



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS**

TEMA:

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA CAPACITACIÓN Y ASESORÍA ESPECIALIZADA EN RIESGO DE CRÉDITO EN LAS COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO EN LA CIUDAD DE QUITO D.M.

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios

AUTOR:

Washington Iván Arévalo Mera

TUTOR:

MSc. Lizzie Verónica Pazmiño G.

QUITO – ECUADOR

2020

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, Washington Iván Arévalo Mera, declaro ser autor del Trabajo de Investigación titulado “**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA CAPACITACIÓN Y ASESORÍA ESPECIALIZADA EN RIESGO DE CRÉDITO EN LAS COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO EN LA CIUDAD DE QUITO**”, como requisito para optar al grado de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios, autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, a 06 de agosto de 2020 firmo conforme:

Firma:



Autor: Washington Iván Arévalo Mera
Número de Cédula: 171781601-9
Dirección: Quito Norte
Correo Electrónico: lider_ivan@hotmail.com

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA CAPACITACIÓN Y ASESORÍA ESPECIALIZADA EN RIESGO DE CRÉDITO EN LAS COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO EN LA CIUDAD DE QUITO” presentado por Washington Iván Arévalo Mera, para optar por el Título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios.

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe.

Quito, 06 de agosto de 2020.

MSc. Lizzie Verónica Pazmiño G.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero/a en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, 06 de agosto del 2020



Washington Iván Arévalo Mera
C.C. Nro.171781601-9

APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA CAPACITACIÓN Y ASESORÍA ESPECIALIZADA EN RIESGO DE CRÉDITO EN LAS COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO EN LA CIUDAD DE QUITO”, previo a la obtención del Título de Ingeniero/a en Administración de Empresas y Negocios, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Quito, 16 de septiembre de 2020

Para constancia firman:

TRIBUNAL DE GRADO

F.....

MARCELO RÍOS

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

F.....

VIVIANA CAJAS

VOCAL

F.....

ANDRES PALACIO

VOCAL

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios por permitirme demostrar mis capacidades plasmadas en este trabajo.

A la Universidad Tecnológica Indoamérica por dejarme ser parte de la misma y abrirme las puertas para poder estudiar esta carrera, así como a mis maestros quienes compartieron sus conocimientos y su apoyo para conseguir la culminación de una meta más.

Agradezco a mi tutora por brindarme su guía y sus conocimientos a lo largo del desarrollo de este Plan.

A mis compañeros, con los que compartí maravillosos momentos a lo largo de la carrera.

Y para finalizar a mis familiares, por su apoyo, por estar cerca de mí y ser incondicionales.

Iván Arévalo

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a mi madre por ser fuente de inspiración y de trabajo constante, por todo el apoyo incondicional, por ser guía y ejemplo de perseverancia.

A hermanos por ser una compañía absoluta en cada paso de vida, sus hermosas manifestaciones de afecto, son una gran bendición de Dios, que dan muestra de las cosas que un hermano tiene para ofrecer, y con ello, nuestra familia en general.

Muchas gracias por darme aliento para terminar esta meta y poder llegar a ser un ejemplo para ustedes.

Iván Arévalo

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iv
APROBACIÓN TRIBUNAL.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
DEDICATORIA.....	vii
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	viii
INDICE DE TABLAS.....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xv
RESUMEN EJECUTIVO.....	xvii
ABSTRACT.....	xvi
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO 1.....	4
1. ÁREA DE MARKETING.....	4
1.1. OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	4
1.2. DEFINICIÓN DE MERCADO.....	4
1.2.1. Especificaciones del servicio.....	4
1.2.2. Definición de servicio.....	4
1.2.3. Aspectos innovadores.....	6
1.3. DEFINICIÓN DE MERCADO.....	7
1.3.1. Mercado al que se va a tocar en general.....	7
1.4. ANÁLISIS DEL MACRO Y MICRO AMBIENTE.....	32
1.4.1. Análisis del micro ambiente.....	32
1.4.2. Análisis del Macro ambiente.....	34
1.4.3. Proyección de la oferta.....	55
1.5. DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA.....	56
1.6. PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD (CANALES DE COMUNICCIÓN).....	57

1.6.1.	Logotipo	57
1.6.2.	Marca.....	57
1.7.	SISTEMA DE DISTRIBUCION A UTILIZAR	65
1.8.	SEGUIMIENTO DE CLIENTES	66
1.9.	MERCADOS ALTERNATIVOS	68
CAPÍTULO II		70
2.	ÁREA DE PRODUCCION (OPERACIONES)	70
2.1.	OBJETIVO DE ESTUDIO DE LA ACTIVIDAD	70
2.2.	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.....	70
2.2.1.	Descripción del proceso de transformación del servicio	70
2.2.2.	Descripción de instalaciones, equipos y personas	74
2.2.3.	Tecnología a aplicar	79
2.3.	FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES	79
2.3.1.	Ritmo de producción	79
2.3.2.	Nivel de inventario promedio	80
2.3.3.	Capacidad de producción futura	82
2.4.	CALIDAD	84
2.4.1.	Método de control de calidad.....	84
2.5.	NORMATIVA Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN.....	85
2.5.1.	Seguridad e higiene ocupacional	85
CAPÍTULO III		87
3.	ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN	87
3.1.	OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN	87
3.2.	ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS.....	87
3.2.1.	Visión de la empresa	87
3.2.2.	Misión de la empresa.....	87
3.2.3.	Análisis FODA.....	88
3.2.4.	Objetivos y estrategia	90
3.3.	ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA	91
3.3.1.	Organización estructural de la empresa	91

3.3.3.	Descripción de cargos.....	93
3.4.	CONTROL DEL CALIDAD	96
3.4.1.	Indicadores de gestión	96
3.5.	NECESIDAD DEL PERSONAL.....	97
CAPÍTULO IV		98
4.1.	OBJETIVOS DEL ESTUDIO JURÍDICO.....	98
4.2.	DETERMINACION DE LA FORMA JURÍDICA.....	98
4.2.1.	Constitución de la empresa.....	99
4.3.	PATENTES Y MARCAS.....	99
4.4.	LICENCIAS NECESARIAS PARA FUNCIONAR	99
4.4.1.	Permisos de funcionamiento.....	99
4.4.2.	Permiso cuerpo de bomberos.....	99
CAPÍTULO V		103
5.	ÁREA FINANCIERA	103
5.1.	OBJETIVO DE ESTUDIO FINANCIERO	103
5.3.	PLAN DE FINANCIAMIENTO	107
5.4.	CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS.....	107
5.4.1.	Análisis de costos	108
5.4.2.	Proyección de costos	109
5.4.4.	Proyección de gastos	112
5.5.	CÁLCULO DE LOS INGRESOS.....	120
5.6.	FLUJO DE CAJA	122
5.7.	PUNTO DE EQUILIBRIO	123
5.8.	ESTADO DE RESULTADOS.....	125
5.9.	EVALUACIÓN FINANCIERA	126
5.9.1.	Indicadores	126
5.9.1.2.	Valor actual neto - VAN	126
5.9.1.3.	TIR (tasa interna de retorno).....	127
5.9.1.4.	Relación beneficio costo.....	128
5.9.1.5.	PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	129

CONCLUSIONES	131
RECOMENDACIONES	132
Bibliografía	133
ANEXOS	135

INDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1 Características del servicio</i>	5
<i>Tabla 2 Categorización de sujetos</i>	8
<i>Tabla 3 Dimensión conductual</i>	8
<i>Tabla 4 Dimensiones geográficas</i>	9
<i>Tabla 5 Tipos de cooperativas</i>	9
<i>Tabla 6 Dimensión demográfica</i>	10
<i>Tabla 7 Cuadro de necesidades</i>	12
<i>Tabla 8 Cuadros de necesidades secundarias</i>	12
<i>Tabla 9 Cuadro fuentes secundarias</i>	13
<i>Tabla 10 Instrumentos de investigación secundaria</i>	13
<i>Tabla 11 Encuestados que necesitan capacitarse</i>	17
<i>Tabla 12 Asistencia a centros de capacitación</i>	18
<i>Tabla 13 Tipo de modalidad que asistirá</i>	19
<i>Tabla 14 Días preferencias para optar por el curso</i>	20
<i>Tabla 15 Preferencia del horario</i>	21
<i>Tabla 16 Dificultades de acceso a capacitaciones</i>	22
<i>Tabla 17 Aspectos Faltantes de los centros de capacitación</i>	24
<i>Tabla 18 Preferencia de medios de comunicación</i>	25
<i>Tabla 19 Satisfacción del Cliente</i>	26
<i>Tabla 20 Temas adicionales</i>	27
<i>Tabla 21 Periodo de Capacitación</i>	29
<i>Tabla 22 Cálculo demanda actual de consumo</i>	31
<i>Tabla 23 Producto Interno Bruto</i>	38
<i>Tabla 24 Matriz FODA</i>	42
<i>Tabla 25 Matriz de Impacto EFE</i>	44
<i>Tabla 26 Matriz de Impacto EFI</i>	47
<i>Tabla 27 Matriz de Aprovechabilidad</i>	50
<i>Tabla 28 Conclusión Matriz de aprovechabilidad</i>	51
<i>Tabla 29 Matriz de Vulnerabilidad</i>	51
<i>Tabla 30 Matriz de Factores Claves</i>	52
<i>Tabla 31 Matriz de Estrategias Cruzadas</i>	53

