1 Formula del cálculo de la muestra

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

Tabla 11 Cálculo de la muestra

Cálculo de la muestra		
Parámetro	Valor	Significado
N	64596	Tamaño de la Población o Universo
Z	1,96	Parámetro estadístico que depende de N

P	50%	Probabilidad que ocurra un evento
Q	50%	Probabilidad de que no ocurra
E	5%	Error de estimación máximo aceptado
N	X	Tamaño de la muestra buscado

Elaborado por: Los Autores.

$$n = \frac{64596 * 1.96^2 * 0.50 * 0.50}{0.03^2 * (64596 - 1) + 1.96^2 * 0.50 * 0.50}$$

$$n = \frac{62038}{106.4}$$

$$n = 382$$

3.4.5 Instrumentos de recolección

3.4.5.1 Encuesta



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CONTABILIDAD Y AUDITORIA

OBJETIVO DE LA ENCUESTA: conocer la demanda actual que ofrece un servicio como es el centro de capacitación online para emprendedores en el catón Cayambe.

Instrucciones: Encierre o tache la respuesta según su criterio.

1. ¿Conoce algún centro de capacitación para emprendedores online a nivel nacional?
 - a) Si
 - b) No
2. ¿Conoce algún centro de capacitación para emprendedores online en la provincia?
 - a) Si
 - b) No
3. ¿Conoce algún centro de capacitación online en el cantón Cayambe?
 - a) Si
 - b) No

4. ¿Se ha capacitado actualmente en un centro de capacitación para emprendedores?
 - a) Si
 - b) No
5. Si la respuesta anterior fue si, ¿con qué frecuencia se capacita?
 - a) Cada mes
 - b) Una vez al año
 - c) nunca
6. ¿En qué modalidad a usted le gustaría capacitarse?
 - a) en aulas físicas
 - b) plataformas virtuales
 - c) clases en vivo
7. ¿En qué áreas le gustaría capacitarse?
 - a) Marketing
 - b) Finanzas
 - c) Gestión empresarial
8. Según su criterio, al momento de escoger una empresa de capacitación ¿por qué la elige?
 - a) Prestigio
 - b) Recomendación
 - c) Precio
9. Cree usted necesario la creación de un centro de capacitación online en el cantón Cayambe
 - a) Si
 - b) no
10. ¿Por qué medio le gustaría saber sobre los cursos que se ofrece?
 - a) Redes sociales
 - b) Afiches
 - c) Influencers
11. ¿Estaría dispuesto a pagar por capacitaciones online?
 - a) Si
 - b) No
12. ¿Cuánto considera que usted pagaría por capacitaciones online?
 - a) 20 USD
 - b) 40 USD
 - c) 60 USD

Gracias por su Atención

3.4.5.2 Entrevista

Entrevista



Entrevista a la empresa **Emprender Capacitación Integral**, sobre centros de capacitación existentes en el cantón Cayambe.

Dirigido a: Gerente General

Dirección: calle 10 de agosto, Cayambe

1. ¿A qué se dedica actualmente la empresa?
2. ¿Qué tipo de capacitación ofrece la empresa?
3. ¿Cómo es la modalidad o la forma en el cual capacita a sus clientes?
4. ¿La empresa cuenta con el servicio de capacitación online?
5. ¿La empresa ofrece el servicio de capacitación para los emprendedores?
6. ¿Cuál o cuáles son el o los servicios que ofrece la empresa en el ámbito de capacitación?
7. ¿Conoce usted sobre la capacitación en el ámbito de atención al cliente, desarrollo empresarial, asesoría legal, manejo de inventarios?
8. ¿Usted cree que la empresa implementaría estos temas de capacitación?
9. ¿Cuál es el número estimado de veces en el mes que capacitan a sus clientes?
10. ¿Cuál es el precio máximo y mínimo que cobran por el servicio de capacitación?
11. ¿A su criterio, cuál es la modalidad de pago que más concurrencia tiene el cliente?
12. ¿La empresa otorga facilidades de pago a sus clientes? ¿en caso de ser su respuesta afirmativa, indicar cuáles son?

3.4.5.3 Ficha de Observación

FICHA DE OBSERVACIÓN NRO. ____

Empresa evaluada	
Curso evaluado	
Modalidad	
Dirección	
Tipo de capacitación	
Fecha	/ /

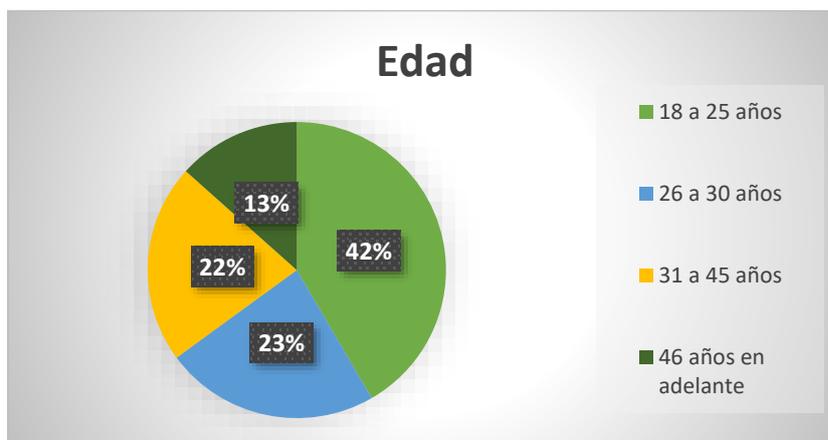
NRO.	INTRODUCCIÓN	NO	0	1	2	3	4
1	El capacitador ha sido puntual al comenzar la clase.						
2	El capacitador ha explicado adecuadamente los objetivos de la sesión.						
3	El tema de la clase corresponde al desarrollo del curso o capacitación.						
4	El capacitador demuestra entusiasmo por el plan de la capacitación propuesta.						
5	El capacitador despierta e interés hacia el tema de la clase propuesta.						
RECURSOS Y CONTENIDOS		NO	0	1	2	3	4
6	El capacitador ha preparado adecuadamente los recursos para la capacitación.						
7	El capacitador ha seleccionado materiales con ejemplos y ejercicios que logran que el aprendizaje será significativo.						
8	El capacitador ha utilizado adecuadamente los recursos didácticos.						
9	El capacitador ha presentado los contenidos de manera organizada.						
10	El capacitador ha utilizado más de una estrategia para explicar los contenidos.						
11	El capacitador evidencia un óptimo dominio de los contenidos.						

Descripción de la observación

Interpretación de la observación

3.4.6 Resultados y discusión (encuesta).

Gráfico 3 edad



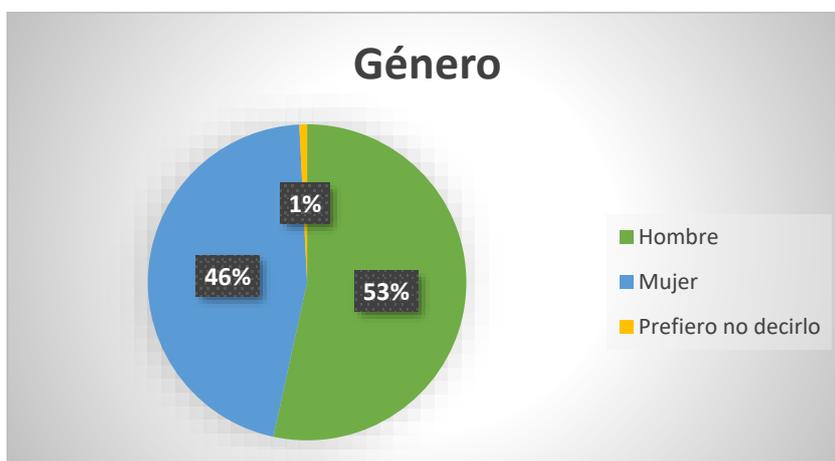
Fuente: Propia

Elaborado por: Los Autores.

Según los datos recopilados en la encuesta realizada a la población cayambeña se observó que los encuestados oscilan una edad promedio de 18 a 25 años los cuales tienen relación con los emprendimientos.

Género

Gráfico 4 Género



Fuente: Propia

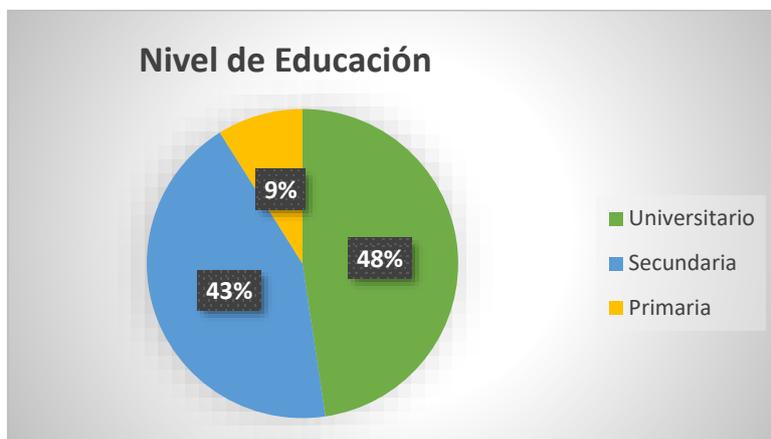
Elaborado por: Los Autores.

En la gráfica se observa que existe una equidad entre el sexo masculino y femenino ya que los datos arrojan un promedio de 53% son hombres del total de encuestados y con un 46% del total de mujeres. En comparación con los datos obtenidos en el INEC existe una

diferencia notable ya que existe mayor afluencia de mujeres en la población total de Cayambe.

Nivel de educación

Gráfico 5 Nivel de Educación



Fuente: Propia

Elaborado por: Los Autores.

Analizando los datos obtenidos de la encuesta y los datos recopilados en el INEC se observó que en el año 2010 gran parte de la población cayambeña tenía un nivel de educación intermedio es decir habían terminado la secundaria, pero en la actualidad se observa que los jóvenes cayambeños ya poseen un nivel de educación universitario es decir con el paso del tiempo el nivel educativa en la zona ha progresado favorablemente.

Gráfico 6 Ubicación



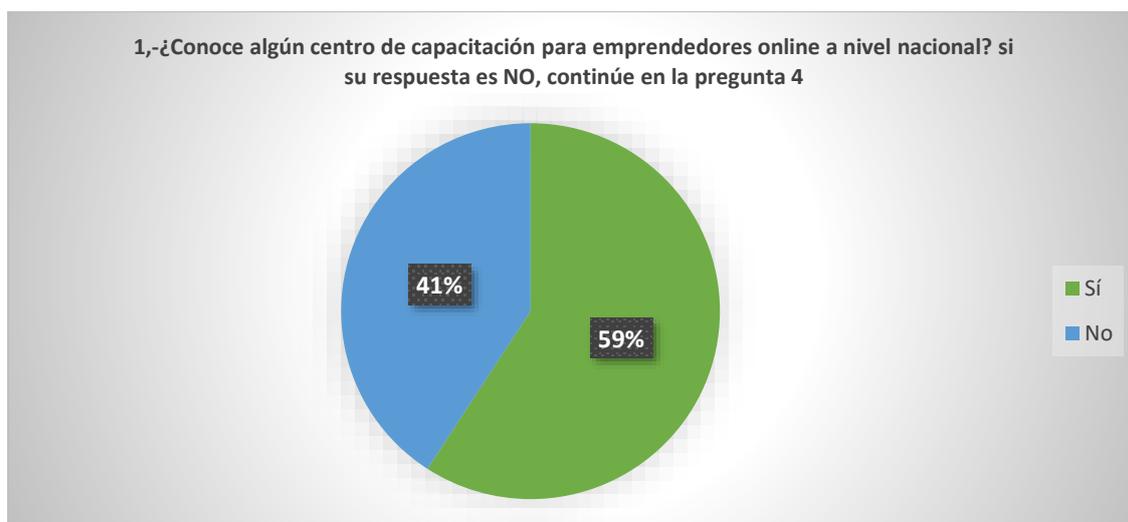
Fuente: Propia

Elaborado por: Los Autores.

Según información obtenida se identificó que gran parte de los jóvenes encuestados están ubicados en la provincia de pichincha y en un menor porcentaje ubicados en las provincias aledañas como son Imbabura y Carchi es decir algunos de los interesados en las encuestas están ubicados alrededor del lugar de investigación para el proyecto de emprendimiento.

1.- ¿Conoce algún centro de capacitación para emprendedores online a nivel nacional? si su respuesta es NO, continúe en la pregunta 4

Gráfico 7 ¿Conoce algún centro de capacitación para emprendedores online a nivel nacional?



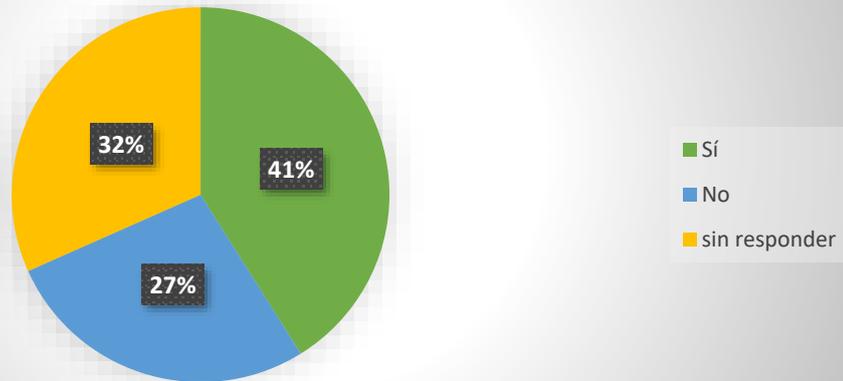
Fuente: Propia
Elaborado por: Los Autores.

A nivel nacional existen algunas entidades las cuales ofrecen el servicio de capacitación con distintos enfoques es decir se enfocan el áreas administrativas, comerciales, finanzas de emprendimiento. Con los datos recopilados el personal encuestado posee conocimiento de centros de capacitación a nivel nacional con un promedio de 57% del total de encuestados, es decir existe un reconocimiento promedio de centros de capacitación a nivel nacional.

2.- ¿Conoce algún centro de capacitación para emprendedores online en la provincia de Pichincha?

Gráfico 8 ¿Conoce algún centro de capacitación para emprendedores online en la provincia de Pichincha?

2.- ¿Conoce algún centro de capacitación para emprendedores online en la provincia de Pichincha?



Fuente: Propia

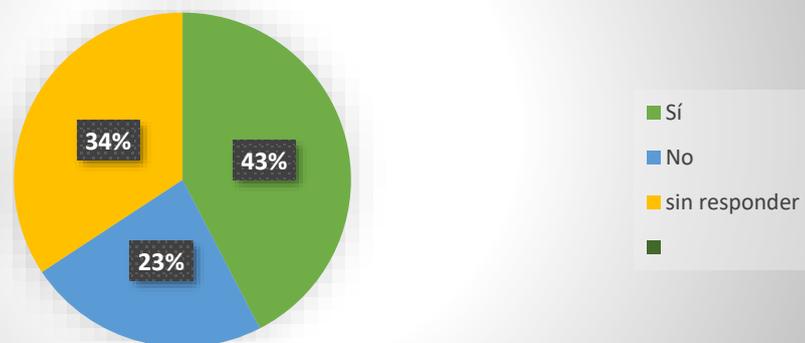
Elaborado por: Los Autores.

Al realizar la investigación se observó que en la provincia existen gran cantidad de centros de capacitación el problema que se idéntico fue que estos están ubicados en la ciudad de quito y los cantones aledaños no se observa el desarrollo de centros de capacitación por ende al analizar os datos obtenidos existe un desconocimiento sobre los centros de capacitación online que existe en la provincia de pichincha por lo cual se deduce que no existe una cultura de educación en línea.

3.- ¿Conoce algún centro de capacitación para emprendedores online en el cantón Cayambe?

Gráfico 9 ¿Conoce algún centro de capacitación para emprendedores online en el cantón Cayambe?

3.-¿Conoce algún centro de capacitación para emprendedores online en el cantón Cayambe?



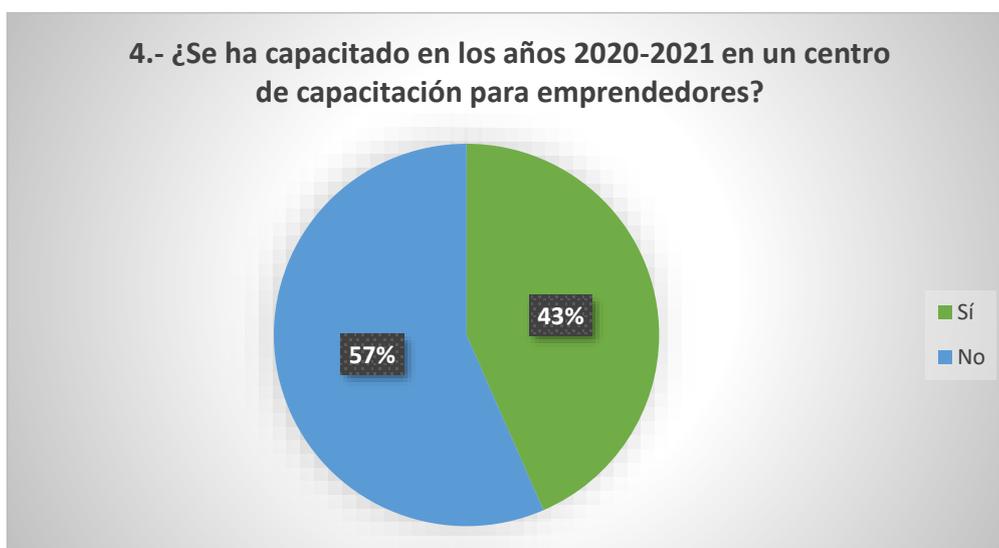
Fuente: Propia

Elaborado por: Los Autores.

Según lo investigado se observó que existen alrededor de 3 centros de capacitación de los cuales 1 de ellos ofrece un servicio de línea y los dos restantes son prácticos, además están enfocados en áreas de automotriz y administrativas, con la recopilación obtenida en la encuesta se observa el desconocimiento sobre los centros de capacitación online en el cantón Cayambe para la cual, el proyecto se enfoca en satisfacer la necesidad de ofrecer un servicio de educación en línea.

4.- ¿Se ha capacitado en los años 2020-2021 en un centro de capacitación para emprendedores?

Gráfico 10 ¿Se ha capacitado en los años 2020-2021 en un centro de capacitación para emprendedores?



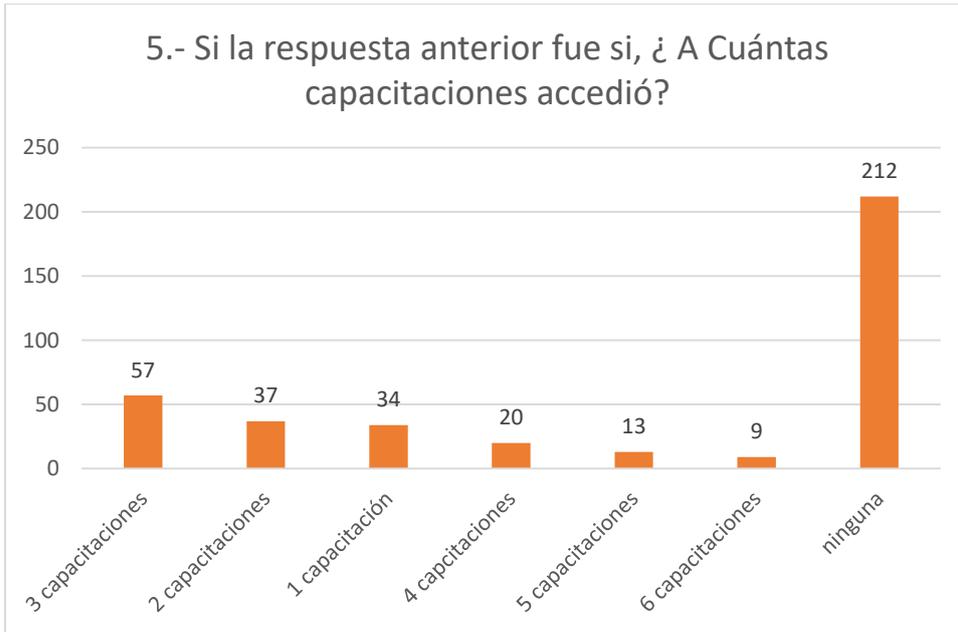
Fuente: Propia

Elaborado por: Los Autores.

En la actualidad la población se educa de forma online ya que con la llegada de la pandemia se suspendieron clases presenciales permitiendo al sistema educativo optar por la educación online por ende los interesados en crecer académicamente opto por seguir sus estudios de forma virtual. El personal encuestado afirma que no se ha capacitado con un 57% en los últimos años en centros de capacitación para emprendedores, por el contrario, existe un 42% de personas que si se han capacitado en los últimos años.

5.- Si la respuesta anterior fue si, ¿A Cuántas capacitaciones accedió?

Gráfico 11 ¿A Cuántas capacitaciones accedió?



Fuente: Propia

Elaborado por: Los Autores.

En la entrevista realizada a los distintos centros de capacitación se evidencio que los precios por curso son costosos ya que bordean los \$500 dólares por ende se evidencio que del total de encuestados más del 50% no se ha capacitado, sin embargo, alrededor de 57 personas encuestadas han tenido un promedio de 3 capacitaciones todo este debido a los costos altos que implican capacitarse.

6.- ¿En qué modalidad a usted le gustaría capacitarse?

Gráfico 12 ¿En qué modalidad a usted le gustaría capacitarse?