<i>Tabla 32 Oferta</i>	55
<i>Tabla 33 Proyección de la oferta</i>	56
<i>Tabla 34 Demanda Insatisfecha</i>	56
<i>Tabla 35 Cronograma</i>	63
<i>Tabla 36 Presupuesto</i>	64
<i>Tabla 37 Elaboración de tarjetas</i>	65
<i>Tabla 38 Elaboración de página web</i>	65
<i>Tabla 39 publicidad externa</i>	65
<i>Tabla 40 Cuestionario para seguimiento de clientes</i>	68
<i>Tabla 41 Ficha de inscripción</i>	72
<i>Tabla 42 Equipo de cómputo</i>	76
<i>Tabla 43 Equipos de oficina</i>	76
<i>Tabla 44 Descripción de muebles y enseres</i>	77
<i>Tabla 45 Descripción del personal</i>	78
<i>Tabla 46 Ritmo de trabajo</i>	79
<i>Tabla 47 Inventario</i>	80
<i>Tabla 48 Funciones del personal</i>	81
<i>Tabla 49 Producción futura</i>	83
<i>Tabla 50 Cuestionario control de calidad</i>	85
<i>Tabla 51 FODA</i>	88
<i>Tabla 52 Descripción del puesto del Gerente General</i>	93
<i>Tabla 53 Funciones secretaria</i>	94
<i>Tabla 54 Funciones capacitadores</i>	95
<i>Tabla 55 Indicadores de gestión</i>	96
<i>Tabla 56 Plan de inversiones</i>	104
<i>Tabla 57 Detalle de inversión</i>	105
<i>Tabla 58 Muebles y enseres</i>	105
<i>Tabla 59 Equipo de computación</i>	105
<i>Tabla 60 Activos diferidos</i>	106
<i>Tabla 61 Capital de trabajo</i>	106
<i>Tabla 62 Plan Financiamiento</i>	107
<i>Tabla 63 Análisis de costos</i>	108

<i>Tabla 64. Proyección de los costos.....</i>	<i>109</i>
<i>Tabla 65 Detalle del Gasto</i>	<i>110</i>
<i>Tabla 66 Proyección de Los gastos</i>	<i>112</i>
<i>Tabla 67. Mano de obra.....</i>	<i>113</i>
<i>Tabla 68. Provisiones MO</i>	<i>113</i>
<i>Tabla 69. Administrativo.....</i>	<i>114</i>
<i>Tabla 70. Provisiones administrativas.....</i>	<i>114</i>
<i>Tabla 71. Sueldo del vendedor.....</i>	<i>115</i>
<i>Tabla 72. Provisiones.....</i>	<i>115</i>
<i>Tabla 73 Proyección de sueldos</i>	<i>116</i>
<i>Tabla 74. Provisión de sueldos a 5 años</i>	<i>117</i>
<i>Tabla 75. Depreciación de Activos</i>	<i>118</i>
<i>Tabla 76. Amortización.....</i>	<i>118</i>
<i>Tabla 77. Depreciación acumulada.....</i>	<i>119</i>
<i>Tabla 78. Ingresos.....</i>	<i>120</i>
<i>Tabla 79. Proyección de ingresos.....</i>	<i>121</i>
<i>Tabla 80. Flujo de caja.....</i>	<i>122</i>
<i>Tabla 81. Punto de Equilibrio.....</i>	<i>124</i>
<i>Tabla 82. Estados de resultados</i>	<i>125</i>
<i>Tabla 83. Fórmula TMAR.....</i>	<i>126</i>
<i>Tabla 84. Valor Actual Neto</i>	<i>127</i>
<i>Tabla 85 Tasa interna de retorno</i>	<i>128</i>
<i>Tabla 86. Relación costo beneficio</i>	<i>129</i>
<i>Tabla 87 Periodo de recuperación</i>	<i>129</i>
<i>Tabla 88 Indicadores</i>	<i>130</i>

ÍNDICE DE GRÁFICOS

<i>Ilustración 1 Proyección de la población ecuatoriana del 2010 - 2020.....</i>	<i>9</i>
<i>Ilustración 2 Encuestados que necesitan capacitarse.....</i>	<i>17</i>
<i>Ilustración 3 Asistencia a centros de capacitación.....</i>	<i>18</i>
<i>Ilustración 4 Tipo de modalidad de asistencia.</i>	<i>20</i>
<i>Ilustración 5 Días de preferencia para optar por el curso.....</i>	<i>21</i>
<i>Ilustración 6 Preferencia de horario</i>	<i>22</i>
<i>Ilustración 7 Dificultades de acceso a capacitaciones</i>	<i>23</i>
<i>Ilustración 8 Aspectos faltantes de los centros de capacitación.....</i>	<i>24</i>
<i>Ilustración 9 Preferencia de medios de comunicación</i>	<i>25</i>
<i>Ilustración 10 Satisfacción del cliente</i>	<i>26</i>
<i>Ilustración 11 Temas adicionales</i>	<i>28</i>
<i>Ilustración 12 Temas adicionales</i>	<i>29</i>
<i>Ilustración 13 Demanda proyectada.....</i>	<i>32</i>
<i>Ilustración 14 Micro entorno</i>	<i>33</i>
<i>Ilustración 15 Análisis de Pestel.....</i>	<i>35</i>
<i>Ilustración 16 PIB.....</i>	<i>38</i>
<i>Ilustración 17 Tasa de desempleo y subempleo.....</i>	<i>39</i>
<i>Ilustración 18 Tasa de empleo a nivel nacional urbana y rural.....</i>	<i>40</i>
<i>Ilustración 19 Tasa de desempleo a nivel nacional urbana y rural.....</i>	<i>40</i>
<i>Ilustración 20 Población Urbana</i>	<i>41</i>
<i>Ilustración 21 Logo.....</i>	<i>57</i>
<i>Ilustración 22 Sistema de distribución a utilizar</i>	<i>66</i>
<i>Ilustración 23 Mapa de procesos.....</i>	<i>71</i>
<i>Ilustración 24 Flujograma del Servicio de Capacitación y Asesoría en Riesgo de Crédito.....</i>	<i>74</i>
<i>Ilustración 25 Plano de la oficina.....</i>	<i>75</i>
<i>Ilustración 26 Objetivos y estrategias.....</i>	<i>90</i>
<i>Ilustración 27 Organigrama estructural.....</i>	<i>91</i>
<i>Ilustración 28 Organigrama funcional</i>	<i>92</i>
<i>Ilustración 29 Proceso de trámite.....</i>	<i>100</i>
<i>Ilustración 30 Proceso de constitución.....</i>	<i>101</i>

<i>Ilustración 31</i> Proceso Registro Mercantil.....	101
<i>Ilustración 32</i> Inscripción del nombramiento.....	102
<i>Ilustración 33</i> Punto de equilibrio.....	124
<i>Ilustración 34</i> Interpretación del VAN.....	127

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA CAPACITACIÓN Y ASESORÍA ESPECIALIZADA EN RIESGO DE CRÉDITO EN LAS COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO EN LA CIUDAD DE QUITO”

AUTOR: Washington Iván Arévalo Mera

TUTOR: MSc. Lizzie Verónica Pazmiño G.

RESUMEN EJECUTIVO

Actualmente se atraviesa una crisis económica en el país y el mundo, por esta razón deben prepararse y replantearse en este caso las cooperativas en el tema de riesgo de crédito, la concesión de créditos en ciertas instituciones no realizan un análisis minucioso ya sea por captar nuevos socios, cumplir metas o falta de conocimiento del riesgo que atrae a una institución; por lo que prepararse en este tema tendría vital importancia evitando la morosidad de los deudores o una cartera incobrable, en el mercado existen un sin número de centros de capacitación pero en cuanto a riesgo de crédito difícilmente lo encuentran, por tal razón surge la idea de la creación de la empresa dedicada a la capacitación y asesoría especializada en riesgo de crédito en cooperativas, para poder conocer el nivel de aceptación de este plan de negocios han realizado una investigación de tipo cuantitativa con la utilización de la encuesta dando como resultado que las personas necesitan del tema de capacitación con un 98.11%. La localización de la empresa lo han situado en la provincia de Pichincha, cantón Quito Distrito Metropolitano, cuenta con instalaciones, suministros, permisos de funcionamiento para un correcto desarrollo de las actividades que realizarán brindando seguridad a los clientes y empleados, posterior a esto han realizado el planteamiento de la misión, visión, valores, objetivos, estrategias, determinación de su organigrama estructural y funcional y el logo que le permitirá identificarse en el mercado. La constitución la determinaron bajo la denominación de Compañía Limitada, a esto complementaron con la investigación y análisis para poder resolver el plan de inversión, el periodo de recuperación lo indican en tres años, el VAN es \$ 35.195,93, el 45% TIR, en referencia con la fórmula del proyecto resulta viable y en la relación costo beneficio dicho proyecto de inversión es rentable.

DESCRIPTORES: Concesión de créditos, cooperativas, morosidad, normativa legal, plan de negocios, riesgo de crédito.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

SUBJECT: “BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF A COMPANY DEDICATED TO TRAINING AND SPECIALIZED ADVICE ON CREDIT RISK IN THE SAVINGS AND CREDIT COOPERATIVES IN THE CITY OF QUITO”.

AUTOR: Washington Iván Arévalo Mera

TUTOR: MSc. Lizzie Verónica Pazmiño G.

ABSTRACT

There is currently an economic crisis in the country and the world, for this reason cooperatives must prepare and rethink in this case on the issue of credit risk, the granting of loans in certain institutions do not carry out a thorough analysis either to attract new partners, meeting goals or lack of knowledge of the risk that attracts an institution; Therefore, preparing on this issue would be vitally important avoiding bad debts or an uncollectible portfolio, in the market there are a number of training centers but in terms of credit risk they hardly find it, for this reason the idea of The creation of the company dedicated to training and specialized advice on credit risk in cooperatives, in order to know the level of acceptance of this business plan, they have carried out a quantitative investigation with the use of the survey, resulting in the people need the subject of training with 98.11%. The location of the company has been located in the province of Pichincha, Quito Metropolitan District canton, it has facilities, supplies, operating permits for a correct development of the activities that they will carry out providing security to customers and employees, after this they have carried out the statement of the mission, vision, values, objectives, strategies, determination of its structural and functional organization chart and the logo that will allow it to identify itself in the market. The constitution was determined under the name of Limited Company, to this they complemented with the investigation and analysis to be able to resolve the investment plan, the recovery period is indicated in three years, the VAN is \$ 35.195,93, 45% TIR, in reference to the formula of the project, it is viable and in the cost-benefit relation, said investment project is profitable.

KEYWORDS: Credit concession, cooperatives, delinquency, legal regulations, business plan, credit risk.

INTRODUCCIÓN

El presente plan de negocios propone la creación de una empresa dedicada a la oferta de servicios de capacitación y asesoría especializada en riesgo de crédito para las cooperativas de ahorro y crédito, las instituciones para las cuales se enfoca este plan de negocios son aquellas que cuentan entre 10 a 50 empleados por agencia y que se encuentren dentro del Distrito Metropolitano de Quito.

Las técnicas investigativas sobre las cuales han desarrollado este trabajo son: la investigación bibliográfica, la observación, el estudio de mercado y finalmente la experiencia en el área de crédito del autor, con base en lo previamente indicado han podido plantear la idea del negocio, así como definir adecuadamente el mercado objetivo y la prestación de los servicios.

Con la ejecución de este proyecto podrán beneficiar a las cooperativas que tengan cartera vencida, en un alto número de clientes bajo esta condición, adicionalmente pretenden contribuir con la sociedad, ya que generará fuentes de trabajo y responsabilidad social empresarial.

El estudio lo han dividido en cinco capítulos que abordan temas relacionados con diferentes áreas como: marketing, producción (servicio), jurídico legal, organización y gestión y el área financiera.

En el CAPÍTULO 1, Área de Marketing: se evidencia un análisis de mercado, al cual la presente propuesta está dirigida han determinado el mercado objetivo, las necesidades que actualmente estas empresas presentan en cuanto a temas de riesgo de crédito, la dimensión demográfica de las empresas objetivo, la tendencia de la demanda y finalmente han realizado una investigación de mercado que busca determinar la factibilidad de la empresa. En este análisis de los resultados de la investigación se reconocen los servicios a ofertar, muestran el precio referencial que el cliente estaría dispuesto a pagar, así como la publicidad y promoción requerida.

En el CAPÍTULO 2, Área de Producción (Servicio): se explica el proceso de funcionamiento la empresa, así como también se presenta un modelo de aplicación de las capacitaciones o asesorías respectivamente, las instalaciones, los equipos, la tecnología y el personal. Adicional muestra el proceso de producción del servicio, venta, la capacidad de producción del servicio, normativas vigentes y permisos.

En el CAPÍTULO 3, Área de Organización y Gestión: se lleva a cabo el análisis estratégico y definición de objetivos, la visión y misión de la empresa, el análisis FODA, la organización funcional, el control de la gestión con el listado de los indicadores y las futuras necesidades de personal.

En el CAPÍTULO 4, Área Jurídico Legal: se identifica la forma jurídica de la empresa, procesos a seguir para el registro de patentes y marcas de igual manera con los permisos para el funcionamiento legal de la misma.

En el CAPÍTULO 5, Área Financiera: se elaboran el plan de financiamiento, el capital de trabajo, las formas de financiamiento, la tabla de amortización, el resumen de financiamiento, el cálculo de costos al detalle y proyectados, el cálculo de costos anuales y unitario mensual, la depreciación y su proyección, el cálculo y la proyección de ingresos, el flujo de caja, el punto de equilibrio, el estado de resultados proyectado y la evaluación financiera.

Objetivos del Trabajo de Titulación

Objetivo General

Verificar la factibilidad de la creación de una empresa dedicada a la capacitación y asesoría especializada en riesgo de crédito en las cooperativas de ahorro y crédito en la ciudad de Quito para contribuir con el crecimiento profesional y laboral de las personas.

Objetivos Específicos

1. Utilizar los elementos necesarios para segmentar el mercado en diversos parámetros y definir el mercado específico al cual el servicio está dirigido.
2. Identificar los recursos requeridos para el posicionamiento de la empresa es decir las instalaciones, equipos, recursos humanos necesarios para la maximización de ventas.
3. Describir los objetivos para la iniciación del negocio mismos que deben ser claros, rentables y sostenibles en el tiempo.
4. Utilizar la normativa legal vigente para la creación y correcto funcionamiento de la empresa.
5. Elaborar un estudio financiero que sustente la viabilidad económica de la empresa.

CAPÍTULO 1

1. ÁREA DE MARKETING

1.1. OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO

Realizar un análisis de mercado al cual esta propuesta está dirigida utilizando los elementos necesarios para la definición del mercado específico, las necesidades que este tipo de empresas presentan en cuanto a temas de riesgo de crédito, la oferta y demanda con el fin de determinar el impacto que tendrá en el mercado en el cual se comercializará estos servicios; dicha investigación dará como resultado la factibilidad de la empresa.

1.2. DEFINICIÓN DE MERCADO

1.2.1. Especificaciones del servicio

La empresa proporciona servicios de capacitación en riesgo de crédito, así como también asesoría especializada, tratará de cumplir con las expectativas del servicio orientado a las cooperativas de ahorro y crédito de la ciudad de Quito.

1.2.2. Definición de servicio

El mercado objetivo que se enfoca este plan de negocios es las cooperativas de ahorro y crédito que tienen presencia en el Distrito Metropolitano de Quito, la cual dentro de su portafolio de servicios es su producto estrella. Debido al incremento de las carteras vencidas (motivo principal por el cual se han cerrado la mayoría de las cooperativas de ahorro y crédito en el Ecuador) requieren de este tipo de capacitaciones para prevenir el incumplimiento de dichas obligaciones por parte de los socios.

Tabla 1 Características del servicio

CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO		
No.	CARACTERÍSTICAS	BENEFICIOS
1	Identificación de las necesidades de las cooperativas en riesgos de crédito	Se retribuye a los asistentes mejores conocimientos del tema y aumentar el cumplimiento de pagos.
2	Programa de capacitación concreto y manejo eficiente del tiempo	Permite cumplir con las actividades de enseñanza y solventar dudas o preguntas.
3	Asesoría y asistencia pre y post capacitación.	Dispone de apoyo que brinde seguridad y confianza en las decisiones crediticias
4	Ayudar al personal a identificarse con las regulaciones crediticias.	Mejora el análisis para la entrega de créditos.
5	Auxiliar para la comprensión y adopción de políticas institucionales.	Ayuda a viabilizar la implementación y cumplimiento de las políticas de la organización
6	Incrementa la productividad y calidad del trabajo.	Mejora la comunicación y eficiencia de los empleados.
7	Medición y evaluación del historial de crédito.	Examina la capacidad de pago de los futuros socios.
8	Convierte a la empresa en un entorno de mejor calidad para trabajar.	Aumenta la confianza, la posición asertiva y el desarrollo.

Elaborado por: El autor.

En la *tabla Nro. 1 Características del Servicio*, se detalla las características principales de la capacitación y asesoría especializada en riesgo de crédito, con la finalidad de que todo trabajador de las cooperativas que tome la capacitación

retribuya o replique los conocimientos adquiridos favorablemente en la organización en la que labora.

123. Aspectos innovadores

En relación a la identificación de la competencia y de lo que ésta ofrece se evidencia que los aspectos diferenciadores se encuentran en los tres momentos del servicio prestado por la empresa: la preventa, la ejecución y en la postventa, esto se enuncia de forma general en los siguientes aspectos:

- Implementación de plataforma e-learning, que permite participar e interactuar tanto tutores como alumnos, brinda flexibilidad de horarios y ubicación facilidades de estudio, facilitando el aprendizaje y con apoyo virtual. La página web es: www.ecua-trainer.com.ec



- Asesoría en casos prácticos durante la duración del curso, en temas de riesgo de crédito u otorgamiento de créditos, tomando casos suscitados a lo largo de la historia de las cooperativas de ahorro y crédito.
- Capacitación al personal en seminarios o cursos basados en un análisis de acuerdo a las necesidades que se presentan en la empresa y en cambios de la Ley.
- Aplicación de un bots para atención al cliente, al solicitar información de los cursos el tiempo de respuesta será inmediata y si necesita información más detallada se enlazará al WhatsApp de la empresa.
- La empresa colabora con el medio ambiente por lo que todo el material de estudio podrá descargarse desde la plataforma del centro evitando en lo posible la utilización de papel.

- Conferencias gratuitas con temas generales de actualidad con la finalidad de captar el interés de los asistentes y evaluar que cursos se pueden agregar a los que ya se prestan en el centro.
- Utilización de facturación electrónica y archivo electrónico con la finalidad de que si fuese necesario ver un documento y no se encuentre físicamente en la empresa lo podrá realizar en la nube.
- Utilización de equipos e iluminaria LED para el control y ahorro de gastos.

1.3. DEFINICIÓN DE MERCADO

“Un mercado es cualquier institución, mecanismo o sistema que pone en contacto a compradores y vendedores y facilita la formación de precios y la realización de intercambios”. (Díaz Giménez, 1999)

Es el lugar en donde las personas realizan transacciones sea de bienes o servicios cancelando un determinado precio.

1.3.1. Mercado al que se va a tocar en general

“Población objetivo o mercado meta, es el producto que satisfaga mejor las necesidades del mercado meta, fijar el precio competitivo que el mercado meta estaría dispuesto a pagar” (Pérez Romero, 2004)

La población objetivo está enfocada como: los servicios de capacitación, lo conforman los habitantes de la ciudad de Quito específicamente aquellas personas que requieran conocer de riesgos financieros o riesgos crediticios. Por lo tanto, el público en general, dependiendo de sus necesidades, puede ser trabajadores o clientes de las cooperativas.

1.3.1.1. Categorización de los sujetos

Los Consumidores potenciales de este servicio son las cooperativas mismas que buscan mejorar la calidad de trabajo y requieren capacitar a su personal, que poseen bajo su responsabilidad la entrega de créditos. Ver Tabla No. 2.