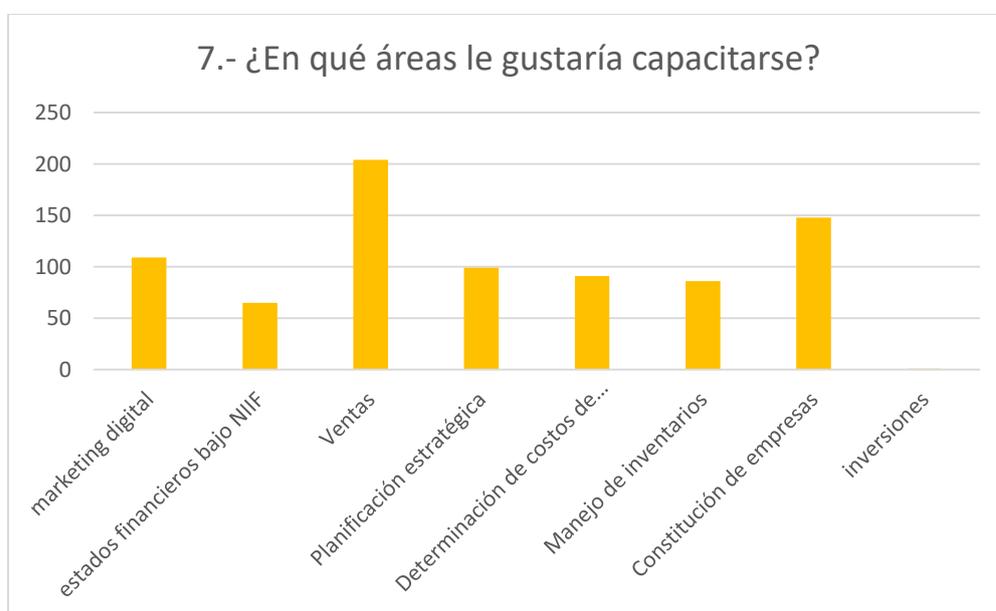


Fuente: Propia
Elaborado por: Los Autores.

En la actualidad se hace uso de las tics según los datos recolectados, la modalidad online es una de las formas de estudio presente en nuestro país esto debido al confinamiento por Covid ya que hubo la suspensión de todas las actividades educativas como trabajos por ende se optó a esta modalidad para continuar con los estudios y trabajos por ende los datos recopilados en la encuesta se observa que existen afinación por la modalidad de estudio online debido a que es una población que maneja la tecnología día a día.

7.- ¿En qué áreas le gustaría capacitarse?

Gráfico 13 ¿En qué áreas le gustaría capacitarse?

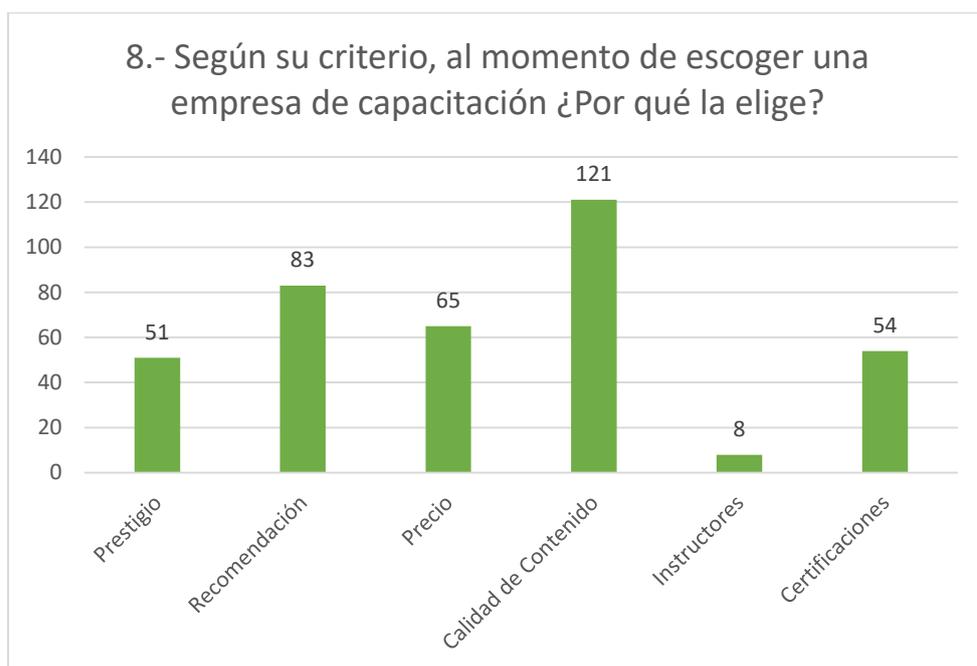


Fuente: Propia
Elaborado por: Los Autores.

Según la investigación realizada existen muchos temas interesantes que los emprendedores necesitan para poder ofrecer un mejor producto o servicio por ende se ofreció temas que en la actualidad son importantes para el desarrollo de los negocios. La población encuestada está interesada en temas como ventas, constitución de empresas y marketing digital como temas principales para su desarrollo profesional, ya que estos temas son fundamentales para el crecimiento de los nuevos emprendimientos.

8.- ¿Por qué elige un centro para capacitarse?

Gráfico 14 al momento de escoger una empresa de capacitación ¿Por qué la elige?



Fuente: Propia

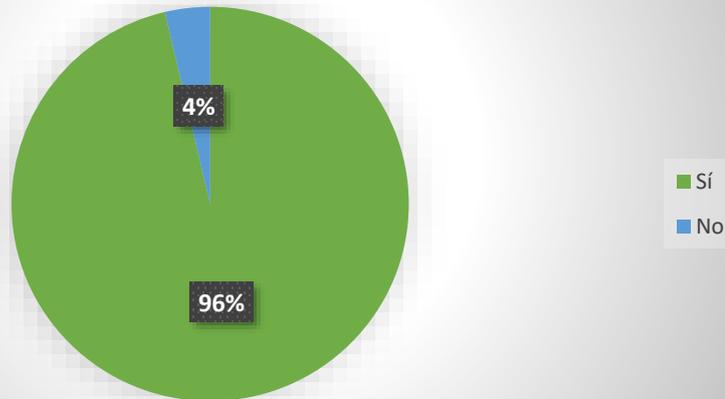
Elaborado por: Los Autores.

Los parámetros a tomar en cuenta antes de hacer uso de un producto o servicio según los datos recopilados en esta encuesta son la calidad de contenido es decir que temas se van a tratar y que beneficios en la actualidad otorgan así también la recomendación es decir tener su reconocimiento por el excelente servicio que ofrecen y así mismo el precio ya que la población buscan precios cómodos y con la facilidad de pago.

9.- ¿Es necesario un centro de capacitación online en el cantón Cayambe?

Gráfico 15 ¿Cree usted necesario la creación de un centro de capacitación online en el cantón Cayambe?

9.- ¿Cree usted necesario la creación de un centro de capacitación online en el cantón Cayambe?



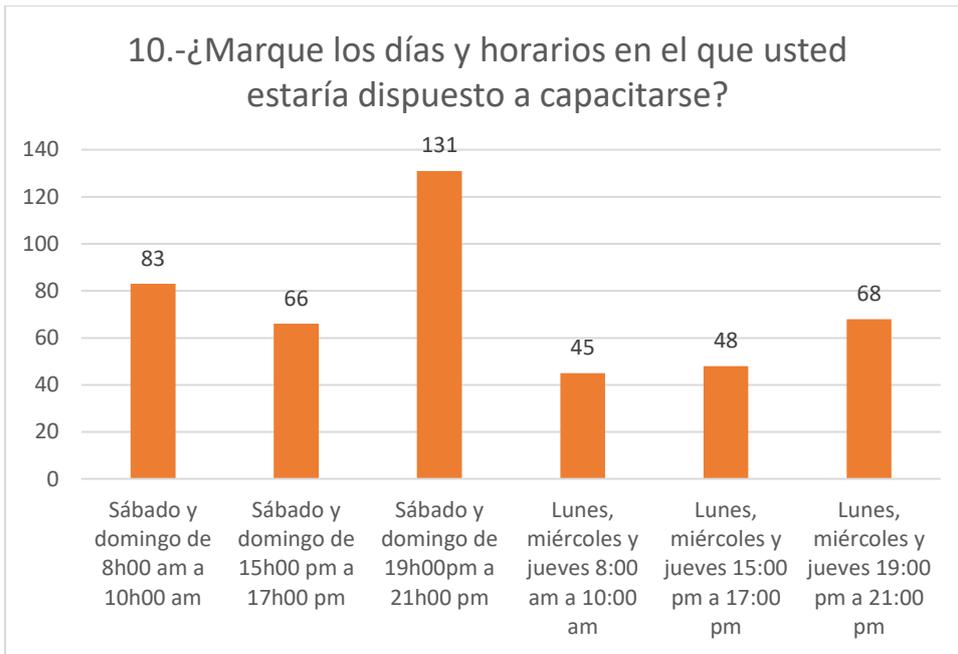
Fuente: Propia

Elaborado por: Los Autores.

En la encuesta, entrevista y ficha observada se identificó que existe la necesidad de crear un centro de capacitación online ya que existen interesados en seguirse educando y como el proyecto está enfocado en emprendedores ellos tienen la facilidad de capacitarse forma online ya que pueden seguir con negocios y al mismo tiempo se educan. Con los datos obtenidos existe el apoyo para la creación de un centro de capacitación online en el cantón Cayambe, ya que la población encuestada necesita crecer profesionalmente para así poder involucrar a los emprendimientos en el mercado actual.

10.- Marque los días y horarios en el que usted estaría dispuesto a capacitarse

Gráfico 16 Marque los días y horarios en el que usted estaría dispuesto a capacitarse



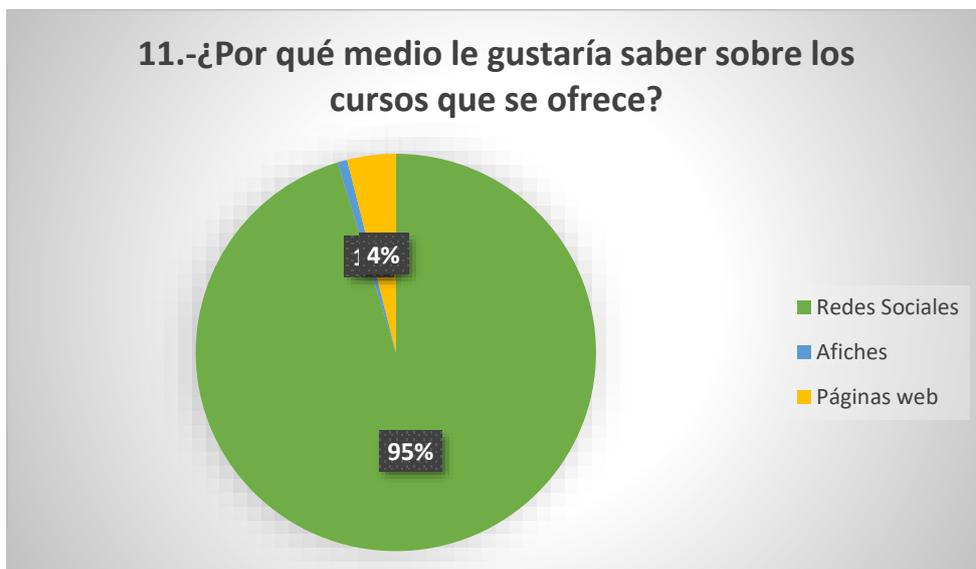
Fuente: Propia

Elaborado por: Los Autores.

En la actualidad los jóvenes necesitan seguir sus estudios de una u otra forma por ende mientras trabajan en sus emprendimientos pueden seguir capacitándose por lo tanto el horario favorable para capacitarse son los fines de semana en especial en horarios por la mañana como en la noche como se ha venido diciendo los emprendedores necesitan de todo su tiempo en la semana para laborar.

11.- ¿Por qué medio le gustaría saber sobre los cursos que se ofrece?

Gráfico 17 ¿Por qué medio le gustaría saber sobre los cursos que se ofrece?



Fuente: Propia

Elaborado por: Los Autores.

En la actualidad existen muchos medios de promocionar una idea negocio, pero con la llegada de los tics, hoy en día se usan con mayor frecuencia las redes sociales las cuales abarcan una extensa población la cual puede estar interesada en el proyecto como es el centro de capacitación.

12.- ¿Estaría dispuesto a pagar por capacitaciones online?

Gráfico 18 ¿Estaría dispuesto a pagar por capacitaciones online?



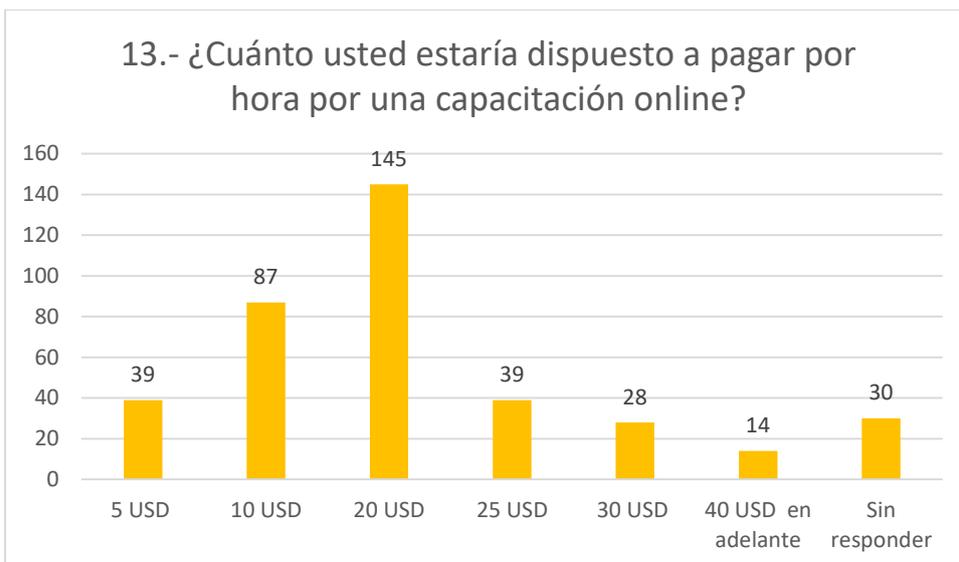
Fuente: Propia

Elaborado por: Los Autores.

En una de las ideas de promoción es ofrecer unas clases gratuitas como prueba del contenido a ofrecer para luego ofrecer las tarifas de pago por las capacitaciones, con un 89% de la población encuestada afirma una aceptación para el pago de capacitaciones online lo cual es favorable para el desarrollo del proyecto.

13.- ¿Cuánto pagaría por una capacitación online?

Gráfico 19 Cuánto usted estaría dispuesto a pagar por hora por una capacitación online?



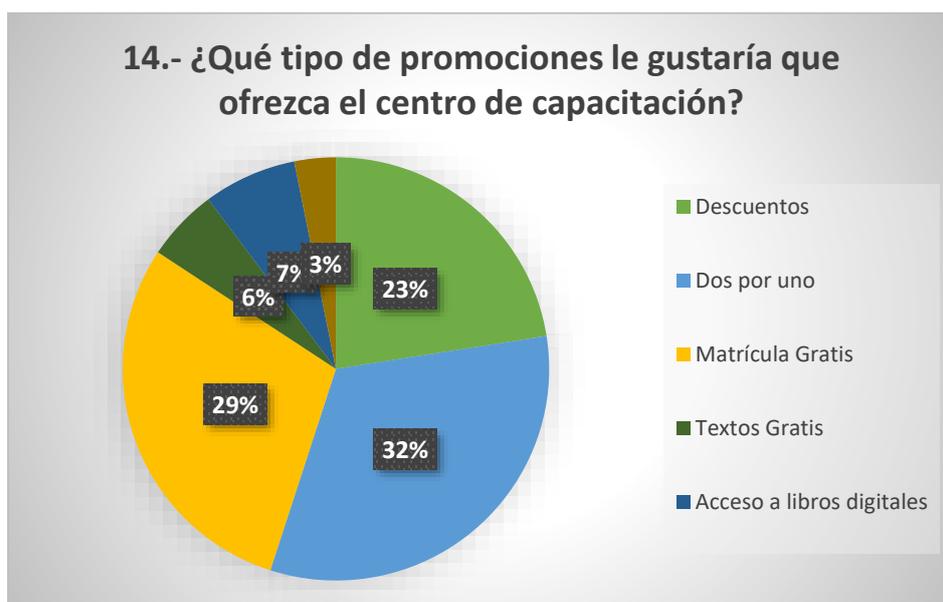
Fuente: Propia

Elaborado por: Los Autores.

En la entrevista realizada a los centros de capacitación de la localidad se observó que ofrecen productos superados los 300 USD debido a que son cursos de larga duración. En relación al proyecto a ofrecer se proyectó curso de corta duración por ende se propone valores no supere los 50 USD, Según los datos obtenidos se puede evidenciar que la población optó por un promedio de 20,00 USD a pagar por hora de capacitación en línea.

14.- ¿Qué tipo de promociones le gustaría que ofrezca el centro de capacitación?

Gráfico 20 ¿Qué tipo de promociones le gustaría que ofrezca el centro de capacitación?



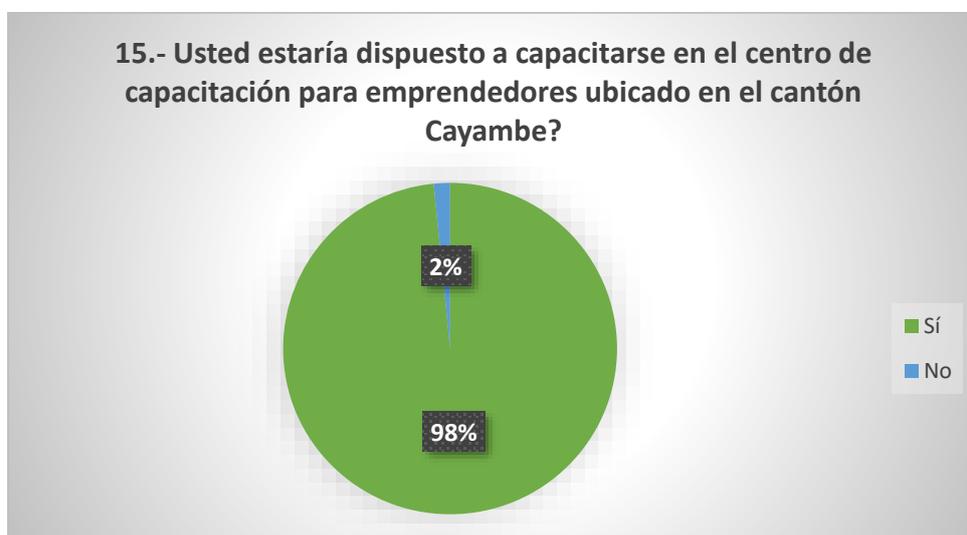
Fuente: Propia

Elaborado por: Los Autores.

Las ventas constituyen la actividad principal de cualquier negocio, sin importar el tamaño o segmento. En esta guía completa, aprenderás todo sobre técnicas de ventas y cómo configurar con éxito tu operación comercial. La promoción que tiene mayor aceptabilidad es dos por uno, seguido por matriculas gratis, así como el uso de descuentos.

15.- Usted estaría dispuesto a capacitarse en el centro de capacitación para emprendedores ubicado en el cantón Cayambe?

Gráfico 21 Usted estaría dispuesto a capacitarse en el centro de capacitación para emprendedores ubicado en el cantón Cayambe



Fuente: Propia

Elaborado por: Los Autores.

El objetivo principal de la capacitación es mejorar la eficiencia de los trabajadores para que éstos aporten el incremento necesario y de esa manera se alcancen índices altos de productividad. Además, permite evitar la obsolescencia de los conocimientos del personal. Analizando los datos obtenidos se observó que existe aceptación por parte de las personas encuestadas para la creación de un centro de capacitación para emprendedores en el cantón Cayambe.

Análisis

Como seres humanos tenemos la capacidad de seguir aprendiendo a lo largo de nuestra vida. Y lo que es mejor: compartir nuestro conocimiento. Cuando entramos al mundo profesional y laboral, nos vemos en la necesidad de aprender nuevas reglas, procedimientos, logística, es decir, dependemos de otros que nos guíen en el camino. A

este proceso se le conoce como capacitación y es sumamente importante pues nuestro desempeño en el centro de trabajo depende, en gran medida, de él.

Toda empresa o negocio debe capacitar a su personal para lograr el perfeccionamiento de los procesos, y así conseguir sus metas y objetivos. Capacitar significa involucrar al trabajador de forma que desarrolle sus habilidades y conocimientos y sea capaz de llevar a cabo más eficazmente su trabajo.

Con la encuesta se identificó la necesidad de ofrecer un servicio de capacitación online ya que es la oportunidad perfecta para ampliar los conocimientos de las personas que están desarrollando los emprendimientos. Sin embargo, muchos emprendedores encuentran costosos los programas disponibles en el mercado. También llegan a pensar que quienes asisten a las sesiones de capacitación, pierden tiempo valioso que retrasa los proyectos. A pesar de los posibles inconvenientes, la capacitación y formación continua ofrecen beneficios, tanto a al emprendimiento como a quien colabora en ella, que hacen que la inversión de tiempo y dinero valga la pena.

3.4.7 Análisis de la demanda

Para identificar la demanda del servicio de capacitación para emprendedores en el cantón Cayambe, fue necesario desarrollar un estudio previo, como consecuencia de esto se logró determinar que los encuestados están dispuestos a adquirir el servicio, son los negocios establecidos por personas entre los 18 a 40 años los cuales deciden emprender y capacitarse en materia empresarial online en distintos horarios que faciliten el ingreso a las capacitaciones.

La demanda establecida demuestra que un 98.4% del total de los encuestados están de acuerdo en adquirir el servicio de capacitación para emprendedores en el cantón Cayambe.

Las principales características de la demanda de mercado son las siguientes: es analizada por el vendedor para proporcionar un precio que incremente sus ventas. El consumidor establece la demanda, es decir, el que compra los servicios y productos crea el status de aquellos más utilizados por las personas de una región. Es el principal factor que utilizan las empresas para fijar los precios de sus productos. La demanda está influida por tendencias, necesidades y culturas.

Precio: De los bienes y servicios, es inversamente proporcional a la demanda.

Oferta: La disposición de los bienes y servicios, expresada en la existencia de la empresa que ofrece el servicio y en qué cantidad.

Lugar: Espacio físico o virtual donde estos bienes son ofrecidos. Siempre hay un coste de transporte atribuible al precio de venta de ese producto y, que es directamente proporcional a la forma o método de transporte utilizado.