Tabla 2 Categorización de sujetos

CATEGORÍA	SUJETO
¿Quién compra?	Las Cooperativas de Ahorro y Crédito
¿Quién usa?	Personas inmersas en el sistema de crédito
¿Quién decide?	Jefe de Talento Humano
¿Qué influye?	Jefes de Agencias, jefes de cartera y cobranza, otras cooperativas

Elaborado por: El autor.

En la *tabla 2. Categorización de Sujetos*, detalla de manera jerárquica los sujetos que por su cargo dentro de las cooperativas intervienen en la toma de decisiones y quienes serán beneficiarios de la capacitación.

1.3.1.2. Categorización de sujetos

“La segmentación en su concepción pura consiste en el proceso mediante el cual subdividimos estos mercados en grupos o sectores menores” (Vega, 1991)

El presente estudio de segmentación está enfocado en la prestación de servicios capacitación y asesoría especializada en riesgo de Crédito para las Cooperativas de Ahorro y Crédito ubicadas en el Distrito Metropolitano de Quito, Provincia de Pichincha. Ver Tabla Nro. 3.

Tabla 3 Dimensión conductual

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
Tipo de necesidad	Social, Autorrealización
Tipo de compra	Servicio
Relación con la marca	Si
Actitud frente al servicio	Positiva

Elaborado por: El autor.

La ubicación de la empresa está en el sector de El Condado del Distrito Metropolitano de Quito, Provincia de Pichincha, sin embargo, toma como mercado objetivo a toda la ciudad de Quito, debido que la oferta se realiza a todas las cooperativas que tengan presencia en la ciudad, por tal razón estudian la dimensión geográfica hasta determinar el mercado objetivo al cual desean llegar.

Tabla 4 Dimensiones geográficas

VARIABLES	DESCRIPCIÓN	NRO. HABITANTES (MILLONES 2010)	NRO. HABITANTES (MILLONES 2019)
PAÍS	ECUADOR	14'483.499	17'196.476
REGIÓN	SIERRA	6'081.342	6'812.881
PROVINCIA	PICHINCHA	2'667.953	3'172.200
CIUDAD	QUITO	2'319.671	2'735.987

Fuente: INEC

Elaborado por: El autor.

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN ECUATORIANA, POR AÑOS CALENDARIO, SEGÚN CANTONES												
2010-2020												
Código	Nombre de canton	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1701	QUITO	2.319.671	2.365.973	2.412.427	2.458.900	2.505.344	2.551.721	2.597.989	2.644.145	2.690.150	2.735.987	2.781.641
1702	CAYAMBE	88.840	90.709	92.587	94.470	96.356	98.242	100.129	102.015	103.899	105.781	107.660
1703	MEJIA	84.011	86.299	88.623	90.974	93.353	95.759	98.193	100.650	103.132	105.637	108.167
1704	PEDRO MONCAYO	34.292	35.155	36.030	36.912	37.802	38.700	39.604	40.514	41.431	42.353	43.281
1705	RUMIÑAHUI	88.635	91.153	93.714	96.311	98.943	101.609	104.311	107.043	109.807	112.603	115.433
1707	SAN MIGUEL DE LOS BANCOS	17.957	18.931	19.953	21.020	22.136	23.303	24.524	25.798	27.128	28.517	29.969
1708	PEDRO VICENTE MALDONADO	13.350	13.712	14.080	14.452	14.828	15.209	15.594	15.983	16.375	16.771	17.171
1709	PUERTO QUITO	21.197	21.577	21.956	22.334	22.710	23.084	23.455	23.823	24.189	24.551	24.911

Ilustración 1 Proyección de la población ecuatoriana del 2010 - 2020

Fuente: INEC – Proyección de la población ecuatoriana por años calendario según cantones

Tipos de cooperativas

Tabla 5 Tipos de cooperativas

TIPOS DE COOPERATIVAS
Ahorro y crédito
Producción
Transporte
Consumo
Vivienda
Servicios

Fuente: Superintendencia de Economía Popular y Solidaria

Elaborado por: El Autor.

El mercado objetivo de este proyecto está dirigido a los socios, trabajadores y autoridades de las cooperativas de ahorro y crédito que tengan presencia en el Distrito Metropolitano de Quito, quienes son los que adquieren obligaciones de

pago, encargados de la toma de decisiones de nuevos clientes; y verificaciones de necesidades para el mejoramiento de funciones del personal respectivamente. Ver Tabla Nro. 6.

Tabla 6 Dimensión demográfica

VARIABLES	No.
Población de Ecuador	17,267,986
Provincia de Pichincha	3,172,200
Población Quito	2'735.987
PEA Quito	982,229
Población con empleo	904,582
Cooperativas en el Ecuador de ahorro y crédito	887
Cooperativas en la provincia de Pichincha de ahorro y crédito	506
Personas que trabajan en cooperativas de ahorro y crédito en la ciudad de Quito.	20125

Fuente: INEC, SEPS

Elaborado por: El Autor.

1.3.1.3. Plan de muestreo

En la presente investigación se determina un muestreo probabilístico aplicando una fórmula para establecer la muestra a investigar. Esta muestra será tomada de 20125 profesionales que trabajan en el área de crédito y cobranza de las cooperativas de la ciudad de Quito, la finalidad de mostrar la factibilidad del plan de negocios.

Para la obtención de la muestra aplicaron la siguiente fórmula Finita:

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

Equivalencias Datos

Z = Nivel de confiabilidad.

Z = Para 95% de confianza, Z = 1,96

P = Probabilidad de ocurrencia.

P = 0,70

Q = Probabilidad de no ocurrencia. Q = 0,30

N = Población o universo.

N = 20125

e = Error de la muestra (5% - 7%). e = Permisible 5% = 0,05

Cálculo de la muestra:

Desarrollo

$$\square = \frac{(1.96^2)(0,7)(0,3)(20125)}{(0,05)^2 (20125 - 1) + (1.96^2)(0,7)(0,3)}$$

$$\square = \frac{(3.8416)(0,7)(0,3)(20125)}{(0,0025)(20124) + (3.8416)(0,7)(0,3)}$$

$$\square = \frac{16235.562}{(50.31) + (0.806736)}$$

$$\square = \frac{16235.562}{51.11}$$

$$\square = 318 \square\square\square\square\square\square\square\square\square\square\square\square\square\square\square\square\square\square\square$$

1.3.1.4. Instrumentos para la recopilación de información

En cumplimiento a los objetivos planteados en cada capítulo establecen cinco fases para poder atribuir el impacto que tendrá este plan de negocios en el mercado actual, por lo tanto, cada una de estas etapas se apoyan en fuentes primarias y secundarias.

En este plan de negocios, como fuente primaria consideran como herramienta principal a la encuesta para el desarrollo de la investigación y como fuentes secundarias los recursos un poco más alejados tales como banco de datos, libros, papers, fuentes de internet, entre otros.

Objetivo Específico: Realizar una investigación de mercado que establezca la factibilidad de la creación de la empresa dedicada a la capacitación y asesoría especializada en riesgo de crédito que contribuya a la reducción de carteras vencidas en las cooperativas de ahorro y crédito en la ciudad de Quito.

Tabla 7 Cuadro de necesidades

Necesidades de Información	Tipo de Información	Fuentes	Instrumentos
Conceptualización de los servicios	Secundaria	Libros, Revistas y Publicaciones.	Libros Digitales, Publicaciones Conceptuales
Entidades de Control y Estadísticas	Secundaria	SEPS, IESS, Banco Central, INEC.	Base de Datos, Información Pública de las Cooperativas, Datos estadísticos.
Procesos de Capacitación	Secundaria	SECAP, GOOGLE ACTIVE, EPN.	Planes de estudio, mallas curriculares, plataforma interactiva

Fuente: SEPS, IESS, BCE, INEC, SECAP.GOOGLE

Elaborado por: El Autor.

Objetivo Específico: Identificar la oferta, demanda potencial y, demanda insatisfecha a fin de determinar el impacto en el mercado en el cual se comercialice los servicios.

Tabla 8 Cuadros de necesidades secundarias

Necesidades de Información	Tipo de Información	Fuentes	Instrumentos
Población, Muestreo y Demanda.	Secundaria	SEPS, Banco Central, INEC, SENPLADES.	Reportes de entidades estadísticas y de control.
Oferta	Secundaria	CIMACYT, SIGRIF, RED DE EDUCACIÓN ECUADOR	Planes de estudio, Metodología de enseñanza.
Demanda Insatisfecha	Secundaria	Libros estadísticos.	El resultado de la demanda y la oferta

Fuente: SEPS, IESS, BCE, INEC, SECAP, SEMPLADES, GOOGLE

Elaborado por: El Autor.

Objetivo Específico: Identificar estrategias del Plan de Marketing Mix, determinando las variables: precio, plaza, promoción, publicidad para dar a conocer los servicios ofertados.

Tabla 9 Cuadro fuentes secundarias

Necesidades de Información	Tipo de Información	Fuentes	Instrumentos
Conceptualización de terminología	Secundaria	Libros, Revistas y Publicaciones	Definiciones, metodologías publicitarias
Herramientas digitales	Secundaria	SUIT GOOGLE, PAGINAS WEB,	Base de Datos, plataformas de publicación, marketing web
Productos complementarios	Secundaria	Proveedores	Banco de datos de otras organizaciones

Fuente: Papers, Google
Elaborado por: El Autor.

Desarrollo de Instrumentos

Fuente de datos secundarios

Tabla 10 Instrumentos de investigación secundaria

	Autores	Años	Descripción
Libros Fuentes	Vicente Aragón	2011	Dirección financiera de la empresa:
	Philip kotler	2013	Marketing de guerrilla
	Verónica Rosendo Ríos	2012	Marketing 3.0
	Luis Enrique Moyano Castillejo	2015	Plan de negocios
	Diego Monferrer Tirado	2013	Fundamentos del Marketing
	Verónica Rosendo Ríos	2018	Investigación de mercados: Aplicación al marketing estratégico
	Pilar Batet Jiménez	2011	Gestión Administrativa

Esteban Fernández		(Continuación...)
Sánchez	2010	Administración de empresas
Martín González	2013	Comportamiento Organizacional
Marcial Córdoba Padilla	2014	Análisis financiero
Samuelson Mordhaus	2015	Economía
Héctor Ortiz Anaya	2011	Análisis Financiero Aplicado y Principios de Administración Financiera
		SEPS Ecuador
Fuentes de Organizaciones Gubernamentales		Superintendencia de Bancos de Ecuador Instituto de Estadísticas y Censos Servicio de Rentas Internas Superintendencia de Compañías
Fuentes de Organizaciones Privadas		Cooperativas de Ahorro y Crédito Relacionadas al plan de negocios, plan de
Internet		marketing, investigación de mercado, servicios de capacitación.
Folletos		Estudios financieros

Elaborado por: El Autor

Información de Fuentes Primarias

Como información primaria proceden a realizar la técnica de la encuesta y la entrevista, aplicando un cuestionario para conocer los intereses en tener mayor conocimiento en el sistema de crédito de las cooperativas de ahorro y crédito que tienen presencia en la ciudad de Quito, con la muestra obtenida anteriormente realizan 318 encuestas dirigida a personas que laboran en esta rama, así como también realizan entrevistas a los jefes de agencia de 15 cooperativas de la ciudad en mención.

A continuación, exponen el cuestionario aplicado en el estudio de mercado:



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas
Escuela de Administración de Empresas y Negocios

Instrucciones: Lea detenidamente cada pregunta y marque su respuesta con toda la sinceridad posible, agradecemos su colaboración.

1. ¿Considera usted, que necesita capacitación, para mejorar la interpretación en cuanto a análisis de otorgación de créditos?

- SI
- NO

2. ¿Conoce usted o ha formado parte de algún Centro de Capacitación especializado en Riesgo de Crédito?

- SI
- NO

Cuál: _____

3. ¿Si se implementara un centro de capacitación especializado en Riesgo de Crédito, cuál es la modalidad que le gustaría asistir?

- Cursos
- Seminarios
- Congresos
- Conferencias
- Workshop

4. ¿Qué días preferiría tomar la capacitación?

- De lunes a viernes
- Fines de semana

5. ¿En qué horario preferiría asistir a la capacitación?

Mañana Tarde Noche

6. ¿Ha tenido dificultades para acceder alguna capacitación? ¿De qué Tipo?

- De tiempo
- Económico
- Otras

7. **¿Qué aspectos considera usted, como primordiales y que no se ofrecen en los centros de capacitación que hay en la actualidad?**
- Profesionalismo
 - Asesoría Pre y Los Curso
 - Materiales e información actualizada
 - Facilidades de pago
8. **¿A través de qué medio le gustaría recibir información de nuevos cursos de capacitación?**
- Periódico
 - Redes sociales
 - Radio
9. **¿Qué es lo que le motivaría a usted volver a recibir otro curso en el mismo centro de capacitación?**
- Calidad de enseñanza
 - Aclararon todas sus interrogantes
 - Dominio del tema
 - Cumplió o superó sus expectativas de aprendizaje
 - Le dieron alternativas de reforzar los temas en un aula virtual
10. **¿Además de la capacitación en riesgo crediticio, que otros cursos le gustaría que se oferten en el mismo centro?**
- Especialista en análisis de nómina
 - Asistente contable
 - Manejo de redes sociales
 - Tributación
 - Compras Públicas

Muchas gracias por su colaboración.

1.3.1.5. Análisis de la encuesta

Basado en el tamaño de la muestra que han obtenido de 318 profesionales que trabajan en el área de crédito y cobranza encuestados en el Distrito Metropolitano de Quito, realizan el procesamiento, análisis e interpretación de los resultados obtenidos, lo detallan a continuación:

Objetivo: Determinar intereses y preferencias de los clientes

Dirigido a: Profesionales que trabajan en el área de crédito y cobranza

Tipo de preguntas: Cerradas

Definición del servicio: Servicios de capacitación especializada en el sistema de créditos en las cooperativas de ahorro y crédito en la ciudad de Quito que se pretende comercializar.

Tabla 11 Encuestados que necesitan capacitarse

Respuesta	N.º de Personas	Porcentaje
No	6	1,89%
Sí	312	98,11%
Total	318	100.00%

Fuente: Encuesta 2020

Elaborado por: El autor

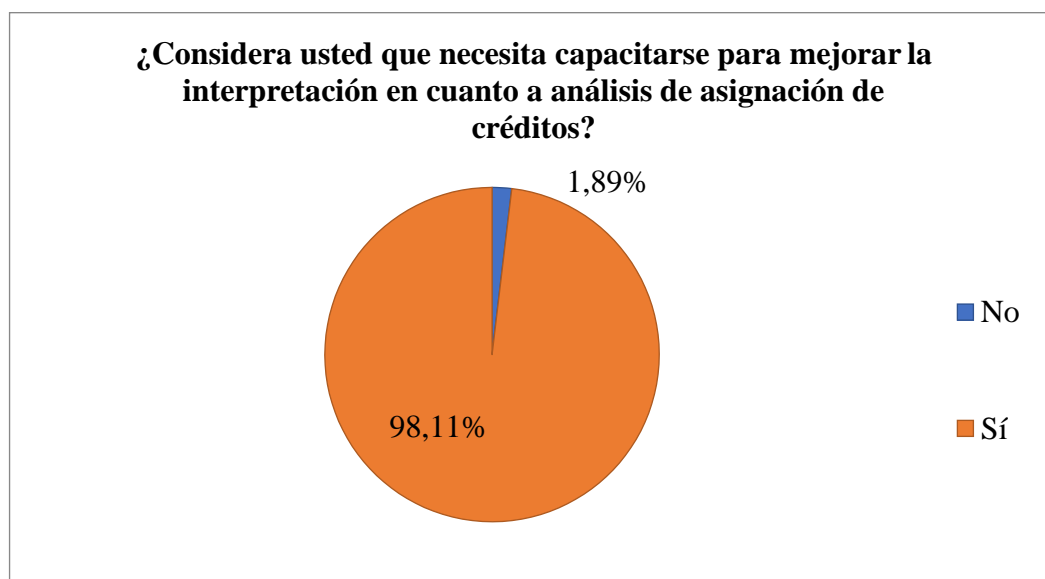


Ilustración 2 Encuestados que necesitan capacitarse

Fuente: Encuesta 2020

Elaborado por: El autor

Análisis

Del número total de 318 personas aplicado el cuestionario de la encuesta ha evidenciado que un 98,11% que equivale a 312 personas necesitan capacitarse en cuanto a análisis de asignación de créditos, mientras que el 1.89% que corresponde a 6 individuos no necesitan capacitación del tema.

Interpretación:

La mayoría de los consultados muestran un alto grado de interés en capacitarse en análisis de riesgo de créditos financieros, por lo tanto, se evidencian que existe un mayor porcentaje con una respuesta favorable a la interrogante planteada.

Tabla 12 Asistencia a centros de capacitación

2. ¿Conoce usted o ha formado parte de algún Centro de Capacitación especializado en Riesgo de Crédito?		
Respuesta	N.º de Personas	Porcentaje
Sí	78	24.53%
No	240	75.47%
Total	318	100.00%

Fuente: Encuesta, 2020.

Elaborado por: El autor.

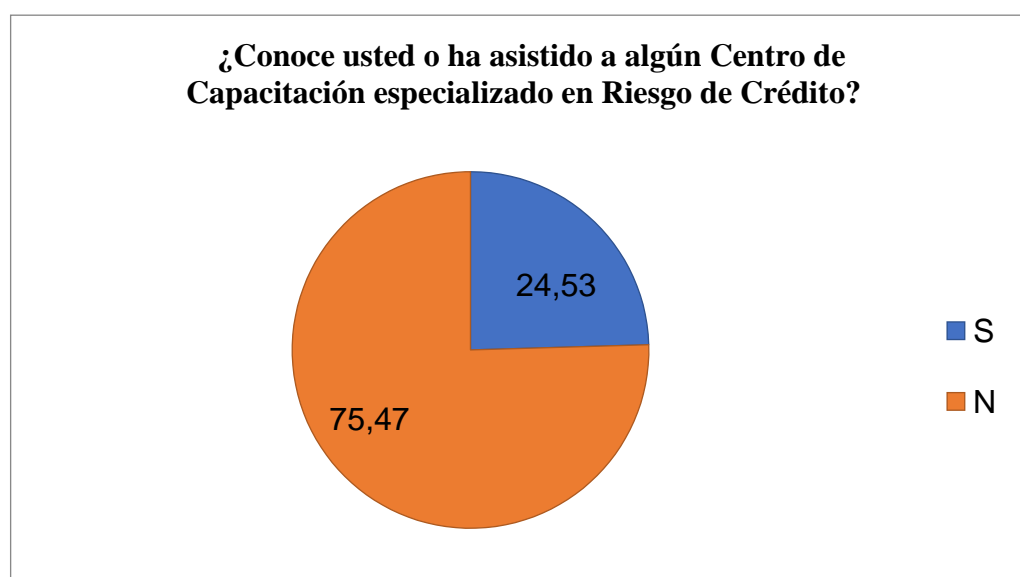


Ilustración 3 Asistencia a centros de capacitación

Fuente: Encuesta 2020

Elaborado por: El autor

Análisis

De las 318 personas que aplican el cuestionario, evidencia que el 24,53% conocen o han asistido a un centro de capacitación especializado en riesgo de crédito en cooperativas de ahorro y crédito, mientras que el 75.47% no han conocido la existencia de este tipo de centros que brinden capacitaciones de este tema en referencia.