La capacidad de pago del demandante: En este punto la situación o poder de negociación es clave a la hora de fijar un precio al bien o servicio en cuestión.

Deseos y necesidades: Tanto básicas como secundarias. En este sentido, imagínese que usted tiene una necesidad imperiosa de comprar un producto en una zona geográfica donde no se comercializa, necesario para el desarrollo de su vida cotidiana.

3.4.8 Análisis de la oferta

Centro de capacitación	Ubicación	Características	Precio	Modalidad	Certificaciones
Grupo Grijalva	Cayambe	Servicios financieros, recuperación de cartera, cobranzas, asesoría tributaria.	300 USD	Presencial, virtual	Ministerio de Educación
NICOLA TESLA	Cayambe	Contabilidad Mecatrónica Mecánica Automotriz.	500	Hibrido, virtual y presencial	SETEC
Centro de Formación Profesional Americano	Cayambe	Capacitaciones a Nivel Nacional Realizamos tus declaraciones al SRI Fórmate como cajero bancario y comercial Curso práctico de Asistente Contable y Tributario	30 USD	Online	
Instituto Tecnológico superior Nelson Torres	Cayambe	Desarrollo de empresas, desarrollo de software, diseño gráfico	No tiene costo	Virtual, online	SETEC

Según los datos recolectados en las entrevistas se observó el precio, la plaza, las promociones y el servicio que ofrecen las posibles competencias. Tras la pandemia se implementaron nuevas técnicas de estudio como son las clases online, clases híbridas las cuales facilitaron el ingreso a los estudiantes es decir tuvieron un mayor alcance ya que ofertan clases online a lugares lejanos de su mercado.

En relación al precio manejan un precio por capacitación entre los 200 USD a 600 USD. Además, se ofrecen mensualidades para el pago de las capacitaciones además la forma de pago es en efectivo, transferencia bancaria o depósito como pago.

La educación online es más económica ya que ya que son menos costosos ya que se evitan los gastos de alimentación, arriendos y movilización. Hay muchas personas que no han podido culminar sus estudios por motivos personales, pero con la llegada de la educación en línea se han abierto nuevas puertas para el crecimiento personal.

Para concluir, existe una facilidad de acceder a la información académica las 24 horas. Por ende, se estandariza una educación de calidad al formar docentes con el conocimiento de las nuevas tecnologías y por último existe una flexibilidad en los horarios. Por tal motivo, el centro de capacitación se diferencia ya que ofrece un servicio 100% online en comparación de la competencia los costos del servicio son inferiores.

3.4.8.1. Nivel de aceptación

El nivel de aceptación del presente proyecto de acuerdo a los 382 encuestados se conoce que el 96% determina el nivel de aceptación que tiene la implementación del centro de capacitación para emprendedores el mercado del cantón Cayambe, en el cual las personas están dispuestas a asistir a capacitaciones online.

3.4.10. Estrategias de comercialización

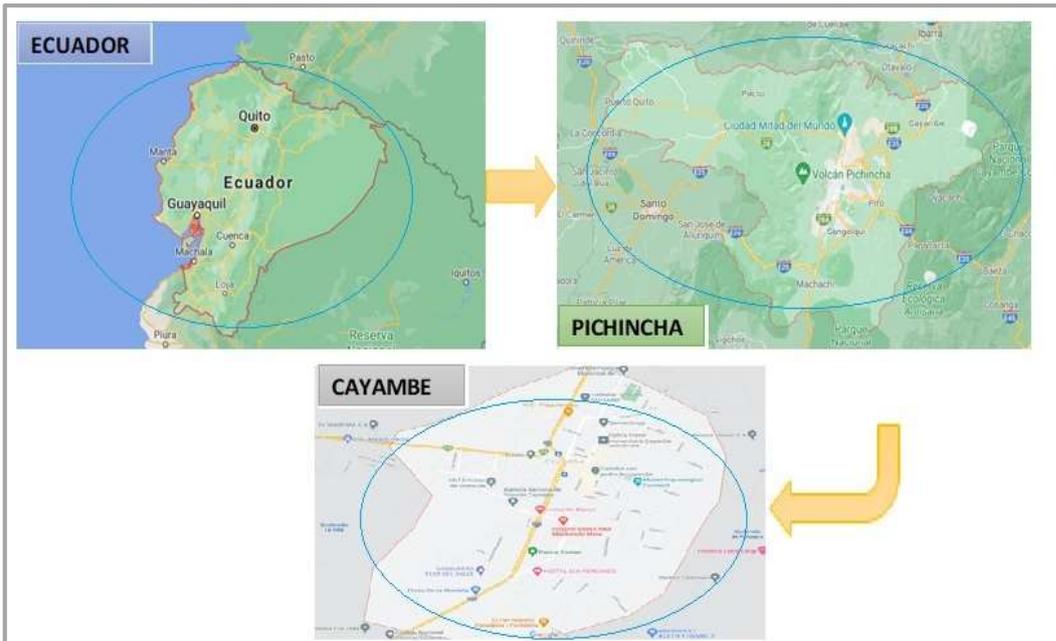
El proyecto tiene como estrategias de comercialización el uso de las nuevas tecnologías en este caso es el uso de las redes sociales ya que es un medio de comunicación el cual lo usan millones de personas y su alcance es extraordinario en comparación con las antiguas estrategias de comercialización. Para esto se ofrecerán capacitaciones gratuitas para dar a conocer el centro de capacitación ya que se impartirán tips, herramientas, consejos que los emprendedores usen para el crecimiento de sus proyectos. Además, se usa la suscripción dos por uno la cual atrae al doble de clientes.

3.5. Estudio técnico – administrativo

3.5.1. Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto

3.5.1.1. Macro localización

Ilustración 3 Macro localización



Fuente: Google Maps

Elaborado por: Los Autores.

La macrolocalización es la selección de la región o territorio donde se ubicará el proyecto. Esta selección permitirá, a través de un análisis preliminar, reducir el número de soluciones posibles, al eliminar los sectores geográficos que no respondan a las condiciones requeridas por el proyecto. En la ilustración de macrolocalización se observa el mapa el cual está ubicado en Ecuador en la provincia de Pichincha en el cantón Cayambe.

3.5.1.2 Micro localización

Tabla 12 Micro localización

Cantón Cayambe							
Factor	Peso	Centro de Cayambe		Barrio la Florida		Parroquia Juan Montalvo	
		Calificación	Peso *Calif	Calificación	Peso *Calif	Calificación	Peso *Calif
Cercanía a los clientes	0.50	5	2.5	4	2	3	1.5
Amplitud de la Zona	0.20	4	0.8	4	0.8	3	0.8
Vías de Acceso	0.10	3	0.3	3	0.10	2	0.2
Alcance de servicios Básicos	0.10	2	0.2	1	0.2	1	0.10
Costos de Instalación	0.10	1	0.10	1	0.10	2	0.20
Total	1	15	3.9	12	3.2	11	2.8

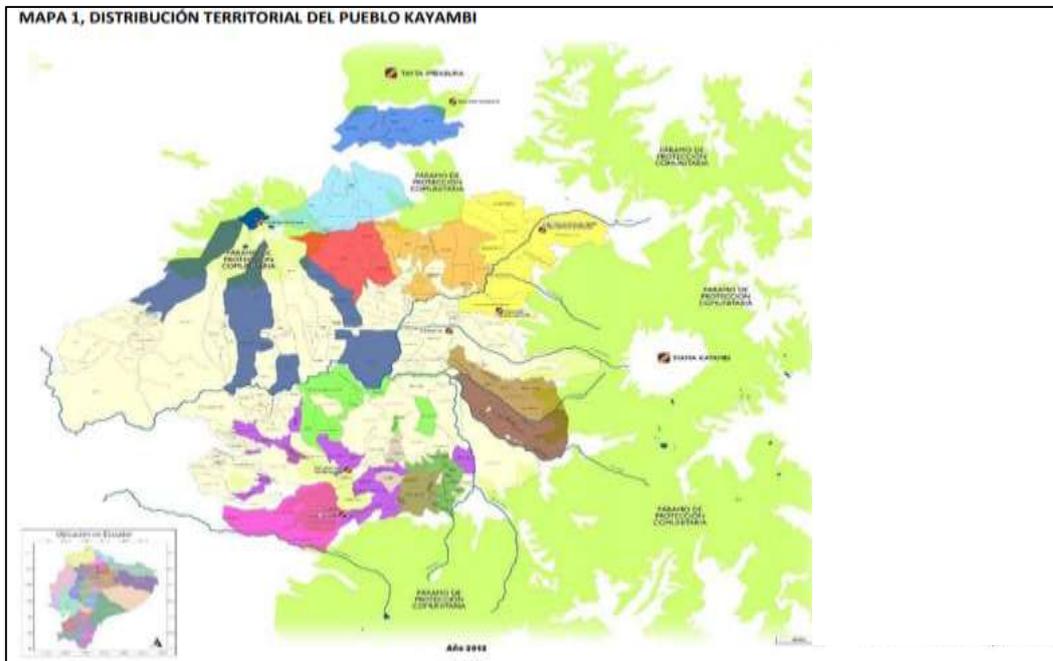
Fuente: Clases impartidas

Elaborado por: Los Autores.

La Micro localización es la selección de un sitio específico dentro del área geográfica donde se establecerá el domicilio comercial del proyecto para realizar sus actividades comerciales. El

estudio de la microlocalización sólo indicará cuál es la mejor alternativa de instalación dentro de la región elegida.

Ilustración 4 Micro localización

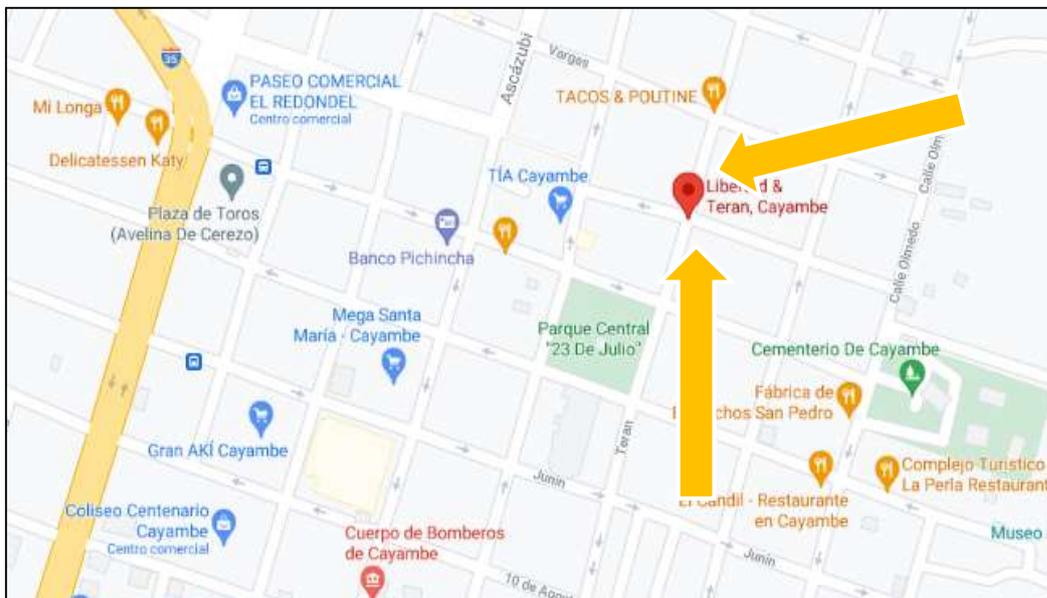


Fuente: Google Maps

Elaborado por: Los Autores.

Micro localización es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para elaborar el proyecto, en el cual se va elegir el punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio, este dentro de la región, y en ésta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido.

Ilustración 5 localización de instalaciones físicas



Fuente: Google Maps
Elaborado por: Los Autores.

En la micro localización deben tomarse varios aspectos importantes como la localización urbana, suburbana o rural para el transporte del personal, disponibilidad de servicios, condicionar las vías urbanas y de las carreteras, la recolección de basuras y residuos, restricciones locales Impuestos, tamaño del sitio, forma del sitio, características topográficas del sitio, así como condiciones del suelo en el sitio, entre otras cuestiones.

3.5.2. Análisis y determinación del tamaño óptimo de la empresa

3.5.2.1. Mercado nivel de aceptación

De acuerdo a los 358 encuestados se conoce que el 96% determina el nivel de aceptación que tiene la implementación del dentro de capacitación para emprendedores el mercado.

3.5.2.2. Tecnología

La emergencia del COVID-19 ha traído a nuestras vidas muchos cambios y mucha incertidumbre sobre lo que ocurrirá después de que pase el temblor. Dado que el distanciamiento social llegó para quedarse, al menos por un tiempo, debemos agradecer mucho a las tecnologías que nos están ayudando a sustituir en casa muchas de las rutinas que más valoramos, como el trabajo y la educación. En este punto, sin embargo, muchos se preguntarán cómo garantizamos la calidad de la educación de ahora en adelante, en la distancia.

1. Redes sociales: Instagram, Facebook, WhatsApp business

Utilizadas en el ámbito comercial potencian las ventas de los negocios, la visibilidad de las marcas y fortalecen las relaciones con los clientes.

2. Dropbox

Útil si requieres enviar documentos o archivos, fotos o videos. Este servicio es gratuito y también te será de utilidad si solo necesitas almacenar gran cantidad de información.

3. Trello

Este es un excelente ejemplo de herramienta TIC en las empresas. Trello es una plataforma para organizar y gestionar tareas, campañas, proyectos o ideas.

Permite tener un panorama general de lo que se está haciendo o debe realizarse, quiénes están trabajando en ello y hasta dónde se ha avanzado.

4. Suite de Google

Una plataforma completa que integra correo electrónico corporativo, almacenamiento de dato en línea, servicio de reuniones virtuales, calendario, plantillas para presentaciones o informes, hojas de cálculo y más funcionalidades.

5. Google Analytics

Esta herramienta gratuita de Google es utilizada para monitorear el estado de los sitios web. Proporciona datos en tiempo real a las empresas sobre el comportamiento de los usuarios dentro del sitio: número de visitas, tiempo de permanencia en páginas, dispositivos desde el cual se conectan, países, entre otra información.

6. Hootsuite

Esta herramienta TIC es usada para gestionar y monitorear las redes sociales. Ayuda con la programación de las publicaciones, las actualizaciones de contenido, hacer seguimiento a la interacción de los usuarios y todo desde un mismo panel.

7. Slack

Esta es una interfaz que permite la comunicación entre los equipos, con algunas características avanzadas para mejorar el trabajo colaborativo. Su versión gratuita permite acceder a las funciones básicas y hasta 10 mil mensajes entre personas.

Esta TIC también es empleada de forma más profesional por algunas marcas en el campo del marketing conversacional como chatbot para entregar una experiencia mejorada a sus clientes.

8. CRM de HubSpot

Permite tener toda la trazabilidad de la relación con los clientes en cuanto a ventas. Además, permite estructurar y ejecutar todas las campañas de marketing de contenidos para atraer y convertir.

9. Wordpress

Ofrece todo lo que necesitas para crear un sitio web, un blog y hasta un e-commerce de excelente calidad. Es una herramienta TIC sencilla e intuitiva de manejar.

Los equipos adquiridos para la puesta en marcha del centro de capacitación, en base a las normas contables establecidas se estima que tendrá una vida útil de 5 años, en donde se

brindará capacitaciones en línea con aplicaciones como ZOOM el cual tiene un número máximo de 300 asistentes, estimando 269 estudiantes por mes y 3228 estudiantes al año.

3.5.2.3. Disponibilidad de talento humano

La estructura organizacional es el sistema jerárquico escogido para organizar a los trabajadores en un organigrama de una empresa. Gracias a ella, se abordan las formas de organización interna y administrativa. El reparto del trabajo en áreas o departamentos se ramifica en un árbol.

Se podría decir que la estructura de la organización es el modo de planificar su trabajo y repartir formalmente sus responsabilidades, es el esqueleto que la sostiene.

Una estructura organizacional bien planificada sirve para enfocar esfuerzos hacia los objetivos y que todos los departamentos crezcan en la misma dirección. Si no se ha desarrollado convenientemente, los empleados quedan desconcertados por la falta de autoridad, falla la coordinación, y la toma de decisiones es más lenta. El rendimiento económico de la empresa a largo plazo podría verse afectado.

La estructura organizativa de una empresa es fundamental para que todos los trabajadores entiendan cómo funciona la organización. Con la cadena de mandos clara, los empleados ganan en seguridad y mejora la orientación de los recién incorporados a la empresa.

3.5.2.4. Financiamiento

Para la implementación de del centro de capacitación en el cantón Cayambe se requiere de una inversión total de \$ 97055.00, mismos que 75% que corresponde

Aporte socios: \$ 72792.00

Capacidad de endeudamiento: Ban Ecuador financiará el 25% del costo de proyecto, 15.6 % de interés, los cuales son: 24.264.00

3.4.5.2 Capacidad Instalada

En función al estudio de mercado realizado se da a conocer que el mercado meta está dispuesto a adquirir 10800 capacitaciones anuales, la tecnología que se va a adquirir permitirá brindar el servicio a 62038 habitantes, los recursos humanos necesarios para el desarrollo del proyecto estará conformado de personal académico y administrativo, los mismos que estarán distribuidos en las distintas áreas de instalación del centro de capacitación y el financiamiento del proyecto en que dispone de máximo de \$ 97055.00

los cuales se pueden brindar el servicio de 10800 capacitaciones anuales, la capacidad instalada del proyecto será: 10800 capacitaciones por año.

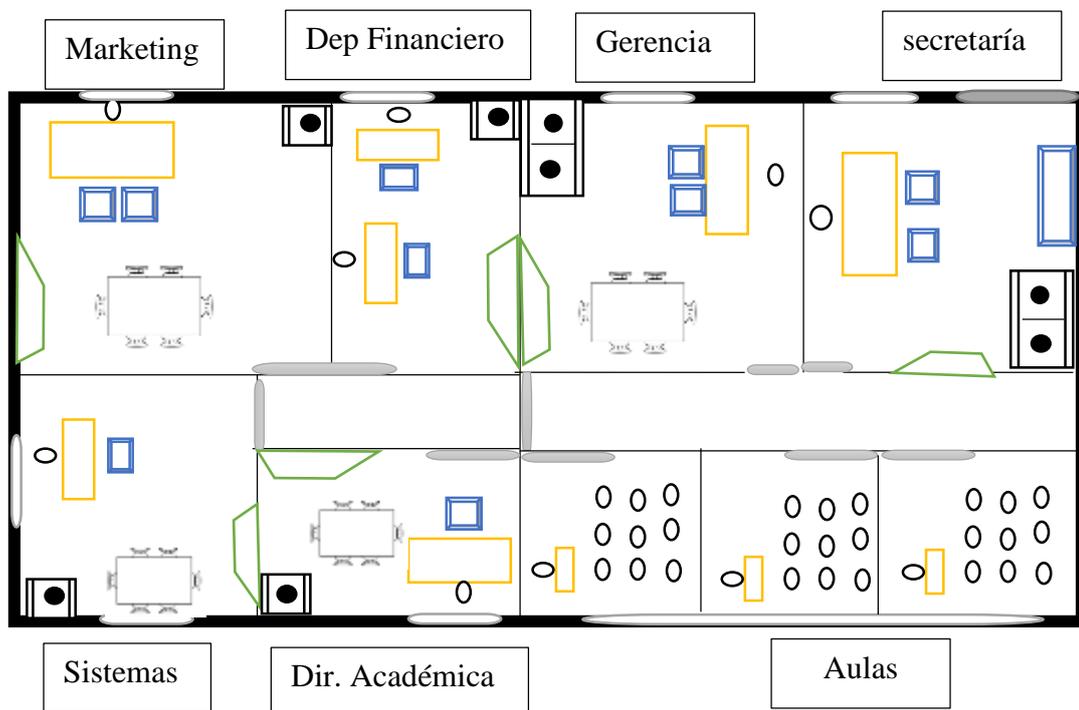
3.5.3. Ingeniería del proyecto

3.5.3.1. Distribución de la planta

La distribución en planta implica la ordenación física de los elementos que se necesitan para llevar a cabo la puesta en marcha el proyecto de emprendimiento. Esta ordenación, en el proyecto, incluye, tanto los espacios necesarios para impartir clases virtuales y las distintas áreas necesarias para la realización de actividades, como el equipo de trabajo y el personal docente y administrativo. Cada uno de estos espacios están distribuidos en oficinas (cubículos) de 4 metros cuadrados para el área de sistemas secretaria, y dirección académica, mientras que para las áreas de aulas serán de 3.50 metros debido a que la mayor parte de las clases impartidas serán de manera online.

3.5.3.2. Diseño planimétrico de la planta

Ilustración 6 Requerimientos por áreas



3.5.3.3. Requerimientos por áreas

Gerencia

En la gerencia esta encargada una persona que ocupa un puesto de alta dirección dentro de la organización. El gerente tiene a su cargo el destino de los asuntos más importantes de una empresa. Por eso se necesita que su trabajo y funciones se realicen de forma eficiente. Para el mejor desempeño de sus funciones, el gerente debe ser muy creativo, proactivo y cumplir con sus funciones generales.

Secretaria

Elabora, organiza, concede y coordina la agenda de acuerdo a prioridades, a clientes internos y externos. Relaciones Públicas Expresión oral Receptar y entregar correspondencia que ingresa a la Dirección.

Departamento marketing

Marketing de una empresa debe manejar y coordinar estrategias de venta. Esta es su función principal. Además, debe obtener ganancias al mismo tiempo de satisfacer los requerimientos y necesidades del cliente.

Departamento de financiamiento

Sus principales funciones son: planificación, presupuestos, inversión, financiación, gestión de ingresos, gestión de gastos, gestión de liquidez, gestión de impuestos

Departamento de sistemas

El área de sistemas se encarga de la red informática que interconecta a la empresa, las computadoras que están a disposición de los usuarios y/o que prestan servicios a las computadoras personales, así como de las aplicaciones y programas instalados en ellas y los servicios de uso general.