Interpretación

En relación a los resultados que obtienen de la encuesta, se evidencia que la mayoría de las personas encuestadas tienen la necesidad de este servicio ya sea porque laboran en estos establecimientos o cuentan con algún tipo de crédito, por lo tanto no conocen la existencia de centros de capacitación en el tema de riesgo de crédito, por lo cual llegan a la conclusión de la necesidad de solicitar capacitación que mejore su desempeño y los resultados en los ingresos de las cooperativas y no sea algo simplemente necesario.

Tabla 13 Tipo de modalidad que asistirá

3. ¿Si se implementa un centro de capacitación especializado en Riesgo de Crédito, ¿Cuál es la modalidad que le gustaría asistir?		
Respuesta	N.º de Personas	Porcentaje
Congresos	16	5,03%
Workshop	24	7,55%
Seminarios	47	14,78%
Conferencias	86	27,04%
Cursos	145	45,60%
Total	318	100,00%

Fuente: Encuesta 2020
Elaborado por: El autor

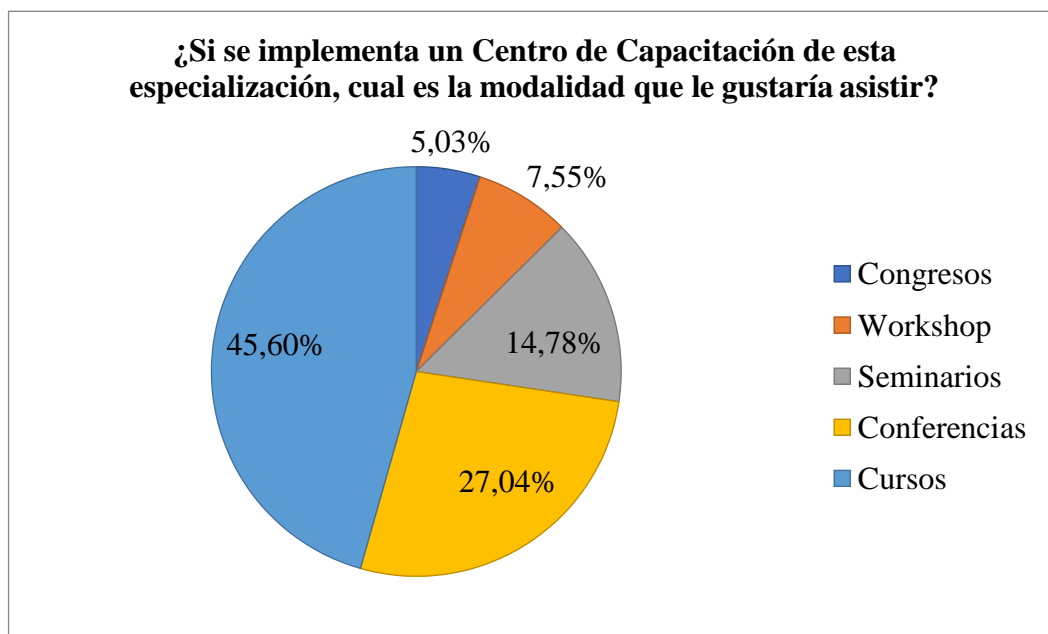


Ilustración 4 Tipo de modalidad de asistencia.

Fuente: Encuesta 2020

Elaborado por: El autor

Análisis

De las 318 personas aplicadas el cuestionario el 5,03 % asistió a congresos el, 7,55% workshop el, 14,78% opta por seminarios, el 27,04% requieren conferencias, 45,60% de individuos respondieron que prefieren recibir cursos.

Interpretación

Casi el cincuenta por ciento de los encuestados prefieren los cursos por cuestiones de tiempo y facilidad por lo que impacta positivamente a la empresa, deben trabajar en el contenido de enseñanza práctico – analítico.

Tabla 14 Días preferencias para optar por el curso

4. ¿Qué días preferiría tomar la capacitación?		
Respuesta	N.º de Personas	Porcentaje
De lunes a viernes	103	32,39%
Fines de Semana	215	67,61%
Total	318	100%

Fuente: Encuesta 2020

Elaborado por: El autor

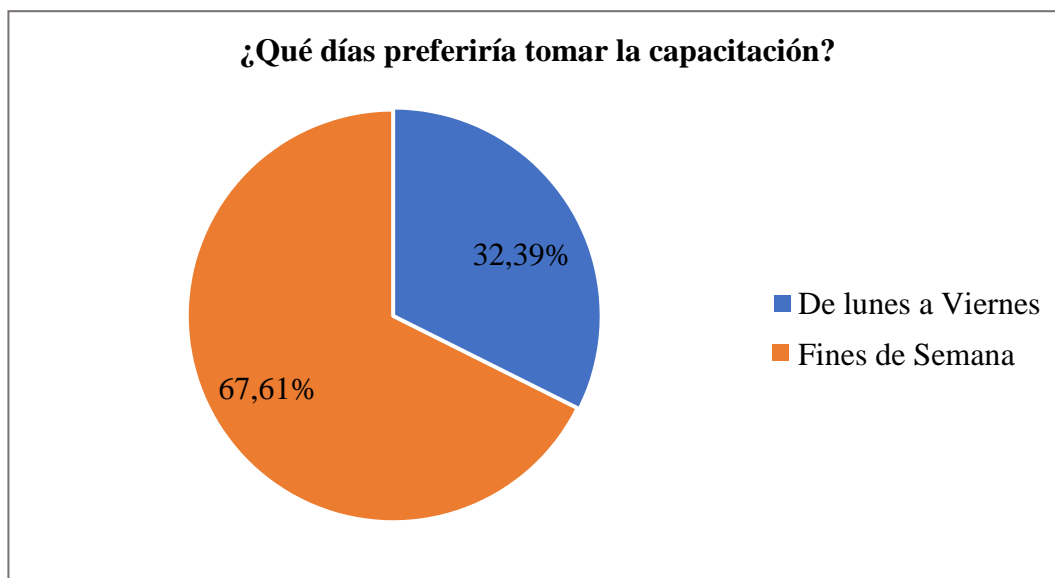


Ilustración 5 Días de preferencia para optar por el curso

Fuente: Encuesta 2020

Elaborado por: El autor

Análisis

De las 318 personas aplicadas el cuestionario 32,39% indica que sería factible y práctico que se dicte dicho curso de lunes a viernes, 67.61% indica que prefiere optar por el curso los fines de semana por diferentes circunstancias de la semana.

Interpretación

Los encuestados prefieren optar por el curso los fines de semana ya sea por facilidad de tiempo u otra circunstancia por lo que los cursos deberán tener horarios continuos.

Tabla 15 Preferencia del horario

5. ¿En qué horario preferiría asistir a la capacitación?		
Respuesta	N.º de Personas	Porcentaje
Mañana	56	17,61%
Tarde	94	29,56%
Noche	168	52,83%
Total	318	100%

Fuente: Encuesta 2020

Elaborado por: El autor

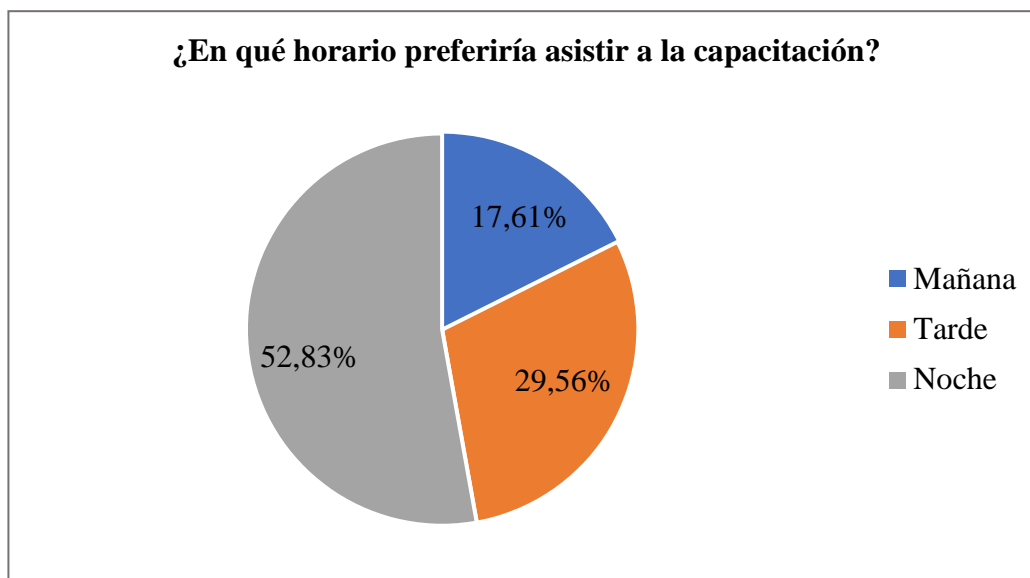


Ilustración 6 Preferencia de horario

Fuente: Encuesta 2020

Elaborado por: El autor

Análisis

Del total de 318 personas aplicadas la encuesta determina que el 17,61% en el horario de la mañana, el 29,56% por el horario de la tarde y el 52,83% optan por el horario de la noche.

Interpretación

Este resultado es relevante, puesto que determina que los encuestados optan en su mayoría en recibir la capacitación en horarios de la noche por lo que una facilidad sería trabajar bajo plataforma virtual.

Tabla 16 Dificultades de acceso a capacitaciones

6. ¿Ha tenido dificultades para acceder alguna capacitación? ¿De qué Tipo?		
Respuesta	N.º Personas	Porcentaje
De tiempo	192	60,38%
Económico	75	23,58%
Otros	51	16,04%
Total	318	100,00%

Fuente: Encuesta, 2020.

Elaborado por: El Autor.