Director académico

Un director académico es responsable de desarrollar y administrar el plan de instrucción para una institución académica.

3.5.4. Identificación y descripción de los procesos

Un proceso es un conjunto de actividades planificadas que implican la participación de un número de personas y de recursos materiales coordinados para conseguir un objetivo previamente identificado.

3.5.4.1. Caracterización y diseño del servicio

3.5.4.1.1. Características del servicio

El servicio a ofrecer se caracterizará por ser capacitaciones online en el cual los emprendedores del cantón Cayambe pueden acceder a capacitaciones tales como temas de interés los cuales son: atención al cliente, manejo de inventarios, constitución de empresas, actualización de la normativa empresarial.

Cada uno de los temas a tratar serán impartidos por docentes o tutores profesionales en las distintas ramas que el emprendedor requiera, y en horarios establecidos.

3.5.4.1.2. Alcance del servicio

El alcance que tendrá el servicio de capacitación será brindar a los emprendedores del cantón Cayambe, talleres, otorgándoles un certificado avalado por el Secretaria Técnica del Sistema Nacional de Cualificaciones (SETEC)

3.5.5. Recursos que se utilizará para ofrecer el servicio

3.5.5.1. Tecnológico

Para brindar el servicio de capacitación se requiere del recurso tecnológicos los cuales son: computadoras, laptops, micrófonos, cámaras y el servicio de internet.

3.5.5.2. Humano

Profesionales altamente calificados y responsables los cuales impartirán clases online abordando temas que los emprendedores requieran, de la misma manera se contará con personal administrativo el cual llevará a cabo funciones específicas.

3.5.5.3. Físicos

Se requiere las instalaciones físicas la cual funcionarán como oficinas para la atención al cliente, aulas en donde se impartirán las capacitaciones, oficinas en donde se instalará el personal tanto administrativo como académico.

3.5.6. Tipo de personal

3.5.6.1. Secretaria

La labor designada para el área de secretaría también se encargará de brindar atención al cliente, ingreso de datos de los clientes y apoyo administrativo

3.5.6.2.Tutores/docentes

Será personal contratado por horas, el centro de capacitación tiene un enfoque en el cual brinda capacitaciones en línea en donde los docentes requeridos para realizar esta actividad laborarán en horarios parciales.

3.5.6.3.Administrativos

La labor a desempeñar del personal administrativo es el planteamiento estratégico, programación del proceso de capacitación, obtención de recursos financieros, organización de los elementos personales y materiales; información, comunicación, control y evaluación de resultados.

3.5.6.4.Técnico

El centro de capacitación contará con el personal técnico calificado el cual desempeñará funciones específicas como: realizar el mantenimiento periódico de los sistemas, instalar y configurar la tecnología adecuada que servirá para el normal funcionamiento de la misma y brindar asesoría del funcionamiento de los sistemas operativos, aplicaciones y programas.

3.5.6.5.Descripción de la prestación del servicio

Como primer paso para la capacitación online se procede a la planificación curricular, en donde se determina la planificación semestral que está compuesta por, diagnóstico del mercado, generación de propuesta, propuesta de capacitación, evaluación de la propuesta estableciendo horarios, perfiles, programas y servicios a ofrecer; así mismo para elaborar la planificación de contenidos es necesario definir objetivos, conocer el presupuesto, mismo que permite conocer los recursos necesarios; por otro lado, también se establece la logística para llevar a cabo el proceso del servicio de capacitación, diseñando los contenidos los mismos que servirán de apoyo para el correcto desarrollo del servicio de capacitación al cliente. En la fase control de recursos se pretende verificar la necesidad de los mismos permitiendo establecer requerimientos necesarios, asignando recursos a las áreas designadas para brindar un servicio óptimo al cliente.

Mediante el proceso de venta se brindará una atención personalizada al cliente, en el cual se impartirá información de los distintos temas que el centro de capacitación ofrecerá, así como el cronograma de convocatoria, como se lleva a cabo el proceso de admisión, los requisitos que tienen que cumplirse previo a la entrega del servicio, para posteriormente llegar a la facturación con los datos otorgados por parte del cliente.

Finalmente, el proceso de cadena de valor propuesta para el desarrollo de la capacitación online para emprendedores concluye con la entrega del servicio, capacitando a sus clientes, solventando dudas mediante una clase dinámica y participativa, de la misma manera se suministrará material didáctico el cual se facilitará el aprendizaje, seguido de una evaluación simplificada en donde se pondrá a prueba los conocimientos captados por asistentes, concluyendo el proceso de capacitación con la emisión de certificaciones los mismos que estarán avalados por la SETEC.

3.5.7. Estructura organizativa y administrativa

3.5.7.1.Misión

Somos una empresa dedicada a brindar capacitación online a emprendedores facilitando la inserción en el mercado comercial, a través de una oferta formativa, impartiendo conocimientos que se encuentran a la vanguardia respecto de las diferentes áreas en el entorno empresarial, satisfaciendo sus necesidades y contribuyendo así al desarrollo personal y empresarial.

3.5.7.2.Visión

Para el año 2025 “CCE” será una institución líder en el mercado regional de capacitación brindando excelencia contribuyendo con calidad, compromiso y responsabilidad en el desarrollo de la actitudes y aptitudes de los emprendedores en beneficio de su empresa y de ellas mismas.

3.5.7.3.Políticas

3.5.7.3.1. Políticas de operación

- Garantizar seguridad del servicio y cumplimiento con las políticas, principios y valores impuesta en la empresa.
- Respetar la privacidad de cada uno de los clientes
- Asegurar una mejora continua del servicio, ofreciendo un servicio que exceda las expectativas del cliente
- Implicar el compromiso de todos los servidores para ofrecer una cadena de valor y construir una marca confiable
- Contribuir con el bienestar personal y social de los clientes

3.5.7.3.2. Políticas del personal

- Capacitar continuamente para el desarrollo personal de cada uno de los clientes
- Ofrecer ascensos por el desempeño del trabajador.

- Sancionar por el incumplimiento de las normas de la empresa
- Actualizar al personal en el uso de las nuevas tecnologías para el bien de la empresa
- Asegurar un lugar óptimo para el desarrollo de las actividades del personal

3.5.5.4. Valores

Servicio. - Trabajar con los demás y para los demás, con objeto de satisfacer las necesidades de los emprendedores de quienes confían en nuestra institución y siempre atender a las personas con calidez, interés y respeto.

Calidad. - Mejorar con creatividad continuamente nuestro trabajo innovándolo de manera permanente.

Colaboración. -Colaboramos para lograr los objetivos de nuestra institución, teniendo como fundamento la integridad y el compromiso personal, conscientes de que somos un equipo y de que contamos todos con todos.

Honestidad. -Vivimos la integridad de siempre y en todas nuestras acciones.

Respeto. -Valoramos la diversidad de formas de pensar y aceptamos realizar lo que procede, conforme al recto juicio.

Responsabilidad. -Todo nuestro trabajo lo orientamos siempre a resultados favorables.

3.5.5.5. Marca e imagen corporativa

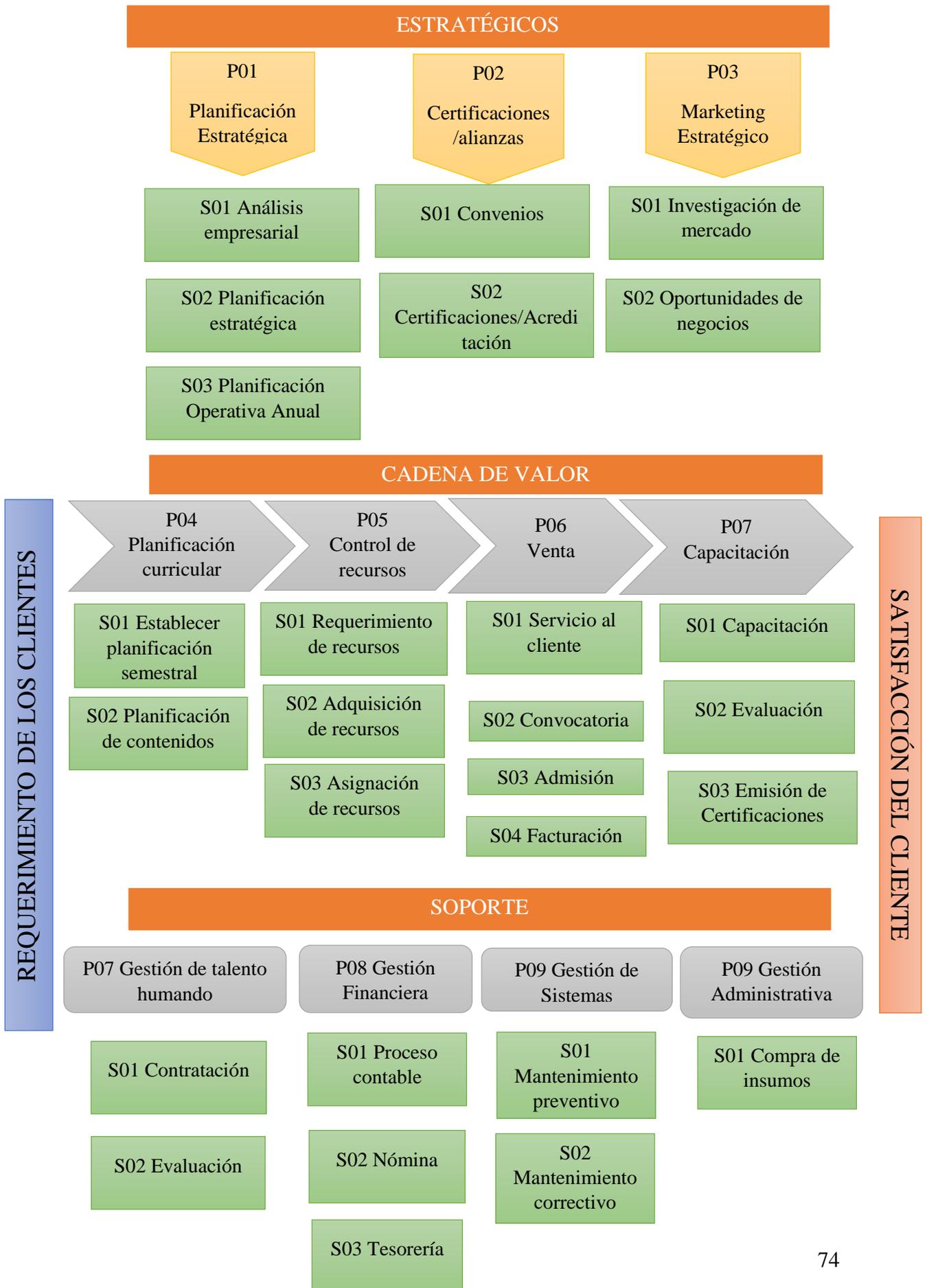
Ilustración 7 Logo



Fuente: Propia

Elaborado por: Los Autores.

3.5.5.6. Mapa de procesos

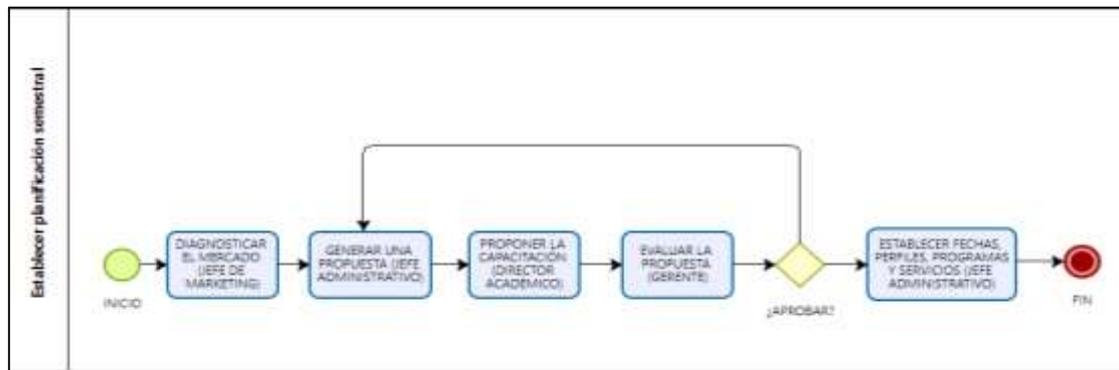


3.5.5.7. Flujograma de actividades

Para el desarrollo de la diagramación de proceso se usó la plataforma Bizagi la cual es un sitio de ofimática con dos productos complementarios, un Modelador de Procesos y un Sitio de BPM. es un Freemium utilizado para diagramar, documentar y simular procesos usando la notación estándar. Bizagi es una solución de Gestión de procesos de negocio que le permite a las organizaciones ejecutar procesos o flujos de trabajo.

Se representa de manera gráfica, secuencial y lógica a los procesos con las mejores propuestas, documentos generados en cada actividad y puntos críticos que deben ser controlados o medidos para garantizar la eficacia del proceso de capacitación a los emprendedores del cantón Cayambe, cada uno de procesos conlleva a una actividad específica que se debe cumplir para llevar a cabo un servicio de calidad hacia el cliente.

Ilustración 8 Establecer planificación semestral

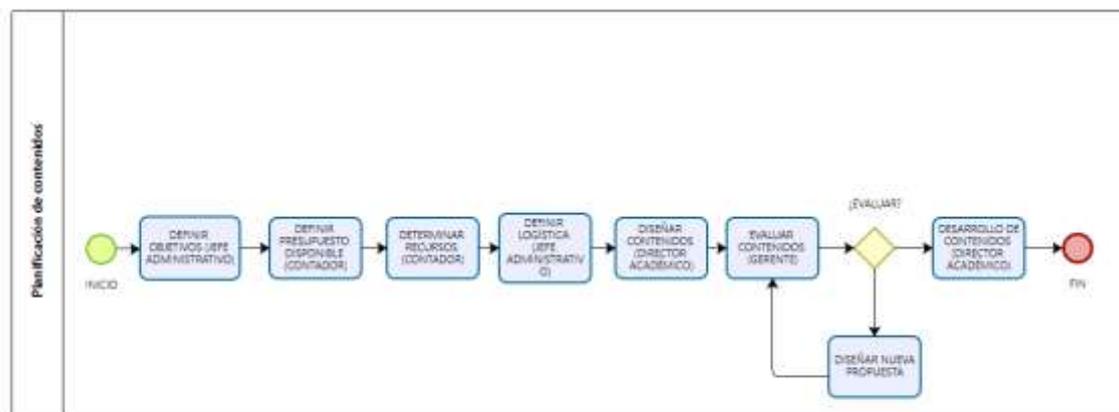


Fuente: Propia

Elaborado por: Los Autores.

La planificación es la estructuración de una serie de acciones que se llevan a cabo para cumplir determinados objetivos. La planificación es entonces, en términos generales, la definición de los procedimientos y estrategias a seguir para alcanzar ciertas metas.

Ilustración 9 Planificación de contenidos

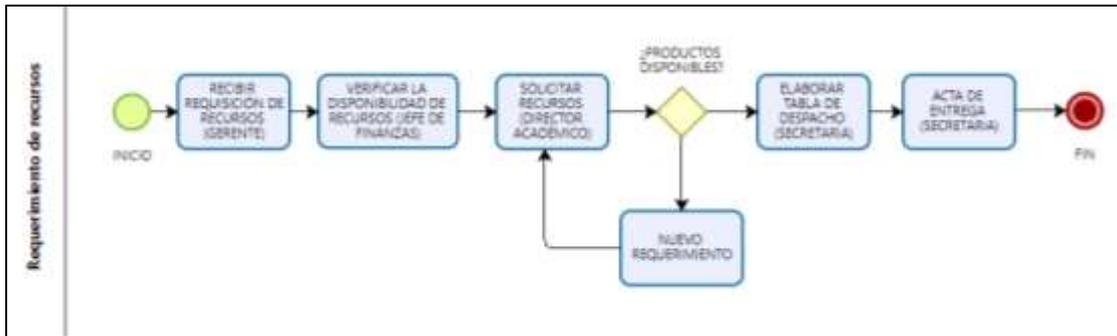


Fuente: Propia

Elaborado por: Los Autores.

Planificar tus contenidos te permitirá comunicar tu propuesta de valor para que generes preferencia frente a otras opciones. Además, te ayudará a captar la atención de tu público objetivo, despertar su interés, conquistarlo y convertirlo finalmente en cliente.

Ilustración 10 Requerimiento de recursos

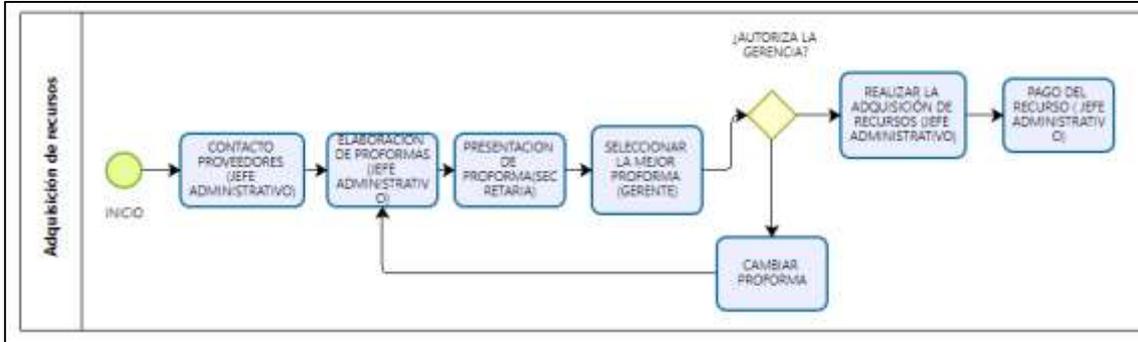


Fuente: Propia

Elaborado por: Los Autores.

Se debe tener identificados los insumos que van a ser utilizados en el proceso de producción, para fabricar el producto o el servicio objetivo.

Ilustración 11 Adquisición de recursos

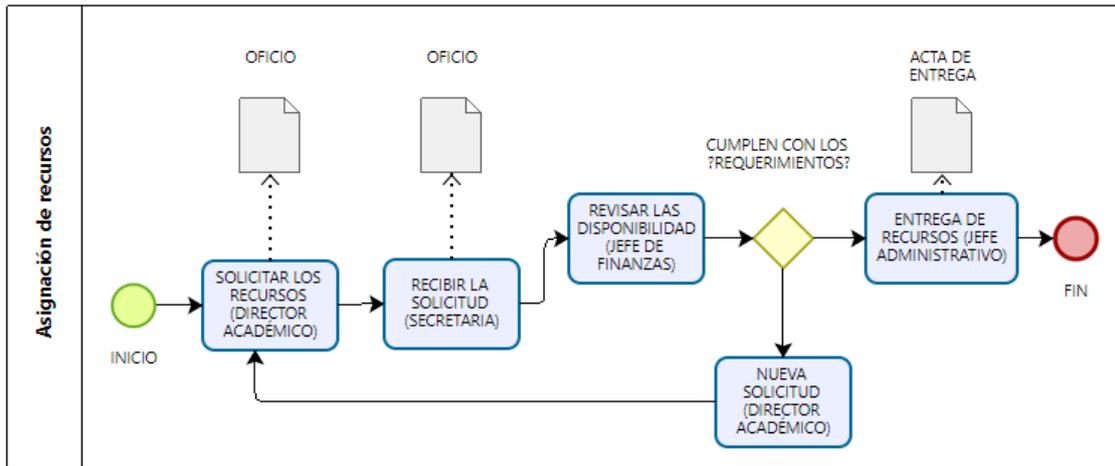


Fuente: Propia

Elaborado por: Los Autores.

La adquisición es el acto de obtener algún producto o servicio mediante una transacción. Esto exige que el demandante realice una orden de compra y que el pago sea aceptado por el ofertante.

Ilustración 12 Asignación de recursos

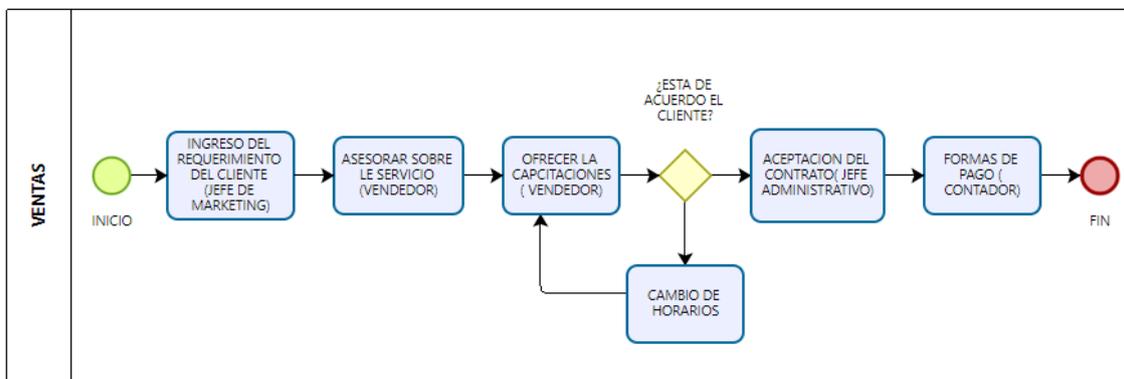


Fuente: Propia

Elaborado por: Los Autores.

La asignación de recursos es la distribución de activos productivos en sus diferentes usos. El asunto de la asignación de recursos se origina de cómo las sociedades buscan balancear los recursos limitados como el capital, el trabajo y la tierra, frente a las diversas e ilimitadas necesidades de sus integrantes.

Ilustración 13 Ventas

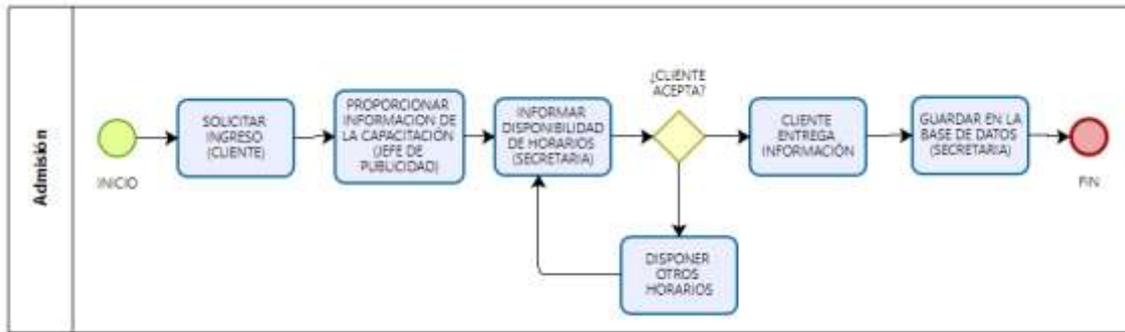


Fuente: Propia

Elaborado por: Los Autores.

Un proceso de venta recopila información y te ayuda a entender cuáles son los problemas, inquietudes y dificultades que el consumidor pretende desvanecer. De esta manera podremos comprender el propósito de la compra e identificar sus necesidades.

Ilustración 14 Admisión

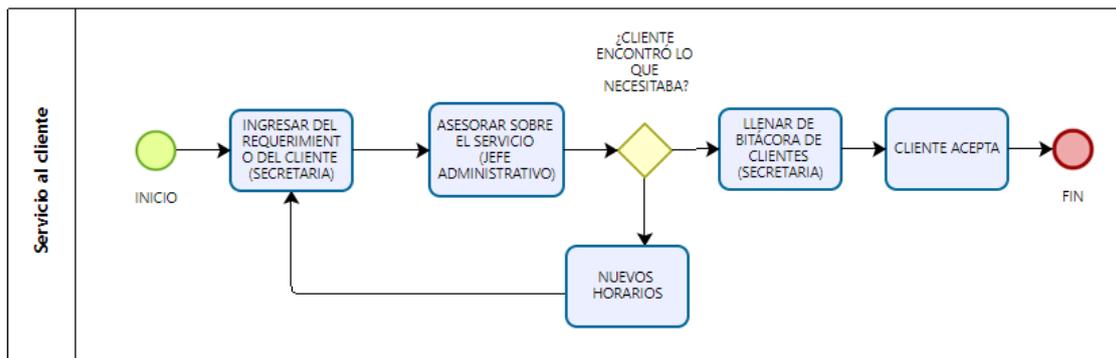


Fuente: Propia

Elaborado por: Los Autores.

Para el proceso de la admisión en el centro de capacitación se inicia con la solicitud de ingreso proporcionando la información del curso a capacitarse y finalizando con el registro en la base de datos.

Ilustración 15 Servicio al cliente

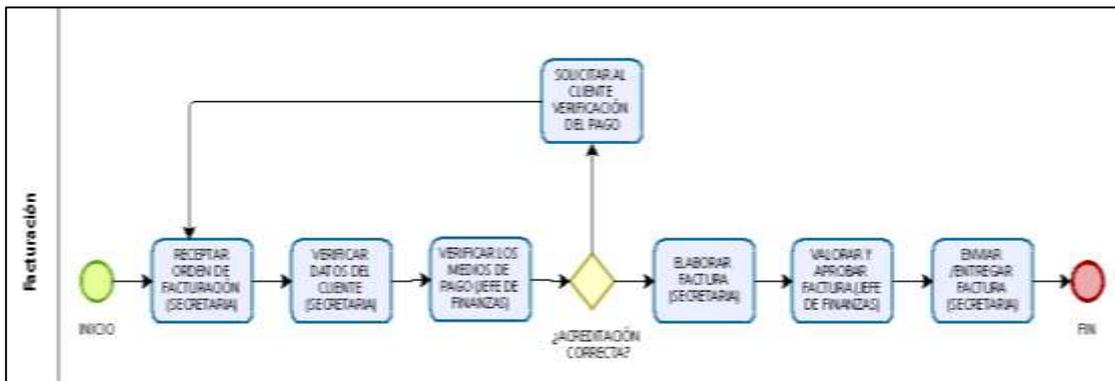


Fuente: Propia

Elaborado por: Los Autores.

El servicio al cliente es considerado un elemento esencial ya que de eso depende cada empresa un buen servicio atare más a un cliente empezando con el asesoramiento del curso a capacitar y sus beneficios para que el cliente quede satisfecho con la información.

Ilustración 16 Facturación

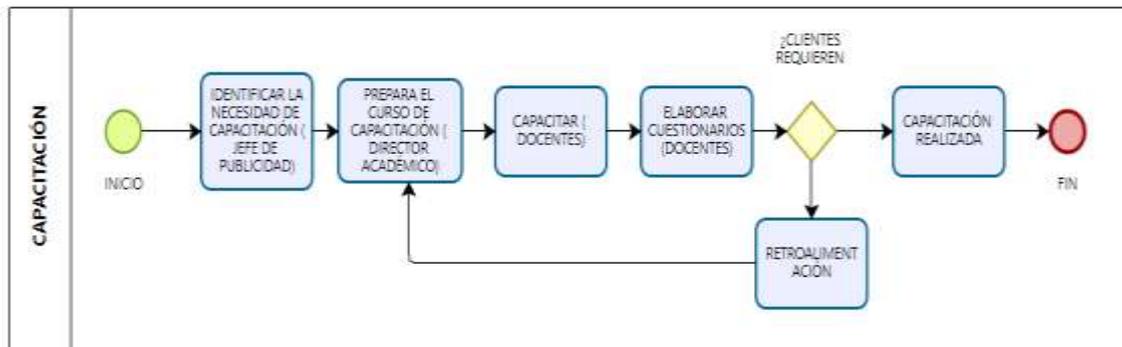


Fuente: Propia

Elaborado por: Los Autores.

El servicio al cliente es considerado un elemento esencial ya que de eso depende cada empresa un buen servicio atare más a un cliente empezando con el asesoramiento del curso a capacitar y sus beneficios para que el cliente quede satisfecho con la información.

Ilustración 17 Capacitación

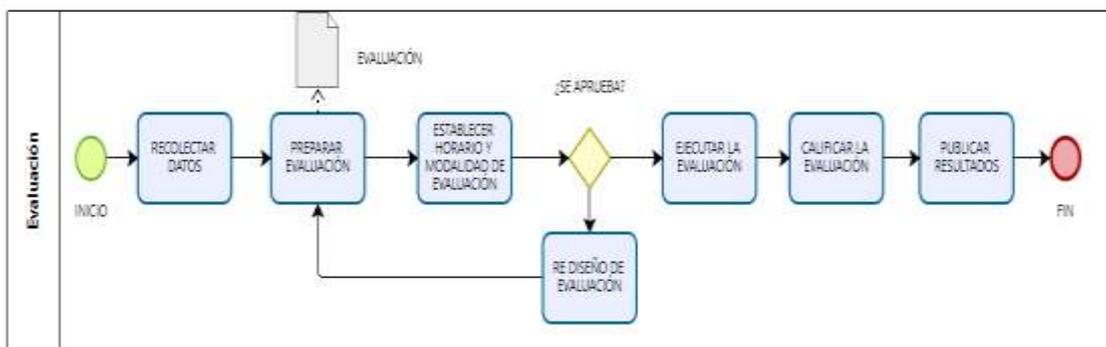


Fuente: Propia

Elaborado por: Los Autores.

El proceso de capacitación se inicia con la necesidad de la capacitación al cliente, preparación del curso si el cliente lo requiere, se realiza la respectiva capacitación caso contrario se realiza una retroalimentación.

Ilustración 18 Evaluación

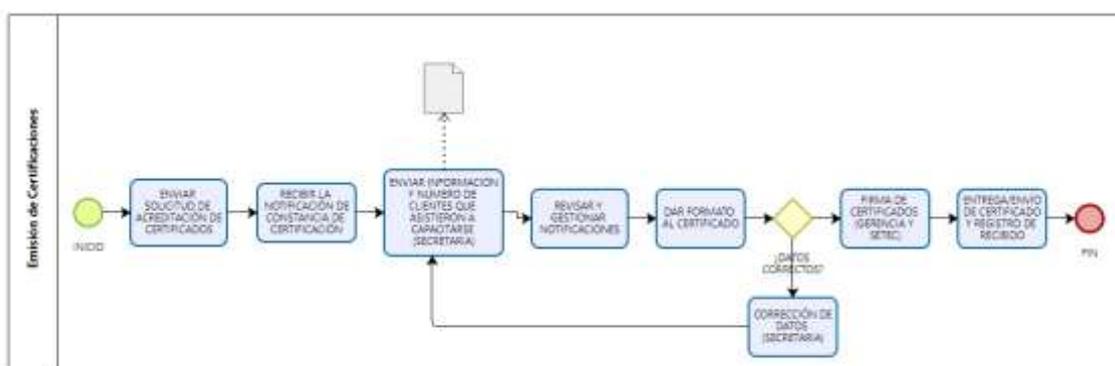


Fuente: Propia

Elaborado por: Los Autores.

El proceso de evaluación se recolecta los datos para la preparación, pasando para su respectiva aprobación por parte de la gerencia caso contrario se realiza el respectivo rediseño de la evaluación.

Ilustración 19 Emisión de certificaciones



Fuente: Propia

Elaborado por: Los Autores.

El proceso de certificación se lo lleva conjuntamente con la SETEC ya que es la institución avalada para la entrega de las mismas en el cual se inicia con él envío de solicitud de certificación y finalizando con el respectivo envío al cliente.

3.5.5.8. Descripción del diagrama de flujo

Tabla 13 Matriz aclaratoria del P04-S01 Establecer planificación semestral

Proceso	Planificación Curricular	P04
Subproceso	Establecer planificación semestral	S01
Actividad	Descripción	Responsable
Diagnosticar el mercado	Estudiar el mercado de la zona para diagnosticar su factibilidad	Jefe de marketing
Generar una propuesta	Proponer un plan operativo el cual informe los beneficios, riesgos que se tiene al crear una empresa en el sector	Jefe Administrativo
Proponer la capacitación	Realizar una proforma de las actividades, guías para el desarrollo de las actividades	Director académico
Evaluar propuesta	El gerente realiza un análisis, para la validación de la propuesta	Gerente
Establecer fechas, perfiles, programas y servicios.	Generar las actividades pertinentes para el desarrollo del proyecto	Jefe administrativo

Fuente: Propia

Elaborado por: Los Autores.

Tabla 14 Matriz aclaratoria del P04-S02 Planificación de Contenidos

Proceso	Planificación Curricular	P04
Subproceso	Planificación de Contenidos	S02
Actividad	Descripción	Responsable
Definir objetivos	En los objetivos se detalla las metas a conseguir en el proyecto	Jefe Administrativo
Definir Presupuesto disponible	Se debe calcular el coste del proyecto	Contador
Determinar recursos	Identificar cuáles son los recursos humanos, los equipos tecnológicos, materiales a usar en el proyecto	Contador
Definir Logística	Dirigir los materiales y productos desde su inicio hasta la entrega al cliente	Jefe Administrativo
Diseñar Contenidos	Crear bocetos del desarrollo de las actividades	Director Académico
Evaluar Contenidos	Realizar los tests del progreso de los contenidos para identificar el funcionamiento de los contenidos	Gerente
Desarrollo de contenidos	Presentar los contenidos al público es decir ponerlos en práctica.	Director Académico

Fuente: Propia

Elaborado por: Los Autores.

Tabla 15 Matriz aclaratoria del P05-S01 Requerimiento de recursos

Proceso	Control de Recursos	P05
Subproceso	Requerimientos de recursos	S01
Actividad	Descripción	Responsable
Recibir requerimientos de recursos	Identificar los recursos que van hacer utilizados en el transcurso de las actividades	Gerente
Verificar la disponibilidad de recursos	Generar un inventario de recursos disponibles para luego generar una proforma de los recursos faltantes	Jefe de finanzas
Solicitar recursos	Generar una solicitud a el área administrativo de los recursos faltantes para el desarrollo de las capacitaciones	Director Académico
Elaborar Tabla de despacho	Generar un inventario de los recursos recibidos	Secretaria
Acta de entrega	Generar un informe de los recursos recibidos	Secretaria

Fuente: Propia

Elaborado por: Los Autores.

Tabla 16 Matriz aclaratoria del P05-S02 Adquisición de recursos

Proceso	Control de recursos	P05
Subproceso	<i>Adquisición de recursos</i>	S02
Actividad	Descripción	Responsable
Contacto a proveedores	Buscar nuevos proveedores para ofrecer un servicio de calidad	Jefe administrativo
Elaboración de proforma	Generar una solicitud de los recursos faltantes	Jefe administrativo
Presentación de proforma	Entregar la solicitud de los recursos faltantes y necesarios para el desarrollo de las actividades.	Secretaria
Selección de mejor opción	Análisis de las opciones que generan mayor beneficio	Gerente
Autorización	Proveer de una autorización para la compra de los recursos	Gerente
Realizar la adquisición	General el contrato con el proveedor	Jefe Administrativo
Pago del recurso	Realizar el pago al proveedor	Jefe Administrativo

Fuente: Propia

Elaborado por: Los Autores.

Tabla 17 Matriz aclaratoria del P05-S03 Planificación de Contenidos

Proceso	Control de recursos	P05
Subproceso	<i>Asignación de recursos</i>	S03
Actividad	Descripción	Responsable
Solicitar recursos	Realizar una solicitud con los debidos respaldos para su aprobación	Director Académico
Receptar la solicitud	Recepción y entrega a las autoridades de la empresa	Secretaria
Revisar disponibilidad	Evaluar la disponibilidad del recurso en inventario para su aprobación	Jefe Administrativo
Aprobación	Evaluar la solicitud para su aprobación	Gerente
Entrega de recursos	Desembolso del recurso al personal solicitante	Jefe Administrativo

Fuente: Propia

Elaborado por: Los Autores.

Tabla 18 Matriz aclaratoria del P06-S01 servicio al cliente

Proceso	Venta	P06
Subproceso	<i>Servicio al Cliente</i>	S01
Actividad	Descripción	Responsable
Ingresar el requerimiento del cliente	Recepción de preguntas por parte del cliente para pronta explicación	Jefe de Marketing

Asesorar sobre el servicio	Detallar las actividades, objetivos y metas de la empresa	Vendedor
Ofrecer las capacitaciones	Explicar a detalle las capacitaciones ofrecidas por la empresa como las temáticas horarios y beneficios.	Vendedor
Aceptación de contrato	Firma del contrato de aceptación de beneficios como obligaciones	Jefe Administrativo
Forma de pago	Recepción del pago ya sea en efectivo, transferencia o deposito	Contador

Fuente: Propia

Elaborado por: Los Autores.

Tabla 19 Matriz aclaratoria del P06-S03 Admisión

Proceso	Venta	P06
Subproceso	Admisión	S03
Actividad	Descripción de la actividad	Responsable
Solicitud de ingreso	Se obtendrá la solicitud que es presentada por el cliente.	Secretaria
Brindar información de la capacitación	Se informará sobre los distintos temas que imparte el centro de capacitación.	Jefe de Publicidad
Informar sobre la disponibilidad de horarios	Se pondrá en conocimiento los horarios en el cual el cliente encontrará diferentes horarios que pueda acceder a la capacitación	Secretaria
Cliente acepta el cupo para la capacitación	Se procede a la toma de datos para la admisión del cliente.	Secretaria
Guardar información	Se creará una base de datos en la cual se archivará toda la información de los clientes.	Secretaria

Fuente: Propia

Elaborado por: Los Autores.

Tabla 20 Matriz aclaratoria del P06-S04 servicio al cliente

Proceso	Venta	P06
Subproceso	Servicio al cliente	S01
Actividad	Descripción de la actividad	Responsable
Ingreso del requerimiento del cliente	Ingreso de datos personales del cliente, horario que asistirá, tema que se le impartirá.	Secretaria

Brindar asesoría del servicio	Se informará el proceso de capacitación, los docentes que estarán a cargo, y como se llevará a cabo la emisión de certificaciones	Director académico
Llenar bitácora de clientes	Se mantendrá un formato de bitácora para llevar un registro sistemático de los clientes	Secretaria

Fuente: Propia

Elaborado por: Los Autores.

Tabla 21 Matriz aclaratoria del P07-S01 capacitación

Proceso	Capacitación	<i>P07</i>
Subproceso	<i>Capacitación</i>	<i>S01</i>
Actividad	Descripción de la actividad	Responsable
Identificar la necesidad de capacitar	Con los datos obtenidos de la bitácora de clientes se publicita el inicio de capacitación en donde se informará el día, hora y fecha	Jefe de publicidad
Prepara el curso de capacitación	Según los requerimientos de los clientes se preparará los temas de interés de los clientes, el cual tendrá una secuencia hasta finalizar la capacitación	Director académico
Capacitación	Se impartirá las clases online en los horarios establecidos por docentes calificados y conocedores del tema	Docentes
Elaboración de cuestionarios	Al finalizar la capacitación se elaborará un cuestionario el cual el cliente responderá según lo entendido en la capacitación	Docentes
Capacitación finalizada	Al final de la capacitación se realizará una reunión de clausura y agradecimiento	Administración /Gerente

Fuente: Propia

Elaborado por: Los Autores.

Tabla 22 Matriz aclaratoria del P07-S02 evaluación

Proceso	Capacitación	<i>P07</i>
Subproceso	<i>Evaluación</i>	<i>S02</i>
Actividad	Descripción de la actividad	Responsable
Recolección de datos	Se realizará una evaluación con los temas impartidos en las clases online, y estarán dirigidos solo a los asistentes de la capacitación	Docentes
Preparación de evaluación	Con los cuestionarios establecidos se escoge los temas y preguntas que tengan más relevancia para el capacitado	Director académico

Establecimiento de horarios	Según el requerimiento del cliente se establecerá el horario para la ejecución de la evaluación	Secretaria
Ejecución de la evaluación	Los capacitados rinden la evaluación	Director académico / docentes
Calificación de la evaluación	Después se procede a la calificación en el cual si se observa que el capacitado tiene falencias se realizará una retroalimentación	Docentes
Publicación de resultados	Se enviará al email del cliente la información con los resultados de la capacitación recibida, adicional se enviará material didáctico de las clases impartidas	Secretaria

Fuente: Propia

Elaborado por: Los Autores.

Tabla 23 Matriz aclaratoria del P07-S03 Emisión de certificados

Proceso	Capacitación	P07
Subproceso	Emisión de certificaciones	S03
Actividad	Descripción de la actividad	Responsable
Envío de solicitud para la certificación	Se envía solicitud para certificaciones a la institución competente	Jefe administrativo
Envío del número de clientes que asistieron a la capacitación	Coordinara el número de asistentes para las emisiones de certificaciones	Secretaria
Recepción de las certificaciones	Se encargará de la recepción de los certificados que previamente estén firmados	Secretaria
Revisión y gestión de notificaciones	Al momento de la recepción se verificará que no haya errores en las emisiones	Secretaria
Incluir el formato de certificado	Se validará el formato de la certificación para luego entregar a gerencia para su aprobación	Director académico
Firma por parte del ente certificador	El gerente de la entidad firmará las certificaciones correspondientes	Setec
Entrega/envío de certificaciones	Se entregará/enviará las certificaciones correspondientes	Secretaria

Fuente: Propia

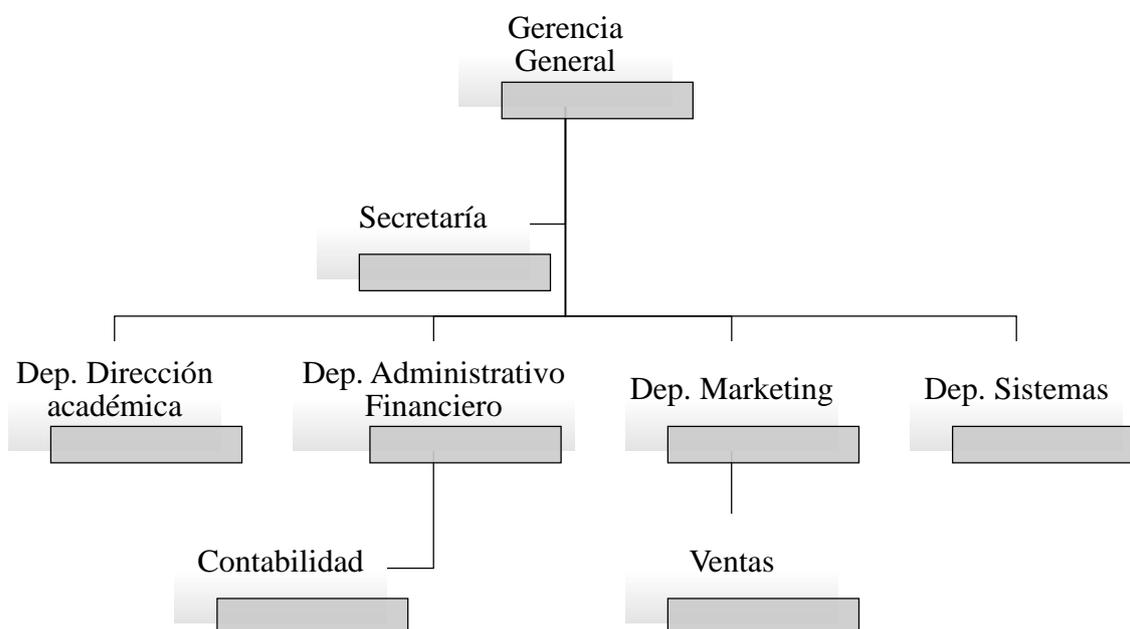
Elaborado por: Los Autores.

3.5.5.9. Organigrama

3.5.5.9.1. Organigrama vertical- estructural

El presente organigrama se debe a que el centro de capacitación al iniciar sus operaciones contará con el personal estrictamente necesario y óptimo para cubrir con la necesidad que el cliente requiera con el fin de cubrir las necesidades de cada uno de los emprendedores, cabe recalcar que el organigrama actual en un lapso de 3 años tendrá modificaciones en función del crecimiento del centro de capacitación.

Ilustración 20 Organigrama



Elaborado por: Los Autores.