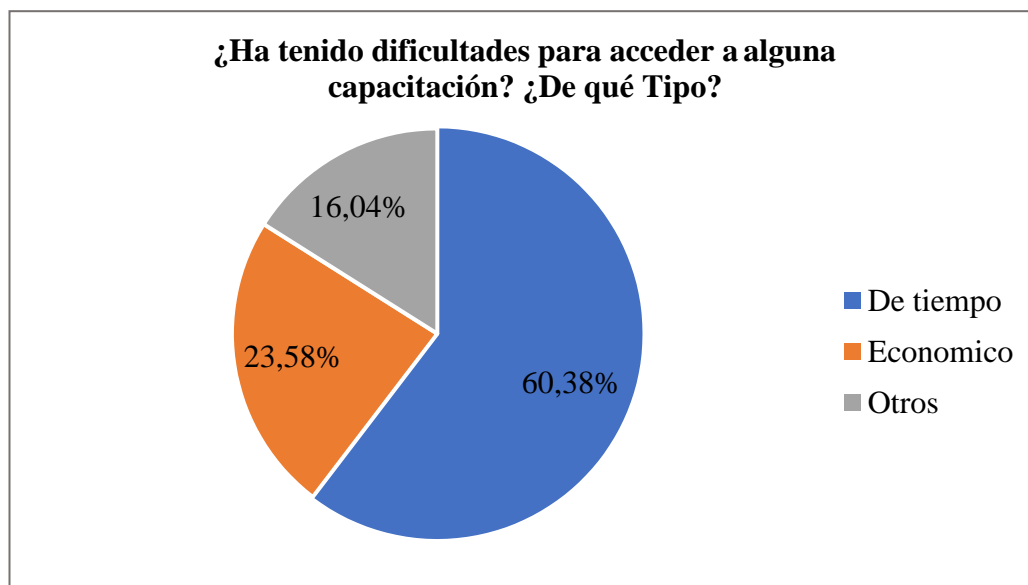


Ilustración 7 Dificultades de acceso a capacitaciones

Fuente: Encuesta 2020.

Elaborado por: El autor.

Análisis

De los 318 individuos aplicados el cuestionario un 60,38% no han podido acceder a cursos de capacitación por cuestión de tiempo, el 23,58 % no acceden por falta de dinero, 16,04 % por otros temas.

Interpretación

Con estos resultados se observa que el éxito del presente plan de negocios es factible adaptar los cursos en horarios que se tornen flexibles a los asistentes debido a que ha sido el factor principal, así como el tema económico que en muchas ocasiones no es posible acceder a un curso de capacitación, sin descartar que los precios deben ser más accesibles.

Tabla 17 Aspectos Faltantes de los centros de capacitación

7. ¿Qué aspectos considera usted, como primordiales y que no se ofrecen en los centros de capacitación que hay en la actualidad?		
Respuesta	N.º de Personas	Porcentaje
Materiales	38	11,95%
Profesionalismo	52	16,35%
Facilidades de Pago	105	33,02%
Asesoría Pre y Post Curso	123	38,68%
Total	318	100,00%

Fuente: Encuesta 2020.
Elaborado por: El autor.

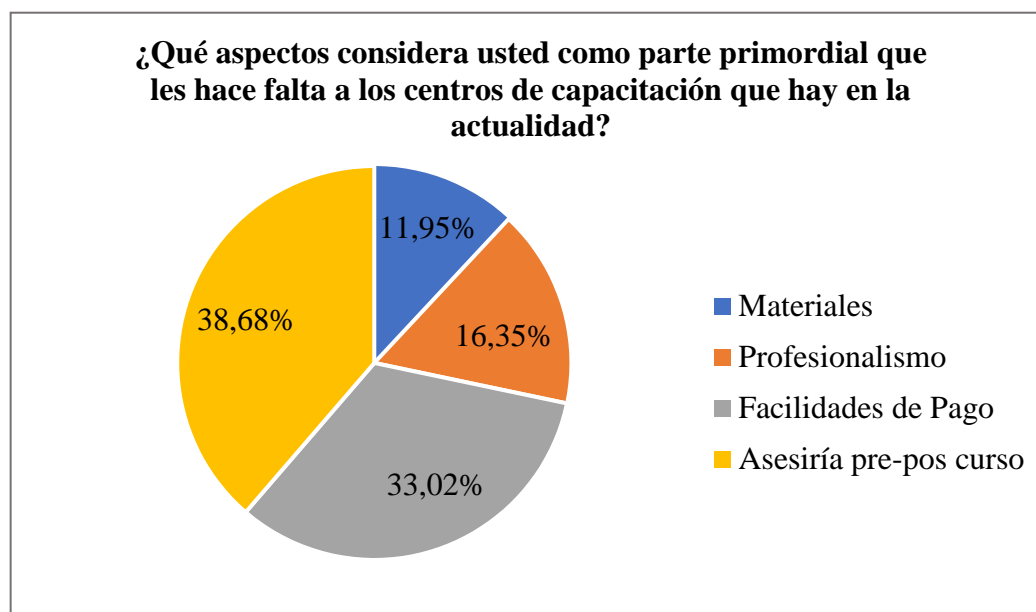


Ilustración 8 Aspectos faltantes de los centros de capacitación

Fuente: Encuesta 2020
Elaborado por: El autor

Análisis

La inclinación más relevante que se puede observar de las 318 personas a las que se le aplicó el cuestionario en relación a que falta a los centros de capacitación actuales, los mismos que indicaron que el, 11,95% los materiales, 16,35% profesionalismo, 33,02 % facilidades de pago, 38,68% indican que el equipamiento es parte principal.

Interpretación

Los encuestados indican que es necesario contar con equipos que faciliten el desempeño y desenvolvimiento de las actividades de los cursos para un mejor aprovechamiento, como también en un porcentaje menor manifiestan las facilidades de pago, sin dejar atrás que deben contar con un profesional de la materia con dominio del tema para poder responder los cuestionamientos de los asistentes y generar satisfacción en ellos.

Tabla 18 Preferencia de medios de comunicación

Respuesta	Personas	Porcentaje
Periódico	41	12,89%
Radio	73	22,96%
Redes sociales	204	64,15%
Total	318	100,00%

Fuente: Encuesta 2020
Elaborado por: El autor

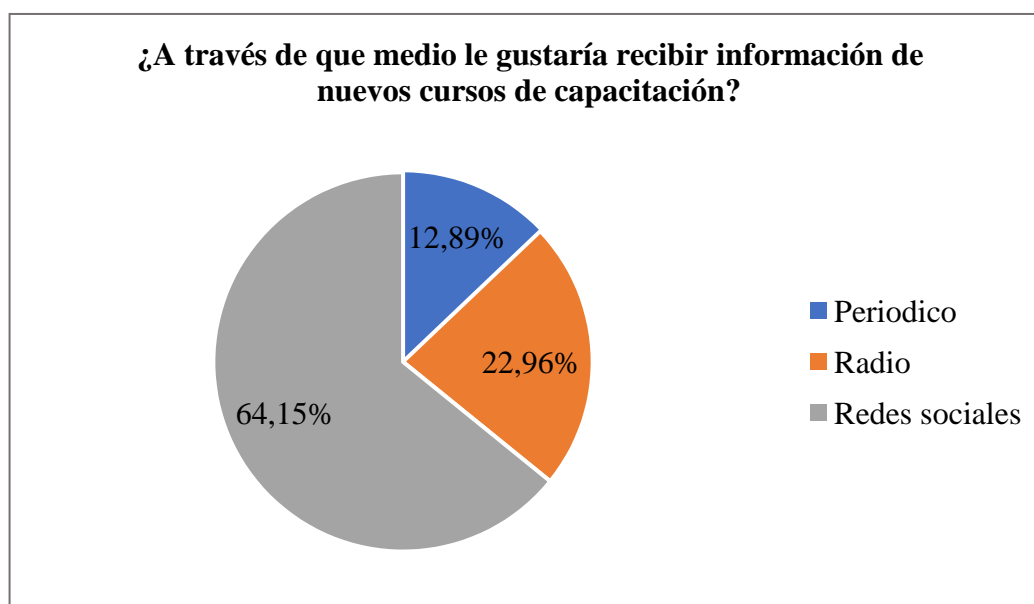


Ilustración 9 Preferencia de medios de comunicación

Fuente: Encuesta 2020.
Elaborado por: El autor.

Análisis

De los 318 encuestados, y el 12,89% por periódicos, el 22.96% mediante radio y el 64.15 % se le hace mucho más fácil recibir por redes sociales la información de nuevos cursos.

Interpretación

Actualmente las personas forman parte de alguna red social mismo que los resultados indican en la pregunta realizada por lo que el medio más apropiado a llegar al mercado sería publicidad mediante los medios antes mencionados.

Tabla 19 Satisfacción del Cliente

Respuesta	N.º de Personas	Porcentaje
Dominio del tema	21	6,60%
Calidad de enseñanza	42	13,21%
Superó expectativas	48	15,09%
Refuerzos de temas	102	32,08%
Aclararon interrogantes	105	33,02%
Total	318	100,00%

Fuente: Encuesta 2020.

Elaborado por: El autor.