Fuente: Propia

3.5.5.10. Manual de funciones

Tabla 24 Manual de funciones gerente

	CENTRO DE CAPACITACIÓN PARA EMPRENDEDORES ONLINE MANUAL DE FUNCIONES	Codificación: C-01 Versión: 01 Fecha de vigencia: 27 de julio 2021
	1. DESCRIPCIÓN DEL CARGO 1.1 IDENTIFICACIÓN	
Nombre del cargo: Gerente	Dependencia: secretaria	
Jefe inmediato superior: máxima Autoridad	Número de personas a cargo: Secretaría, Dep. Dirección Académica, Dep. Administrativo Financiero,	

	Dep. marketing, Dep. Sistemas.
1.2 Objetivo: Apoyar en las actividades como clasificación, registro, redactar documentos que asigne la gerencia.	
1.3 Funciones esenciales: Recepción, clasificar y tramitar la correspondencia del Gerente Verificar los documentos de la empresa Preparar y ordenar documentos para reuniones. Preparar agenda de actividades de la Gerencia.	Perfil del cargo Título de tercer nivel Experiencia mínima de 2 años en cargos similares Conocimiento sobre centros de capacitación Capacitaciones en negocios online.

Elaborado por: Los Autores.

Fuente: Propia

Tabla 25 Manual de funciones secretaria

	CENTRO DE CAPACITACIÓN PARA EMPRENDEDORES ONLINE MANUAL DE FUNCIONES	Codificación: C_02 Versión: 01 Fecha de vigencia: 27 de julio 2021
1. DESCRIPCIÓN DEL CARGO		
1.1 IDENTIFICACIÓN		
Nombre del cargo: Secretaria	Dependencia: Secretaria	
Jefe inmediato superior: Gerente	Número de personas a cargo: Dep. Dirección Académica, Dep. Administrativo Financiero, Dep. marketing, Dep. Sistemas.	
1.2 Objetivo: Coordinar las operaciones financieras, administrativas y comerciales de empresa mediante la planificación continua de las actividades para controlar el proceso judicial y legal de la empresa.		
1.3 Funciones esenciales: Responsable de organizar, coordinar y supervisar las operaciones de la empresa Responsable del sistema de control interno de la empresa Representar judicial y legal a la empresa Aprobar manual de organización y funciones Ejercer la dirección administrativa, financiera y operativa.	Perfil del cargo Título de tercer nivel Experiencia mínima de 2 años en cargos similares Conocimiento sobre centros de capacitación Capacitaciones en negocios online.	

Elaborado por: Los Autores.

Fuente: Propia

Tabla 26 Manual de funciones jefe administrativo

	CENTRO DE CAPACITACIÓN PARA EMPRENDEDORES ONLINE MANUAL DE FUNCIONES	Codificación: C-03 Versión: 01 Fecha de vigencia: 27/07/2021
	1. DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
1.1. IDENTIFICACIÓN		
Nombre del cargo: Jefe Administrativo y financiero	Dependencia: Departamento Administrativo y Financiero	
Jefe inmediato superior: Gerente	Cargos dependientes: Contador Jefe de Talento Humano	
1.2 Objetivo: Planificar las actividades administrativas, financieras y operativas mediante el uso de los lineamientos y políticas aprobadas con el fin de facilitar el funcionamiento de las empresas.		
1.3 Funciones principales: -Elaborar el plan operativo anual del área administrativa y financiera. -Procesar las transacciones bancarias -Supervisar los Estados Financieros -Control de activos de la empresa	Perfil del cargo: Título de tercer nivel en áreas financieras Experiencia de 2 años en cargos de dirección financiera y administrativa.	

Elaborado por: Los Autores.

Fuente: Propia

Tabla 27 Manual de funciones Contador

	CENTRO DE CAPACITACIÓN PARA EMPRENDEDORES ONLINE MANUAL DE FUNCIONES	Codificación: C-04 Versión: 01 Fecha de vigencia: 27/07/2021
	1. DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
1.1. IDENTIFICACIÓN		
Nombre del cargo: Contador	Dependencia: Departamento Administrativo y Financiero	
Jefe inmediato superior: Jefe Administrativo	Cargos dependientes: Ninguno	
1.2 Objetivo: Contribuir con los servicios profesionales los cuales ayudan con el manejo financiero, administrativo y social de acuerdo a la organización de cada empresa.		
1.3 Funciones principales: -Elaborar balances financieros -Elaborar estados financieros -Registro mensual de documentos. -Informes al SRÍ	Perfil del cargo: Título de tercer nivel en contabilidad. Experiencia de 2 años como contador autorizado.	

Elaborado por: Los Autores.

Fuente: Propia

Tabla 28 Manual de funciones administrador financiero

	CENTRO DE CAPACITACIÓN PARA EMPRENDEDORES ONLINE MANUAL DE FUNCIONES	Codificación: C-06 Versión: 01 Fecha de vigencia: 27/07/2021
	1. DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
1.1. IDENTIFICACIÓN		
Nombre del cargo: Administrador /Financiero	Dependencia: Departamento Administrativo/Financiero	
Jefe inmediato superior: Gerente	Cargos dependientes: Contador	
1.2 Objetivo: Planificar, organizar, controlar y dirigir todas las actividades de carácter administrativo-financiero, con el propósito de lograr un uso racional de los recursos físicos, humanos, materiales y económicos del CCE.		
1.3 Funciones principales: -Planificación anual financiera -Medir la productividad del recurso humano. -Realizar informes mensuales sobre la adecuada utilización en general de activos fijos del centro de capacitación, de acuerdo a la normativa vigente. -Coordinar las acciones necesarias para la aprobación del presupuesto anual u otro tramite pertinente al tema financiero del centro de capacitación. -Acatar las tareas y/o funciones designadas por el gerente del centro de capacitación.	Perfil del cargo: Título de tercer nivel en: Administración Financiera, Contabilidad y Auditoría CPA y/o Economía. Experiencia de 2 años en cargos de dirección Financiera.	

Elaborado por: Los Autores.

Fuente: Propia

Tabla 29 Manual de funciones jefe de marketing

	CENTRO DE CAPACITACIÓN PARA EMPRENDEDORES ONLINE MANUAL DE FUNCIONES	Codificación: C-07 Versión: 01 Fecha de vigencia: 27/07/2021
	2. DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
2.1. IDENTIFICACIÓN		
Nombre del cargo: Jefe de Marketing	Dependencia: Departamento de Marketing	
Jefe inmediato superior: Gerente	Cargos dependientes: Jefe de Publicidad Jefe de Ventas	
1.2 Objetivo:		

Mantener la presencia del centro de capacitación en el mercado, mediante una efectivo labor de mercadotecnia, orientada al desarrollo de nuevos negocios tanto a nivel local como regional.	
1.3 Funciones principales: -Diseñar un plan estratégico de marketing acorde a los objetivos del centro de capacitación. -Establecer evaluaciones mensuales el cual permita conocer el avance y los resultados de las ventas. -Realizar la planeación estratégica de mercadeo, que permita modificaciones y aceptaciones para brindar un mejor servicio en diferentes ambientes. -Elaborar y dar seguimiento a los planes de comercialización de los servicios.	Perfil del cargo: Título de tercer nivel en: Marketing. Experiencia de 2 años en cargos de dirección en Marketing, ventas, publicidad, campañas de marketing digital comprobada, gestión de proyectos.

Elaborado por: Los Autores.

Fuente: Propia

Tabla 30 Jefe de sistemas

	CENTRO DE CAPACITACIÓN PARA EMPRENDEDORES ONLINE MANUAL DE FUNCIONES	Codificación: C-08 Versión: 01 Fecha de vigencia: 27/07/2021
1. DESCRIPCIÓN DEL CARGO		
1.1. IDENTIFICACIÓN		
Nombre del cargo: Jefe de Sistemas	Dependencia: Departamento de Sistemas	
Jefe inmediato superior: Gerente	Cargos dependientes: Jefe de Mantenimiento	
1.2 Objetivo: Asegurar la optimización y el aprovechamiento de las capacidades internas de desarrollo y mantenimiento de los proyectos de sistemas de información, así como la coordinación con los proveedores externos de desarrollo de sistemas		
1.3 Funciones principales: -Conducir las actividades diarias del equipo, ejerciendo un control sobre los resultados, plazos y calidad. -Planear, organizar, Dirigir y Controlar, el funcionamiento del Área de Sistemas. -Mantener al día las copias de seguridad de la información del centro de capacitación -Proponer, elaborar e implantar nuevos sistemas necesarios en el centro de capacitación. -Proponer, aplicar y controlar buenas prácticas en el proceso de desarrollo de sistemas. Cumplir con las normas y procesos establecidos en el sistema de gestión de calidad de la Dirección.	Perfil del cargo: Título de tercer nivel en: Sistemas, Informática y/o Telecomunicaciones Experiencia de 3 años en trabajos de gestión de proyectos de construcción de sistemas informáticos y de supervisiones personales área desarrollo de sistema.	

--	--

Elaborado por: Los Autores.

Fuente: Propia

Tabla 31 Manual de funciones ventas

	CENTRO DE CAPACITACIÓN PARA EMPRENDEDORES ONLINE MANUAL DE FUNCIONES		Codificación: C-09 Versión: 01 Fecha de vigencia: 27/07/2021
	1. DESCRIPCIÓN DEL CARGO 1.1. IDENTIFICACIÓN		
Nombre del cargo: Ventas			Dependencia: Departamento de Marketing
Jefe inmediato superior: Jefe de marketing			Cargos dependientes: ninguno
1.2 Objetivo: Brindar asesoría adecuada al cliente sobre el centro capacitación			
1.3 Funciones principales: -Generar y cultivar buenas relaciones con los clientes. -Ser eficiente y eficaz en todas las labores encomendadas -Lograr objetivos y metas ventas propuesto por el centro de capacitación		Perfil del cargo: Título de bachiller, y tener experiencia de 2 años mínimo, en ventas físicas y online.	

Elaborado por: Los Autores.

Fuente: Propia

Tabla 32 Manual de funciones director académico.

	CENTRO DE CAPACITACIÓN PARA EMPRENDEDORES ONLINE MANUAL DE FUNCIONES		Codificación: C-09 Versión: 01 Fecha de vigencia: 27/07/2021
	1. DESCRIPCIÓN DEL CARGO 1.1. IDENTIFICACIÓN		
Nombre del cargo: Director académico			Dependencia: Dirección académica
Jefe inmediato superior: Gerente			Cargos dependientes: ninguno
1.2 Objetivo: Dirigir, organizar, formular políticas y las convierte en planes, programas y proyectos de capacitaciones para cumplir con las metas propuestas.			

<p>1.3 Funciones principales:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Asesorar en los procesos pedagógicos -Acompañar la evaluación, actualización y mejora continua. - supervisar y garantizar el adecuado desarrollo de las políticas institucionales. 	<p>Perfil del cargo:</p> <p>Título de tercer nivel en licenciado en educación o afines y tener experiencia de 2 años.</p>
--	--

Elaborado por: Los Autores.

Fuente: Propia

3.5.6. Constitución legal de la empresa (Empresas SAS)

3.5.6.1. Tipo de empresa a constituir

La sociedad por acciones simplificadas S.A.S es un tipo de compañía la cual está constituida por una o varias personas las cuales, mediante un trámite simplificado, además tiene como objetivo impulsar los emprendimientos mediante la formalización constituyéndose sujetos de crédito y ampliando su proceso productivo. (Servicio Nacional de Derechos Intelectuales , 2021)

Con base a lo citado el primer paso para la constitución de la empresa es la conformación con 2 accionistas los cuales aportan con el capital social, seguido del registro en la notaría, posteriormente la inscripción de la escritura en el registro mercantil pasando al nombramiento de los representantes legales inscritos en el registro mercantil y la obtención del número de registro único de contribuyentes (RUC).

Cabe mencionar que en la actualidad todos los trámites son digitales en el portal de la (SCVS) superintendencia de Compañías. (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021)

3.5.6.2. Proceso de registro de la marca

Para el registro de la marca se tiene como primer paso la creación del usuario y contraseña en la plataforma del SENADI, en donde se realiza la solicitud para el posterior registro. De igual manera los procesos se los lleva a cabo de forma digital, en donde después se realiza los pagos correspondientes y registro del mismo. (Servicio Nacional de Derechos Intelectuales , 2021)

En un lapso de dos semanas se recibirá un e-mail de confirmación por parte de la entidad en donde se entrega el informe completa de la solicitud, para comprobar que la marca que no haya sido registrada se realiza la búsqueda por “fonética”, este proceso revisa las bases de datos. (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021)

El valor de la patente a pagar es de \$ 208.00 dólares americanos, es el pago por protección del lema comercial que tiene una duración de 10 años, una vez cancelado el valor el proceso de registro se lleva a cabo en un lapso de 6 meses. (Servicio Nacional de Derechos Intelectuales , 2021)

3.5.6.3. Nombre comercial de la empresa



3.6. Estudio financiero

En el presente estudio financiero se encuentra lo que se refiere a las inversiones y gastos que el proyecto tendrá que incurrir, para lograr ponerlo en marcha, de igual manera se detallan los ingresos que se alcanzarán del mismo.

Seguido se presentan las proyecciones de los ingresos y gastos para un lapso de tiempo de 5 años, demostrando que el proyecto de emprendimiento puede realizarse con los recursos financieros disponibles, a su vez conociendo los resultados que nos proporcionen dichos cálculos planteados

3.6.1. Inversiones y capital de trabajo

El capital inicial de trabajo para llevar a cabo el proyecto de emprendimiento, serán todos los activos fijos necesarios para que se logre brindar un buen servicio y cumplir con las necesidades de los emprendedores.

De igual manera cabe mencionar que para la puesta en marcha del proyecto de emprendimiento no se requieren activos fijos de gran adquisición ya que para llevar a cabo su funcionamiento se requerirá de una oficina en donde se transmitirán las clases virtuales. De igual manera se detallan los activos diferidos los cuales nos sirven también para la puesta en marcha, en ellos se incluyen los contratos de arriendo y sus respectivos

servicios básicos, así como la capacitación al personal docente en temas de impartición de clases a los emprendedores.

3.6.1.2. Maquinaria y equipos

Tabla 33 maquinarias y equipos

INVERSIÓN FIJA							\$6.050,00
Cantidad	Nombre	Fotografía	Clasificación	Especificaciones técnicas	Área física en la cual se requiere	Costo unitario	Costo total
7	Escritorio		Muebles y enseres	Escritorio de estructura mixta de 1mm de espesor, de 1,50 m de largo x 80cm de ancho y 85cm de alto.	Secretaria / Gerencia	\$50,00	\$350,00
3	Laptop		Equipo de computo	Laptop ASUS de 10ma generación, 1 tera de disco sólido, y 8 de RAM	Aulas de clase	\$850,00	\$2.550,00
1	Computador escritorio		Equipo de cómputo	Computador Dell 7ma generación, 1 tera de disco duro y memoria RAM de 4 gigas	Secretaria	\$400,00	\$400,00
3	Cámaras		Equipo de Computo	Cámara full HD para computadora	Aulas de clase	\$20,00	\$60,00
3	Micrófonos para computador		Equipo de computo	Micrófono sonido nítido	Aulas de clase	\$40,00	\$120,00
6	Sillas		Muebles y enseres	Sillas de oficina de estructura mixta, forrada con cuero	Secretaria/Gerencia	\$80,00	\$480,00

6	Estantes para oficina		Muebles y enseres	Estante estructura de madera 0,05de espesor, de 2m de alto 1,20 de ancho	Secretaria/Gerencia	\$150,00	\$900,00
2	Sillas de espera		Muebles y enseres	Silla de estructura metálica 3 sillas, de 2m de largo 0,70 de alto	Sala de espera	\$85,00	\$170,00
3	Escritorios para aula		Muebles y enseres	Escritorio de estructura mixta de 0,5mm de espesor, de 1,20 m de largo x 80cm de ancho y 85cm de alto.	Aulas de clase	\$110,00	\$330,00
10	Sillas		Muebles y enseres	Silla metálica descansa brazo con refuerzos de cuero	Aulas de clase/Secretaria/Gerencia	\$35,00	\$350,00

Elaborado por: Los Autores.

Fuente: propia de Los Autores

Rol de pagos

Tabla 34 rol de pagos

Administrativos											
ROLES DE PAGO	Número de personas	Sueldo mensual	Sueldo anual	Aporte patronal 11,15%	Aporte personal 9,45%	Sueldo Neto	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Fondo de Reserva	Vacaciones	
Gerente	1	\$ 800,00	\$ 9.600,00	\$ 1.070,40	\$ 907,20	\$ 8.692,80	\$ 9.600,00	\$ 400,00	\$ 799,68	\$ 400,00	
Jefe Administrativo	1	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 669,00	\$ 567,00	\$ 5.433,00	\$ 6.000,00	\$ 400,00	\$ 499,80	\$ 250,00	
Director Academico	1	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 669,00	\$ 567,00	\$ 5.433,00	\$ 6.000,00	\$ 400,00	\$ 499,80	\$ 250,00	
Jefe de Sistemas	1	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 669,00	\$ 567,00	\$ 5.433,00	\$ 6.000,00	\$ 400,00	\$ 499,80	\$ 250,00	
Contador	1	\$ 450,00	\$ 5.400,00	\$ 602,10	\$ 510,30	\$ 4.889,70	\$ 5.400,00	\$ 400,00	\$ 449,82	\$ 225,00	
Secretaria	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 535,20	\$ 453,60	\$ 4.346,40	\$ 4.800,00	\$ 400,00	\$ 399,84	\$ 200,00	
TOTAL	6	\$ 3.150,00	\$ 37.800,00	\$ 4.214,70	\$ 3.572,10	\$ 34.227,90	\$ 37.800,00	\$ 2.400,00	\$ 3.148,74	\$ 1.575,00	

Ventas											
ROLES DE PAGO	Número de personas	Sueldo mensual	Sueldo anual	Aporte patronal 11,15%	Aporte personal 9,45%	Sueldo Neto	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Fondo de Reserva	Vacaciones	
Ventas	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 1.070,40	\$ 453,60	\$ 4.346,40	\$ 4.800,00	\$ 400,00			
Jefe de Marketing	1	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 802,80	\$ 680,40	\$ 6.519,60	\$ 7.200,00	\$ 400,00			
TOTAL	2	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00	\$ 1.873,20	\$ 1.134,00	\$ 10.866,00	\$ 12.000,00	\$ 800,00			

Docentes											
ROLES DE PAGO	Número de personas	Sueldo mensual	Sueldo anual	Aporte patronal 11,15%	Aporte personal 9,45%	Sueldo Neto	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Fondo de Reserva	Vacaciones	
Docentes	3	\$ 720,00	\$ 8.640,00	\$ 1.070,40	\$ 816,48	\$ 7.823,52	\$ 8.640,00	\$ 400,00			
TOTAL	3	\$ 720,00	\$ 8.640,00	\$ 1.070,40	\$ 816,48	\$ 7.823,52	\$ 8.640,00	\$ 400,00			

Elaborado por: Los Autores.

Fuente: propia de Los Autores

El sueldo es la retribución que recibe mensualmente un trabajador por las funciones que desempeña en su puesto de trabajo. Esta retribución es pactada mediante un contrato de trabajo generalmente y con una duración determinada. Para los sueldos se tomaran cuentas las 3 subáreas administrativo, ventas y docentes la cual nos da como resultado un total de \$ 6.092,77 anual

3.6.1.3. Capital de trabajo

El capital de trabajo está representado por el capital adicional con el que se debe contar para el funcionamiento inicial del proyecto de emprendimiento. En el presente estudio el capital de trabajo estará constituido por todos aquellos recursos que serán necesarios para que se lleve la normal operación del proyecto de emprendimiento como lo son: los suministros de oficina, sueldos y salarios, patentes, publicidad, gastos de constitución.

Se establece para un periodo de 12 meses, debido a que de esta forma cubrir los gastos necesarios sin poner en riesgo la liquidez del centro de capacitación online ya que dentro de este se encuentran los ítems como es administrativo, operativo y ventas.

Tabla 35 capital de trabajo

Periodo del capital de trabajo:		12 meses
Capital de trabajo		\$ 90.505,42
Rubro	Requerimiento mensual	Requerimiento total del capital de trabajo
Servicios Básicos	\$ 55,00	\$ 660,00
Suministros de oficina	\$ 8,33	\$ 100,00
Sueldos	\$ 6.092,77	\$ 73.113,20
Patente municipal	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Software contable	\$ 66,67	\$ 800,00
Publicidad	\$ 1.026,02	\$ 12.312,22
Mantenimiento	\$ 35,00	\$ 420,00
Arrendamiento de oficinas	\$ 150,00	\$ 1.800,00

Gasto de constitución (*)	\$ 8,33	\$ 100,00
---------------------------	---------	-----------

Elaborado por: Los Autores.

Fuente: propia de Los Autores

3.6.1.4. Total, de inversión

Tabla 36 total inversión inicial

INVERSIÓN INICIAL	
Capital de trabajo	\$91.005,42
Inversión fija	\$6.050,00
Total inversión inicial	\$96.055,42

Elaborado por: Los Autores.

Fuente: propia de Los Autores

Para la inversión inicial del proyecto se tiene previsto un capital de trabajo de \$ 91.005.42 y una inversión fija de 6050.00 en el cual contiene todo el requerimiento necesario para su implementación.

3.6.1.5. Fuentes de Financiamiento y Costo de Capital

Tabla 37 fuentes de financiamiento y costo de capital

Financiamiento		
DESCRIPCIÓN	VALOR	%
Capital Propio	72.792	75%
Capital Financiado	24.264	25%
TOTAL	97.055	100%

Elaborado por: Los Autores.

Fuente: propia de Los Autores

La fuente de financiamiento se dará mediante el capital propio la cual es el equivalente al 75%, mientras que el capital financiado es el 25%, siendo porcentajes necesarios para la implementación del proyecto.

Tabla 38 Costos de financiación y pago de préstamo

COSTOS DE FINANCIACIÓN Y PAGO DE PRÉSTAMO								
FASE	U/Medida	INVERSIÓN		OPERACIÓN				
AÑO		0	0'	1	2	3	4	5
Saldo inicial préstamo				24.264	19.411	14.558	9.706	4.853
Cuota				8.565,14	7.822,67	7.080,19	6.337,72	5.595,25
Costos de financiación (Interés)			3712,4	3.712,37	2.969,90	2.227,42	1.484,95	742,47

Amortización Principal			4.852,77	4.852,77	4.852,77	4.852,77	4.852,77
Saldo final del préstamo			19.411,08	14.558,31	9.705,54	4.852,77	-

Tasa de interés	15%
Plazo	5 Años
Monto	\$ 24.263,86
valor interés de la instalación	\$ 3.712,37
Método Alemán	\$ 4.852,77
Entidad Financiera	BanEcuador

Elaborado por: Los Autores.

Fuente: propia de Los Autores

El monto financiado del para el desarrollo del proyecto es de \$ 24263.86 en el cual estará diferido para 5 años a una tasa de interés del 15%.

3.6.1.6. Tasa de Rendimiento Medio

Tabla 39 tasa de rendimiento medio

CAPM (ke), Capital Asset Pricing Model			
Rm	Rendimiento del mercado	12%	
Rlr	Rendimiento libre de riesgo	4%	
B	Beta – Volatibilidad	1	
$CAPM = ke = rLR + (rM - rLR) * B$ $CAPM = ke = 12\% + (12\% - 4\%) * 1$			
CAPM, C			12%
WACC		TASA	PESO
CAPM	Costo de Capital (ke)	12%	75%
DEUDA	Financiamiento (TEA)	11,33%	25%
TASA DE DESCUENTO		WACC	11,83%

Elaborado por: Los Autores.

Fuente: propia de Los Autores

3.6.2. Estado de situación inicial

Tabla 40 estado de situación inicial

Empresa CCE						
Estado de Situación Financiera Proyectado						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo						

Activos Corrientes	91.005,42	88.840,06	124.620,23	188.551,87	281.922,90	405.968,55
Propiedad, planta y equipo	6.050,00	6.050,00	6.050,00	6.050,00	3.100,00	3.100,00
Muebles y enseres	3.100,00	3.100,00	3.100,00	3.100,00	3.100,00	3.100,00
Equipo de Computo	2.950,00	2.950,00	2.950,00	2.950,00	-	-
(-)Depreciación Acumulada	-	937,83	1.875,67	2.813,50	142,50	421,50
Muebles y enseres	-	279,00	558,00	837,00	1.116,00	1.395,00
Equipo de Computo	-	658,83	1.317,67	1.976,50	973,50	973,50
Total Activos	97.055,42	93.952,23	128.794,57	191.788,37	284.880,40	408.647,05
Pasivo						
Trabajadores por Pagar	-	202,44	6.035,69	12.211,01	18.806,83	25.630,81
Impuesto a la renta por pagar	-	340,37	7.524,49	15.223,06	23.445,85	31.953,08
Préstamo Bancario	24.263,86	19.411,08	14.558,31	9.705,54	4.852,77	-
Total Pasivos	24.263,86	19.953,89	28.118,49	37.139,62	47.105,45	57.583,90
Patrimonio						
Capital Suscrito	72.791,57	72.791,57	72.791,57	72.791,57	72.791,57	72.791,57
Utilidades Retenidas	-	1.206,77	27.884,51	81.857,19	164.983,38	278.271,58
Total Patrimonio	72.791,57	73.998,33	100.676,08	154.648,75	237.774,95	351.063,15
Total Pasivo + Patrimonio	97.055,42	93.952,23	128.794,57	191.788,37	284.880,40	408.647,05

Comprobación - - 0,00 0,00 - -

Elaborado por: Los Autores.

Fuente: propia de Los Autores

3.6.3. Estado de Resultados

En el estado de resultado proyectado se identifica la ganancia o pérdida que genera un capital en un tiempo determinado como consecuencia de las actividades que realiza la empresa.

A continuación, se presenta el estado de resultados proyectado para 5 años:

Tabla 41 Estado de Resultados Proyectado

EMPRESA CCE					
Estado de Resultados Proyectado					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5

Ventas	973.825,20	1.019.158,71	1.066.668,33	1.116.390,03	1.168.360,22
(-) Costos de Ventas	877.320,00	882.847,12	888.409,05	894.006,03	899.638,27
Utilidad Bruta en Ventas	96.505,20	136.311,59	178.259,28	222.384,00	268.721,95
Gastos en ventas	39.285,42	39.967,41	40.386,31	40.813,38	41.248,78
Gastos Operacionales	51.220,00	52.198,54	53.300,95	54.427,79	55.579,60
Gastos Financieros	3.712,37	2.969,90	2.227,42	1.484,95	742,47
Depreciación	937,83	937,83	937,83	279,00	279,00
Utilidad operacional	1.349,57	40.237,92	81.406,75	125.378,88	170.872,10
15% Participación Trabajadores	202,44	6.035,69	12.211,01	18.806,83	25.630,81
Gastos no deducibles	400,00				
Utilidad antes de Impuestos	1.547,14	34.202,23	69.195,74	106.572,05	145.241,28
22% Impuesto a la Renta	340,37	7.524,49	15.223,06	23.445,85	31.953,08
Utilidad Neta	1.206,77	26.677,74	53.972,68	83.126,20	113.288,20

Elaborado por: Los Autores.

Fuente: propia de Los Autores

3.6.4. Flujo de efectivo

Tabla 42 Flujo de Efectivo

Empresa CCE					
Estado de Situación Financiera Proyectado					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo Inicial	91.005,42	88.840,06	124.620,23	188.551,87	281.922,90
Ingresos	973.825,20	1.019.158,71	1.066.668,33	1.116.390,03	1.168.360,22
Egresos	975.990,56	982.835,73	989.176,51	995.584,92	1.002.061,89
Trabajadores	-	202,44	6.035,69	12.211,01	18.806,83
Impuestos	-	340,37	7.524,49	15.223,06	23.445,85
Saldo Final	88.840,06	124.620,23	188.551,87	281.922,90	405.968,55

Elaborado por: Los Autores.

Fuente: propia de Los Autores

El flujo de efectivo permite conocer movimientos que ha sufrido el efectivo y sus equivalentes en un periodo de tiempo determinado, es decir, permite observar con precisión el efectivo que se ha generado y aprovechado en las actividades operativas de la empresa. Para mayor enfoque se realizó la proyección de los flujos de efectivo para 7 años.

3.6.5. Cálculo del valor actual neto

Tabla 43 Cálculo del valor actual neto

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad Neta		1.206,77	26.677,74	53.972,68	83.126,20	113.288,20
(+) Depreciación		937,83	937,83	937,83	279,00	279,00
(+) Amortización de intangibles		400,00	-	-	-	-
FLUJO OPERACIONAL	-	2.544,60	27.615,57	54.910,51	83.405,20	113.567,20
Inversión fija	6.050,00					
Inversión intangible	500					
Inversión capital de trabajo	91.005,42					
(+) Valor de rescate						1.283,50
(+) Recuperación del capital de trabajo						90.505,42
FLUJO ECONOMICO	-	2.544,60	27.615,57	54.910,51	83.405,20	205.356,12
Préstamo	24.263,86					
Amortización del préstamo		4.852,77	4.852,77	4.852,77	4.852,77	4.852,77
FLUJO FINANCIERO	121.819,28	2.308,17	22.762,80	50.057,74	78.552,43	200.503,35
FLUJO NETO DEL PROYECTO	121.819,28	2.308,17	22.762,80	50.057,74	78.552,43	200.503,35
Flujo Acumulado	121.819,28	124.127,45	101.364,64	51.306,91	27.245,52	227.748,87

FASE	INVERSION	OPERACIONAL					
		2023'	2023	2024	2025	2026	2027
AÑO	0'	1	2	3	4	5	6
FLUJOS NETOS DE CAJA	- 121.819,28	- 2.308,17	22.762,80	50.057,74	78.552,43	200.503,35	-
FLUJOS NETOS DESCONTADOS		2.063,95	18.200,77	35.790,45	50.221,24	114.625,56	-

VALOR ACUTAL
NETO

VAN	\$84.908,04
-----	-------------

Elaborado por:

Los Autores.

Fuente: propia de

Los Autores

3.6.6. Cálculo de la tasa interna de retorno

Tabla 44 TIR

TIR	28,4%
-----	-------

Elaborado por: Los Autores.

Fuente: propia de Los Autores

3.6.7. Período de recuperación

Tabla 45 Período de Recuperación

PERIODO DE
RECUPERACIÓN

FASE	INVERSION	OPERACIONAL					
		2023	2024	2025	2026	2027	2028
AÑO	2023'	1	2	3	4	5	6
	0'						
FLUJO NETO DE EFECTIVO	- 121.819,28	- 2.308,17	22.762,80	50.057,74	78.552,43	200.503,35	
FLUJO NETO DE EFECTIVO ACUMULADO	- 121.819,28	- 124.127,45	- 101.364,64	- 51.306,91	27.245,52	227.748,87	
AÑOS DE RECUPERACIÓN					3+(FNE3/(FNE3-FNE4))		3,65

PERIODO DE
RECUPERACIÓN

FASE	INVERSION	OPERACIONAL					
		2023	2024	2025	2026	2027	2028
AÑO	2023'	1	2	3	4	5	6
	0'						
FLUJO NETO DE EFECTIVO DESCONTADO	- 121.819,28	- 2.063,95	18.200,77	35.790,45	50.221,24	114.625,56	
FLUJO NETO DE EFECTIVO ACUMULADO	- 121.819,28	- 123.883,23	- 105.682,46	- 69.892,02	- 19.670,77	94.954,79	
AÑOS DE RECUPERACIÓN					4+(FNE4/(FNE4-FNE5))		4,17

Elaborado por: Los Autores.

Fuente: propia de Los Autores

3.6.8. Punto de equilibrio

Tabla 46 Punto de Equilibrio

Punto de equilibrio							
\$ 90.505,42							
8,94							
Punto de equilibrio							
10.129							
			PRECIO	COSTO FIJO	MARGEN DE CONTRIBUCION	PROMEDIO PONDERADO	PUNTO DE EQUILIBRIO (UNIDADES)
Capacitación Ventas	3600	33%	\$ 90,17	\$ 81,23	\$ 8,94	\$ 2,98	3376
Capacitación Marketing	3600	33%	\$ 90,17	\$ 81,23	\$ 8,94	\$ 2,98	3376
Capacitación	3600	33%	\$ 90,17	\$ 81,23	\$ 8,94	\$ 2,98	3376
	10800	100 %	270,51	243,7	26,807	8,94	10129

Elaborado por: Los Autores.

Fuente: propia de Los Autores

3.6.9. Análisis Costo / Beneficio

Tabla 47 Análisis Costo/Beneficio

FASE	INVERSIÓN	OPERACIONAL					
AÑO	2023'	2023	2024	2025	2026	2027	SUMATORIA
	0'	1	2	3	4	5	
Inversión	97.055,42						
Ingresos Totales		973.825,20	1.019.158,71	1.066.668,33	1.116.390,03	1.168.360,22	5.344.402,49
Egresos Totales		975.990,56	982.835,73	989.176,51	995.584,92	1.002.061,89	4.945.649,62
Flujo Neto	97.055,42	-2.165,36	36.322,98	77.491,81	120.805,11	166.298,33	398.752,87
Ingresos Descontados		870.789,08	814.902,69	762.650,04	713.746,21	667.938,68	3.830.026,71
Egresos Descontados		872.725,34	785.859,43	707.244,69	636.511,38	572.867,76	3.575.208,60
						Egresos más inversión	3.672.264,02
						Relación costo beneficio	1,04

Elaborado por: Los Autores.

Fuente: propia de Los Autores

Tabla 48 Estudio Económico Financiero

Estudio económico financiero

Indicadores financieros

Indicador	Valor	Valor esperado	Resultado
Tasa de rendimiento medio	11,83%		
Valor actual neto	\$ 84.908,04	> 0 es factible	Viable
Tasa interna de retorno	28,45%	Mayor a tasa activa y pasiva	Viable
Periodo de recuperación	4 años, 1 mes y 17 días	Años de vida útil	Viable
Relación costo beneficio	1,04	> \$1 factible	Viable

Elaborado por: Los Autores.

Fuente: propia de Los Autores

CAPÍTULO IV

4. Validación

4.1. Introducción

En el presente capítulo se presenta la validación del proyecto de emprendimiento, analizando cada uno de los indicadores los cuales permitirá validar si el proyecto está redactado de una manera clara y concisa; describiendo paso a paso lo que es el modelo de negocio, estudio de mercado, estudio técnica administrativo y el estudio financiero.

De igual manera se detalla el equipo de trabajo quien está a cargo del proyecto de emprendimiento del Centro de Capacitación para Emprendedores en el cantón Cayambe, seguido de la selección del método de validación a ser utilizado en el presente capítulo.

4.2. Descripción del estudio

Este estudio tiene como finalidad evaluar la fiabilidad del proyecto a presentar como es la creación de un centro de capacitación en línea para los emprendedores, determinando si se cumplieron con los parámetros propuestos en el proyecto.

4.3. Objetivo

Determinar la validación del proyecto de emprendimiento para la creación de un Centro de Capacitación para Emprendedores en el Cantón Cayambe, a través de la matriz en donde se establecen factores con sus respectivos indicadores el cual permite conocer el grado de confiabilidad.

4.4. Equipo de trabajo

Tabla 61: Equipo de trabajo

Autores	Luis Félix Chilingua Oña Jhon Steeven Cuasapud Salcedo
Directora del trabajo de grado	Msc. Sandra Mercedes Guevara López
Docentes expertos en el tema	Msc. Lenin Roberto Castro Quelal Msc. María Gabriela Arciniegas Romero

4.5. Método de verificación

Con el método de verificación se pretende conocer si la propuesta mencionada en el proyecto es factible ya que se analizaron los indicadores del modelo de negocio, estudio de mercado, técnico-administrativo y estudio financiero, los cuales serán validados por parte del director del proyecto y así mismo de los oponentes.

Tabla 49 Matriz de verificación

PROPUESTA	INDICADORES	¿SE VERIFICO?	
		SI	NO
DIAGNÓSTICO	¿Las variables están correctamente sustentadas con la idea del proyecto?	X	
	¿Los factores de la matriz de PORTER se relacionan con la idea de negocio?	X	
	¿Los elementos de la puesta en marcha de la idea de negocio están correctamente planteados?	X	
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	¿Los fundamentos teóricos de la propuesta están debidamente sustentados en base al proyecto?	X	
	¿El cálculo de la muestra elegido facilitó el desarrollo de la puesta en marcha del proyecto?	X	
	¿Se realizó el correcto uso de las técnicas e instrumentos para el desarrollo del proyecto?	X	
MODELO DE NEGOCIO	¿Está claramente definido el lienzo Canvas?	X	
	¿Está definido el segmento de mercado a cual está dirigido el proyecto?	X	
	¿La propuesta de valor está debidamente planteada?	X	
ESTUDIO DE MERCADO	¿ la investigación de mercado está planteada de forma clara y concisa?	X	
	¿El segmentado el mercado en estudio está definido de acorde a la propuesta planteada en el proyecto?	X	
	¿Los clientes fueron seleccionados según lo planteado en el proyecto?	X	
ESTUDIO TÉCNICO – ADMINISTRATIVO	¿Se consideraron las características necesarias tanto en lo micro y macro localización para el establecimiento del centro de capacitación?	X	

	¿En los flujogramas se observa el debido funcionamiento de los procesos necesarios para el funcionamiento del proyecto?	X	
	¿La estructura organizativa y administrativa está debidamente direccionada al proyecto planteado?	X	
ESTUDIO FINANCIERO	¿Las inversiones y el capital de trabajo está acorde al plan de trabajo en el proyecto?	X	
	¿Está correctamente planteado el análisis de la relación costo beneficio?	X	
	¿Se utilizó los debidos parámetros para el desarrollo del estado de resultados?	X	

4.6. Método de calificación

Para este proceso se utilizará el siguiente método de calificación:

Los indicadores se han ponderado proporcionalmente es decir equitativamente ya que todos los indicadores del proyecto tienen su funcionalidad y su importancia de manera que el 100% se obtenga al sumar todos los indicadores, los docentes además calificarán con una puntuación mínima de 1 y máxima de 10. Y como resultado se obtendrá la multiplicación del porcentaje del indicador por la nota designada por el docente.

4.7. Rango de interpretación

Tabla 50 Rango de Interpretación

Muy Aplicable	67% a 100%
Aplicable	36% a 66%
Poco Aplicable	0 a 35%

Elaborado: por los Autores

De la misma manera, se destina los porcentajes para realizar la validación en cada capítulo para obtener un margen de validación clara.

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

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 y estudio financiero, en donde se identifica los siguientes indicadores.

Tabla 51 Matriz de validación tutor

N°	Variable	Indicadores	Msc. Sandra Mercedes Guevara López			
			Porcentaje	Calificación	Resultados	Observaciones
1	DIAGNÓSTICO	¿Las variables están correctamente sustentadas con la idea del proyecto?	5,56%	8	4,45%	
		¿Los factores de la matriz de PORTER se relacionan con la idea de negocio?	5,56%	9	5,00%	
		¿Los elementos de la puesta en marcha de la idea de negocio están correctamente planteados?	5,56%	8	4,45%	
2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	¿Los fundamentos teóricos de la propuesta están debidamente sustentados en base al proyecto?	5,56%	9	5,00%	
		¿El cálculo de la muestra elegido facilitó el desarrollo de la puesta en marcha del proyecto?	5,56%	9	5,00%	
		¿Se realizó el correcto uso de las técnicas e instrumentos para el desarrollo del proyecto?	5,56%	8	4,45%	

3	MODELO DE NEGOCIO	¿Está claramente definido el lienzo Canvas?	5,56%	7	3,89%	
		¿Está definido el segmento de mercado a cual está dirigido el proyecto?	5,56%	8	4,45%	
		¿La propuesta de valor está debidamente planteada?	5,56%	8	4,45%	
4	ESTUDIO DE MERCADO	¿ la investigación de mercado está planteada de forma clara y concisa?	5,56%	8	4,45%	
		¿El segmentado el mercado en estudio está definido de acorde a la propuesta planteada en el proyecto?	5,56%	8	4,45%	
		¿Los clientes fueron seleccionados según lo planteado en el proyecto?	5,56%	8	4,45%	
5	ESTUDIO TÉCNICO – ADMINISTRATIVO	¿Se consideraron las características necesarias tanto en lo micro y macro localización para el establecimiento del centro de capacitación?	5,56%	8	4,45%	

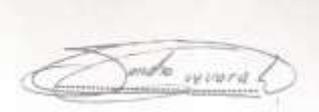
		¿En los flujogramas se observa el debido funcionamiento de los procesos necesarios para el funcionamiento del proyecto?	5,56%	9	5,00%	
		¿La estructura organizativa y administrativa está debidamente direccionada al proyecto planteado?	5,56%	8	4,45%	
6	ESTUDIO FINANCIERO	¿Las inversiones y el capital de trabajo está acorde al plan de trabajo en el proyecto?	5,56%	8	4,45%	
		¿Está correctamente planteado el análisis de la relación costo beneficio?	5,56%	8	4,45%	
		¿Se utilizó los debidos parámetros para el desarrollo del estado de resultados?	5,56%	8	4,45%	
			100%	147	81,73%	
	Resultados					
	Fecha	15.03.2022				
	Firma					
		Msc. Sandra Guevara				

Tabla 52 Matriz de Validación Oponente 1

N°	Variable	Indicadores	Msc. Maria Gabriela Arciniegas Romero			
			Porcentaje	Calificación	Resultados	Observaciones
1	DIAGNÓSTICO	¿Las variables están correctamente sustentadas con la idea del proyecto?	5,56%	9	5 %	
		¿Los factores de la matriz de PORTER se relacionan con la idea de negocio?	5,56%	7,5	4,17%	
		¿Los elementos de la puesta en marcha de la idea de negocio están correctamente planteados?	5,56%	8,5	4,72%	
2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	¿Los fundamentos teóricos de la propuesta están debidamente sustentados en base al proyecto?	5,56%	9	5%	
		¿El cálculo de la muestra elegido facilitó el desarrollo de la puesta en marcha del proyecto?	5,56%	9	5%	
		¿Se realizó el correcto uso de las técnicas e instrumentos para el desarrollo del proyecto?	5,56%	8,5	4,72%	
3	MODELO DE NEGOCIO	¿Está claramente definido el lienzo Canvas?	5,56%	9	5%	
		¿Está definido el segmento de mercado a cual está dirigido el proyecto?	5,56%	9	5%	

		¿La propuesta de valor está debidamente planteada?	5,56%	9	5%	
4	ESTUDIO DE MERCADO	¿ la investigación de mercado está planteada de forma clara y concisa?	5,56%	8,5	4,72%	
		¿El segmentado el mercado en estudio está definido de acorde a la propuesta planteada en el proyecto?	5,56%	9	5%	
		¿Los clientes fueron seleccionados según lo planteado en el proyecto?	5,56%	9	5%	
5	ESTUDIO TÉCNICO – ADMINISTRATIVO	¿Se consideraron las características necesarias tanto en lo micro y macro localización para el establecimiento del centro de capacitación?	5,56%	9	5%	
		¿En los flujogramas se observa el debido funcionamiento de los procesos necesarios para el funcionamiento del proyecto?	5,56%	9	5%	
		¿La estructura organizativa y administrativa está debidamente direccionada al proyecto planteado?	5,56%	9	5%	
6	ESTUDIO FINANCIERO	¿Las inversiones y el capital de trabajo está acorde al plan de trabajo en el proyecto?	5,56%	8,5	4,72%	

		¿Está correctamente planteado el análisis de la relación costo beneficio?	5,56%	8,5	4,72%	
		¿Se utilizó los debidos parámetros para el desarrollo del estado de resultados?	5,56%	8,5	4,72%	
	Resultados		100%		87,53%	
	Fecha	21.02.2022				
	Firma	Mgs. Gabriela Arciniegas R. 				

Tabla 53 Matriz de Validación Oponente 2

N°	Variable	Indicadores	Msc. Lenin Roberto Castro Quelal			
			Porcentaje	Calificación	Resultados	Observaciones
1	DIAGNÓSTICO	¿Las variables están correctamente sustentadas con la idea del proyecto?	5,56%	9	5%	
		¿Los factores de la matriz de PORTER se relacionan con la idea de negocio?	5,56%	9	5%	

		¿Los elementos de la puesta en marcha de la idea de negocio están correctamente planteados?	5,56%	9	5%	
2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	¿Los fundamentos teóricos de la propuesta están debidamente sustentados en base al proyecto?	5,56%	9	5%	
		¿El cálculo de la muestra elegido facilitó el desarrollo de la puesta en marcha del proyecto?	5,56%	10	5.56%	
		¿Se realizó el correcto uso de las técnicas e instrumentos para el desarrollo del proyecto?	5,56%	10	5.56%	
3	MODELO DE NEGOCIO	¿Está claramente definido el lienzo Canvas?	5,56%	10	5.56%	
		¿Está definido el segmento de mercado a cual está dirigido el proyecto?	5,56%	10	5.56%	
		¿La propuesta de valor está debidamente planteada?	5,56%	10	5.56%	
4	ESTUDIO DE MERCADO	¿ la investigación de mercado está planteada de forma clara y concisa?	5,56%	10	5.56%	

		¿El segmentado el mercado en estudio está definido de acorde a la propuesta planteada en el proyecto?	5,56%	10	5.56%	
		¿Los clientes fueron seleccionados según lo planteado en el proyecto?	5,56%	10	5.56%	
5	ESTUDIO TÉCNICO - ADMINISTRATIVO	¿Se consideraron las características necesarias tanto en lo micro y macro localización para el establecimiento del centro de capacitación?	5,56%	10	5.56%	
		¿En los flujogramas se observa el debido funcionamiento de los procesos necesarios para el funcionamiento del proyecto?	5,56%	10	5.56%	
		¿La estructura organizativa y administrativa está debidamente direccionada al proyecto planteado?	5,56%	10	5.56%	
6	ESTUDIO FINANCIERO	¿Las inversiones y el capital de trabajo está acorde al plan de trabajo en el proyecto?	5,56%	10	5.56%	

		¿Está correctamente planteado el análisis de la relación costo beneficio?	5,56%	10	5.56%	
		¿Se utilizó los debidos parámetros para el desarrollo del estado de resultados?	5,56%	10	5.56%	
	Resultados		100%		97.22%	
	Fecha	22/02/2022				
	Firma	Mgs. Lenin Roberto Castro Quelal 				

A continuación, se presenta la tabla de consolidación de los resultados obtenidos en una matriz general, en la cual se realiza los respectivos cálculos, presentando el resultado final para ser comparado y conocer su correcta validación.

Tabla 54 Matriz de resultados Totales

MATRIZ GENERAL DE VALIDACIÓN							
Tema: Proyecto de emprendimiento para la creación de un centro de capacitación en línea para emprendedores en el cantón Cayambe.							
Calificación							
Nº	Variables	%	Msc. Sandra Guevara	Msc. Roberto Castro	Msc. Gabriela Arciniegas	Promedio	Resultado
1	Diagnostico	16,65%	8,33	9	8,3	8,54	14,23%
2	Fundamentación teó	16,65%	8,67	10	8,8	9,16	15,24%
3	Modelo de Negocio	16,65%	8,00	10	9	9,00	14,99%
4	Estudio de mercado	16,65%	8,00	10	8,8	8,93	14,87%
5	Estudio Técnico - Administrativo	16,65%	8,33	10	9	9,11	15,17%
6	Estudio Financiero	16,65%	8,00	10	8,5	8,83	14,71%
	TOTAL	100%	49,33	59,00	52,4	53,58	89,21%

Elaborado por: los autores

4.9. Análisis:

La propuesta de proyecto de emprendimiento para la creación de un centro de capacitación en línea para emprendedores en el cantón Cayambe, tras conocer los resultados obtenidos en la matriz de validación se obtuvo una calificación de 89.21% demostrando que la aplicación del proyecto es muy factible. De acuerdo con los rangos establecidos la calificación que se obtuvo fue acorde a los criterios establecidos por parte de los oponentes y tutora de tesis indicando la validez y aceptación del proyecto

Conclusiones

- Por medio del diagnóstico se determinó que los emprendedores del cantón Cayambe no tienen conocimiento sobre aquellos temas como gestión empresarial, asesoría legal y marketing digital, debido que no existen este tipo de centro de capacitaciones dentro de cantón ya que los únicos que existen están enfocados en la automotriz, administrativa, entre otros, por ello la mayoría de los emprendedores no saben cómo buscar una solución a ciertos problemas de financiamiento o de cómo obtener una rentabilidad en sus negocios. Después de conocer la necesidad de los emprendedores del cantón Cayambe se propone implementar un centro de capacitación en línea únicamente con los servicios que se mencionó anteriormente y de esta manera brindar el servicio con la finalidad de que los dueños de los negocios sepan manejar o administrar correctamente sus recursos financieros
- Con relación a la fundamentación teórica y metodológica se llegó a identificar los conceptos más relevantes que fortalecen los conocimientos de la investigación además se usó metodologías tales como deductivo, inductivo y analítico, para el debido desarrollo del proyecto. Además, en el estudio financiero se llegó a determinar la factibilidad de la implementación del proyecto debido a los bajos costos de inversión y con un índice alto de utilidad.
- Con el uso del lienzo Canvas se identificó los socios claves los cuales son la SETEC la cuales una identificad que avala la calidad del servicio, las actividades clave en este caso las asesorías, la planificación de talleres y las capacitaciones, la propuesta de valor en este caso es ofrecer un servicio de capacitación 100% online para o cual se usaran herramientas tecnológicas, relación con los clientes, segmentos de mercado está enfocado en el régimen micro empresarial, los recursos clave son los recursos humanos, económicos equipo tecnológico, estructura de costos, fuentes de ingreso está enfocado en ingresos por capacitaciones en plataformas gratuitas, ingresos por asesorías legales e ingresos por talleres personalizados, cada uno de ellos fueron de gran importancia para el diseño de proyecto.
- Para la validación del emprendimiento se analizaron los distintos indicadores los cuales permitieron conocer la viabilidad del proyecto a través de matrices donde se establecen factores que si se cumplieron en su desarrollo.

Recomendaciones

- Se recomienda analizar la situación actual en a que se encuentra el cantón para así poder proyectar un emprendimiento conocimiento las oportunidades como las debilidades de la zona a desarrollar el proyecto
- Es necesario que los procedimientos metodológicos a aplicar dentro de la investigación posean una estructura y contenido clara, y que al ser aplicadas permitan obtener información confiable para el sustento el proyecto que se desarrolla.
- Se recomienda la implementación de un centro de capacitación tanto online como presencial ya que no existen centros de capacitación para emprendedores en el cantón Cayambe.

Bibliografía

Agulló López, S. (2017). *UNIVERSIDAD MIGUEL HERNÁNDEZ*. Recuperado el 14 de 06 de 2021

Cabrera, D. (22 de 02 de 2016). *Universidad de Cuenca*. Obtenido de <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/23637/1/TESIS.pdf>

Cardena, P., & Victoria , D. (04 de 2011). *Estrategia de Canales de Distribución en la Prestación de servicios tecnologicos* . Obtenido de

https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/66924/1/estrategia_canales_distribucion.pdf

Catarina. (2021). *Plna de negocio*. Obtenido de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/laex/loranca_r_ra/capitulo3.pdf

Cayambe, G. (2021). *Registro de Patentes*. Cayambe: Gad Cayambe.

Cerda, H. (2011). *Los elementos de la investigacion como reconocerlos, diseñarlos y construirlos*. Bogotá: Editorial Magisterio.

Chiappe , M. V., & Guido, L. (01 de 05 de 2020). *Rieoei*. Obtenido de <https://rieoei.org/historico/expe/2869Guido.pdf>

Constitución del Ecuador. (20 de 10 de 2008). *Contitución del Ecuador 2008*. Obtenido de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf

Cuaical , R. (20 de 01 de 2015). *UNIANDES* . Obtenido de <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/1639/1/TUTSIS008-2015.pdf>

ec.viajandox. (2020). *ec.viajandox*. Obtenido de <https://ec.viajandox.com/cayambe/historia-de-cayambe-PVC106>

Empresarial, G. (24 de 07 de 2019). *Significados.com*. Recuperado el 14 de 06 de 2021, de <https://www.significados.com/gestion-empresarial/>

Enríquez , C. (28 de 07 de 2020). *Revista Líderes*. Recuperado el 24 de 05 de 2021, de Revista Líderes: <https://www.revistalideres.ec/lideres/reglamento-ley-emprendimiento-puntos-clave.html>

García González, L. A. (02 de 02 de 2017). *Gestopolis*. Recuperado el 06 de 06 de 2021, de <https://www.gestipolis.com/muestreo-probabilistico-no-probabilistico-teoria/>

Gasteiz, V. (06 de 2020). *Proceso participativo para la elaboracion del plan de convivencia y diversidad*. Recuperado el 10 de 07 de 2021, de <https://www.vitoria-gasteiz.org/docs/wb021/contenidosEstaticos/adjuntos/es/96/88/69688.pdf>

- Gutierrez Andrade, O., & Zurita Moreno, A. (2006). Sobre Inflacion . *Redalyc*, 81 - 115.
- Hernández, I. (2012). Investigación cualitativa: una metodología en marcha sobre el hecho social. *Revista Rastros Rostros*, 57-68.
- INEC. (04 de 2021). Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/empleo-abril-2021/>
- INEC. (29 de 05 de 2021). *INEC*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/canasta/>
- Innovacion, L. O. (03 de 2020). *Ley organica*. Obtenido de https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento_LEY-ORGANICA-EMPREDIMIENTO-INNOVACION.pdf
- Investigacion. (2021). *La Investigacion*. Recuperado el 10 de 07 de 2021, de <https://lainvestigacion.com/muestreo/no-probabilistico/bola-de-nieve/>
- Lastra, R. (2000). Encuestas probabilísticas vs. no probabilísticas. *Política y Cultura*, 263-276. Recuperado el 06 de 2021, de <https://www.redalyc.org/pdf/267/26701313.pdf>
- Lopez Roldan, P., & Fachelli, S. (01 de 02 de 2015). *Universidad Autonoma de Barcelona*. Obtenido de https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf
- Luna, N. (2020). *Entrepreneur*. Recuperado el 06 de 06 de 2021, de <https://www.entrepreneur.com/article/308917>
- Martinez , J., & Jiménez , E. (2010). *Marketing*. Firms Press.
- Martinez, E. (09 de 2014). *UNIVERSIDAD DE ALMERÍA*. Obtenido de http://repositorio.ual.es/bitstream/handle/10835/3662/3537_EL%20MODELO%20DE%20NEGOCIO%20COMO%20BASE%20DEL%20EXITO%20EMPRESARIAL-UNA%20REVISION%20TEORICA%20.pdf?sequence=1#:~:text=Concepto%20de%20modelo%20de%20negocio,-En%20los%20%C3%BAltimos&text=Seg%C3%

- PDYOT, C. 2.-2. (10 de 06 de 2015). Obtenido de
http://www.municipiocayambe.gob.ec/images/ley_transparencia/LOTAIP/PDYOT%20GADIP%20Cayambe%2010-06-2015.pdf
- Peliza , J. (04 de 2010). *Escuela Politecnica Nacional* . Obtenido de
<https://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/1898/1/CD-2804.pdf>
- Perspectivas. (2007). ORIGEN Y DESARROLLO DE LA ADMINISTRACIÓN. *PERSPECTIVAS*, 45-54. Recuperado el 13 de 06 de 2021, de
<https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942331004.pdf>
- Prieto , J. (2018). El uso de los métodos deductivo e inductivo para aumentar la eficiencia del procesamiento de adquisicion de evidencia digitales . *Cuadernos de Contabilidad*, 18-46. Obtenido de
<http://www.scielo.org.co/pdf/cuco/v18n46/0123-1472-cuco-18-46-00056.pdf>
- Primicias. (09 de 2020). *Primicias*. Obtenido de
<https://www.primicias.ec/noticias/economia/familias-costo-canasta-basica-ecuador/>
- QuestionPro. (2021). *QuestionPro*. Recuperado el 14 de 06 de 2021, de
<https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-el-modelo-freemium-y-por-que-deberias-con>
- Reglamento, L. (27 de 07 de 2020). *Ministerio de Producción*. Obtenido de
<http://rfd.org.ec/docs/normativa/2020/Boletin-64-2020/1.%20REGLAMENTO%20LEY%20EMPREDIMIENTO.pdf>
- Sanchez, D. (04 de 2009). *PUCE*. Obtenido de
<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/5380/T-PUCE-5607.pdf>
- Scharager, J., & Reyes, P. (2020). *Ponteficia Universidad Catolica de Chile*. Obtenido de
https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/31715755/muestreo.pdf?1376397424=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DMetodologia_de_la_Investigacion_Escuela.pdf&Expires=1623070298&Signature=Cm8WjSDI8RsoWHAUWHeW2Ixyf7hleHbSjUbGNYBJThMV9tyTcoYr9l0KPAgD

- SECAP. (23 de julio de 2019). *secap.gob.ec*. Obtenido de [secap.gob.ec](https://www.secap.gob.ec):
<https://www.secap.gob.ec/httpswww-secap-gob-ecp6394/>
- Supercias. (25 de 05 de 2021). *La Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros*. Obtenido de La Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros:
https://portal.supercias.gob.ec/wps/portal/Inicio/Inicio/NoticiasSCVS/Noticias/!ut/p/a1/pZTbcpswEIafpRdcYi0Sx95hG-MzsV2cwE1HgMBkjEQA222fPpjJdGqnOY11p53vX-3-uyMUogcUcnrMM9rkgP9-R7qP1V3Bq7qwtRb6CbY51KbrPEdAU9rgaAF4I1jw6XeHRmjNriEiqM4RNWVF_0bgIeVm_Rn4EIP_ak
- Thomson, I. (2019). *Marketing Free*. Obtenido de <https://www.marketing-free.com/marketing/definicion-marketing.html>
- Thomson, I. (04 de 2019). *Promonegocios*. Recuperado el 13 de 06 de 2021, de <https://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html>
- Turismo, C. (26 de 05 de 2021). *Cayambe Turismo*. Obtenido de <https://cayambeturismo.gob.ec/historia/>
- Ullauri, E. (2014). *Universidad de Cuenca*. Obtenido de <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/5525/1/TESIS.pdf>
- Urbe. (2020). *Urbe*. Obtenido de <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0092660/cap03.pdf>
- Urbe. (06 de 2020). *Urbe*. Obtenido de <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0092769/cap03.pdf>
- Valdes, E. (09 de 2019). *UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO*. Obtenido de <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/105291/Metodolog%C3%A Da+de+la+Investigaci%C3%B3n+Unidad+II.pdf?sequence=1>
- Valencia , W., & Pinto , E. (2013). Los planes de negocios y los proyectos de inversión. *Industrial Data*, 80-84.
- Yepez , T., & Abudeye, C. (09 de 2011). *Universidad Estatal de Milagro*. Obtenido de <http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/1604/3/AN%C3%81LISIS%20PARA%20LA%20CREACI%C3%93N%20DE%20UN%20CENTRO%20>

DE%20CAPACITACI%C3%93N%20MICROEMPRESARIAL%20PARA%20
J%C3%93VENES%20Y%20COMERCIANTES%20EMPRENEDORES%20
DEL%20CANTON%20MARCELINO%20MARID

Anexos

Entrevista



Entrevista a la empresa **Premium Level**, sobre centros de capacitación existentes en el cantón Cayambe.

Dirigido a: Carolina Santillana, Subdirección nacional

Dirección: calle sucre y flores esquina, Ibarra además poseen su matriz en la ciudad de Quito.

1. ¿A qué se dedica actualmente la empresa?

A la capacitación en el idioma inglés para obtener una certificación internacional por la Universidad de Cambridge

2. ¿Qué tipo de capacitación ofrece la empresa?

Capacitación en el idioma inglés además de nivelaciones en las materias de física química y matemática

3. ¿Cómo es la modalidad o la forma en el cual capacita a sus clientes?

En la actualidad de forma online en la plataforma de zoom, anteriormente de forma presencial

4. ¿La empresa cuenta con el servicio de capacitación online?

Si, tras la pandemia por covid 19 se implementó las capacitaciones en línea

5. ¿La empresa ofrece el servicio de capacitación para los emprendedores?

Si

6. ¿Cuál o cuáles son el o los servicios que ofrece la empresa en el ámbito de capacitación?

Capacitaciones personales, Grupales y corporativas

7. ¿Conoce usted sobre la capacitación en el ámbito de atención al cliente, desarrollo empresarial, asesoría legal, manejo de inventarios?

No, Se enfocan en lo académico y corporativo

8. ¿Usted cree que la empresa implementaría estos temas de capacitación?

Si, en algunos temas

9. ¿Cuál es el número estimado de veces en el mes que capacitan a sus clientes?

Capacitan todos los días de la semana en horarios rotativos

10. ¿Cuál es el precio máximo y mínimo que cobran por el servicio de capacitación?

Precio mínimo 599 USD, precio máximo 3600 USD

11. ¿A su criterio, cuál es la modalidad de pago que más concurrencia tiene el cliente?

En efectivo, además existen 4 formas de pago: efectivo, totalidad bajo descuentos, tarjetas de crédito, pago mediante cheques, crédito directo con la empresa

12. ¿La empresa otorga facilidades de pago a sus clientes? ¿en caso de ser su respuesta afirmativa, indicar cuáles son?

Si, Crédito directo por la facilidad de pago por parte del cliente.



Entrevista

Entrevista al centro de Capacitación Profesional Nikola Tesla, sobre centros de capacitación existentes en el cantón Cayambe.

Dirigido a: Ing. Gloria Jaramillo – Jefe Administrativo

Dirección: Calle 0E2-79 y Morales esquina., Cayambe

1. ¿A qué se dedica actualmente la empresa?

A la capacitación y formación de profesionales en la rama de mecánica automotriz y electricidad.

2. ¿Qué tipo de capacitación ofrece la empresa?

Capacitación técnica en materias de mecánica básica, avanzada y profesional; de la misma manera capacita en materias de electromecánica.

3. ¿Cómo es la modalidad o la forma en el cual capacita a sus clientes?

La institución por lo general capacita de manera presencial por ser una materia técnica requiere de prácticas.

4. ¿La empresa cuenta con el servicio de capacitación online?

Si, en la actualidad capacita de forma híbrida en lo cual brinda capacitaciones tanto con clases virtuales como presenciales ya que como es una rama técnica se requiere de asistencia a asistir de manera presencial para la realización de prácticas.

5. ¿La empresa ofrece el servicio de capacitación para los emprendedores?

Si, además de ofrecer el servicio de capacitación la institución ofrece educación continua, en el cual el cliente puede optar por seguir capacitándose y obtener una tecnología.

6. ¿Cuál o cuáles son el o los servicios que ofrece la empresa en el ámbito de capacitación?

El servicio de capacitación personal, en materias de contabilidad, optativa, realidad nacional y electrónica.

7. ¿Conoce usted sobre la capacitación en el ámbito de atención al cliente, desarrollo empresarial, asesoría legal, manejo de inventarios?

Si, en materias como contabilidad imparten clases de contabilidad básica, ética profesional.

8. ¿Usted cree que la empresa implementaría estos temas de capacitación?

Si, en algunas materias que requieran los clientes.

9. ¿Cuál es el número estimado de veces en el mes que capacitan a sus clientes?

Capacitan todos los días de la semana, ya que en la institución tiene que cumplir con un ciclo académico de 1 año con un número estimado de 30 estudiantes

10. ¿Cuál es el precio máximo y mínimo que cobran por el servicio de capacitación?

Precio mínimo de matrícula \$ 50 USD, y con mensualidades de \$ 90 USD

11. ¿A su criterio, cuál es la modalidad de pago que más concurrencia tiene el cliente?

En efectivo, además existe otra forma de pago que es el deposito en la cuenta bancaria que está a nombre de la institución.

12. ¿La empresa otorga facilidades de pago a sus clientes? ¿en caso de ser su respuesta afirmativa, indicar cuáles son?

Si, el cobro de pensiones lo realizan a fecha 5 de cada mes, mientras que para las matriculas otorgan facilidades de realizarlo en 2 pagos.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

CONTABILIDAD Y AUDITORIA

OBJETIVO DE LA ENCUESTA: conocer la demanda actual que ofrece un servicio como es el centro de capacitación online para emprendedores en el catón Cayambe.

Instrucciones: Encierre o tache la respuesta según su criterio.

13. ¿Conoce algún centro de capacitación para emprendedores online a nivel nacional?

- c) Si
 - d) No
14. ¿Conoce algún centro de capacitación para emprendedores online en la provincia?
- c) Si
 - d) No
15. ¿Conoce algún centro de capacitación online en el cantón Cayambe?
- c) Si
 - d) No
16. ¿Se ha capacitado actualmente en un centro de capacitación para emprendedores?
- c) Si
 - d) No
17. Si la respuesta anterior fue si, ¿con qué frecuencia se capacita?
- d) Cada mes
 - e) Una vez al año
 - f) nunca
18. ¿En qué modalidad a usted le gustaría capacitarse?
- d) en aulas físicas
 - e) plataformas virtuales
 - f) clases en vivo
19. ¿En qué áreas le gustaría capacitarse?
- d) Marketing
 - e) Finanzas
 - f) Gestión empresarial
20. Según su criterio, al momento de escoger una empresa de capacitación ¿por qué la elige?
- d) Prestigio
 - e) Recomendación
 - f) Precio
21. Cree usted necesario la creación de un centro de capacitación online en el cantón Cayambe
- c) Si
 - d) no
22. ¿Por qué medio le gustaría saber sobre los cursos que se ofrece?
- d) Redes sociales
 - e) Afiches
 - f) Influencers
23. ¿Estaría dispuesto a pagar por capacitaciones online?
- c) Si
 - d) No
24. ¿Cuánto considera que usted pagaría por capacitaciones online?
- d) 20 USD
 - e) 40 USD

f) 60 USD

Gracias por su Atención