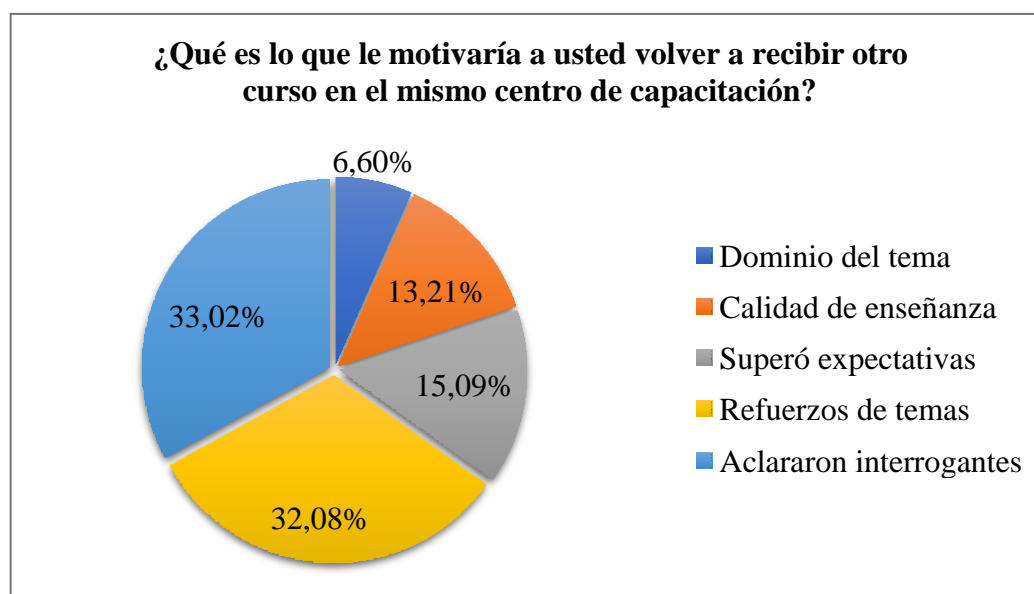


Ilustración 10 Satisfacción del cliente

Fuente: Encuesta 2020

Elaborado por: El autor

Análisis

Respecto al porque regresaría el cliente la encuesta planteada a 318 personas indican que el 6,60% porque dominan el tema, 13,21% porque vieron calidad en la enseñanza dictada y el 15,09% superó las expectativas, el 32,08% porque existieron medios virtuales para reforzar los temas dictados, 33,02% regresan porque aclararon sus dudas.

Interpretación:

Según los datos obtenidos en la encuesta la población objetiva se muestra atraída con las expectativas que se desarrollan una vez puesto en funcionamiento el centro de capacitaciones de manera que su inversión sea reflejada por la capacitación recibida.

Tabla 20 Temas adicionales

Respuesta	N.º de Personas	Porcentaje
Manejo de redes sociales	22	6,92%
Especialista en nómina	37	11,64%
Asistente contable	64	20,13%
Tributación	70	22,01%
Compras Públicas	125	39,31%
Total	318	100,00%

Fuente: Encuesta 2020.

Elaborado por: El autor.

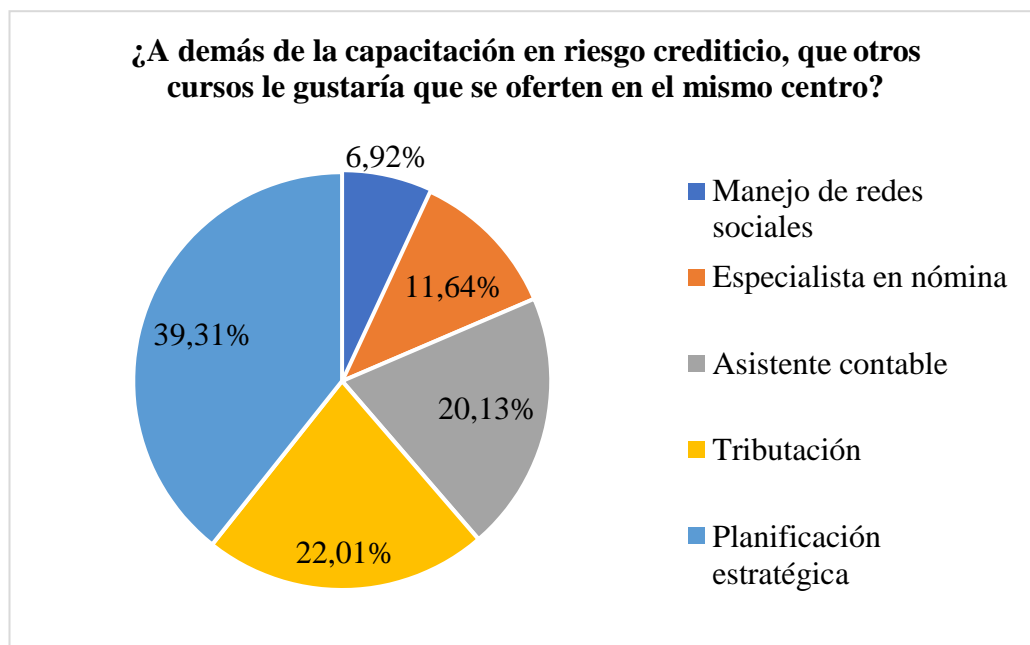


Ilustración 11 Temas adicionales

Fuente: Encuesta 2020.

Elaborado por: El autor.

Análisis

Las preferencias de las 318 personas encuestadas en relación a la interrogante consultada les gustaría que se dicte en el centro de capacitación, 6,92% manejo de redes sociales 11,64% especialistas en nómina, 20,13% asistente contable, 22,01% tributación, 39,31% requieren de planificación estratégica.

Interpretación:

Con los datos expuestos en la interrogante planteada, concluye que el cliente se muestra interesado también por otros tipos de capacitación, que facilite el desarrollo de habilidades en las áreas de interés esto permite que se amplíe los servicios.

Tabla 21 Periodo de Capacitación

11. ¿Cada que tiempo busca capacitarse?		
Respuesta	N.º de Personas	Porcentaje
Mensualmente	62	19,50%
Bimestral	71	22,33%
Trimestral	63	19,81%
Semestral	65	20,44%
Anual	57	17,92%
Total	318	100,00%

Fuente: Encuesta 2020.

Elaborado por: El autor.

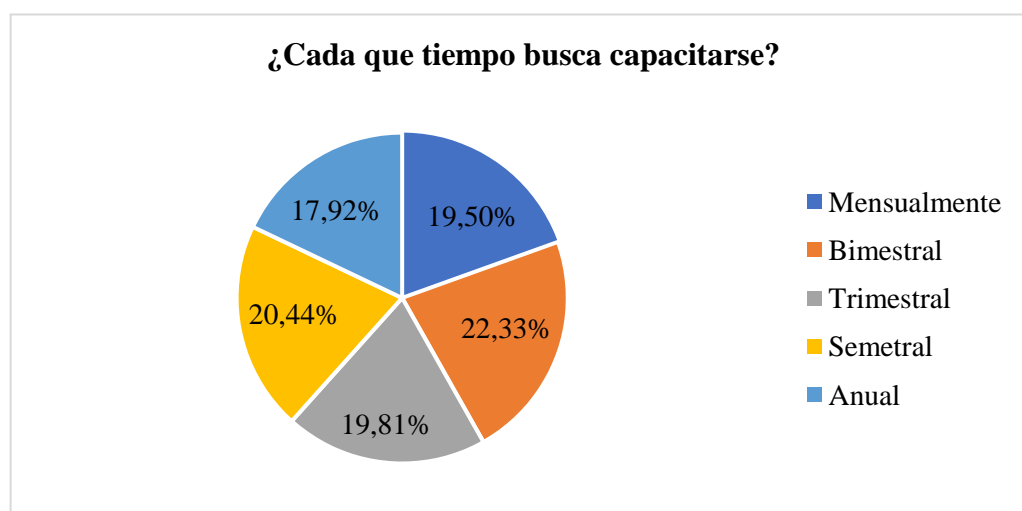


Ilustración 12 Temas adicionales

Fuente: Encuesta 2020.

Elaborado por: El autor.

Análisis

Las preferencias de las 318 encuestas aplicadas en relación a la interrogante consultada la frecuencia con la que busca capacitarse es 17,92% anual, 19,50% mensual, 19,81% trimestralmente, 20,44% semestral y el 22,33% bimestral.

Interpretación:

De los datos analizados en la interrogante planteada, concluye que los clientes muestran interés en las capacitaciones, de tal forma que faciliten el

desarrollo de habilidades y las herramientas para un mejor servicio en las áreas que desempeñen.

1.3.1.6. Análisis de la entrevista

Basado en las entrevistas realizadas a 15 cooperativas de ahorro y crédito en el Distrito Metropolitano de Quito de las más importantes o con un máximo número de socios, realizan el análisis e interpretación de los resultados obtenidos que los jefes de agencia se encuentran interesados en contar con un sistema de capacitación especializado en el sistema de riesgo de crédito, principalmente porque las entidades se orientan más en contratar a empresas especializadas en recuperación de carteras vencidas para recuperar el capital, no obstante no se enfocan a prevenir la existencia de estas carteras que se convierten en el mayor temor y por estadísticas pues el mayor objeto por el cual se llegan a cerrar las cooperativas en todo el Ecuador. Ver entrevista en el Anexo Nro. 1.

132. Demanda potencial

Los siguientes cálculos se los determina con la finalidad de conocer el grado de acogida del plan de capacitación como: (capacitación en riesgo de crédito en cooperativas de ahorro y crédito) son ambicionados o buscados por la población objetivo. *“La demanda suele establecer un volumen de compras, tanto en términos físicos o cantidad de productos como monetarios por ingresos que generan esas compras.”* (Águeda, 2013)

133. Demanda actual

Para la determinación de la demanda actual, necesitan preguntar a la población objetivo con qué frecuencia optaría por capacitarse. *“Las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado”*. (Andrade, 2005)

Para determinar en base a la interrogante, los resultados fueron los siguientes.

DEMANDA

CN = valor futuro

Co = valor inicial

I = tasa de crecimiento poblacional 1,85%

N = número de años

$$CN = Co * (1 + I)^N$$

Tabla 22 Cálculo demanda actual de consumo

TASA DE CRECIMIENTO			1,85%	
PERÍODO	AÑO	DEMANDA	CN=(1+i) ^ n	DEMANDA PROYECTADA
0	0	8050	0,0185	8050
1	2020		1,02	8199
2	2021		1,04	8351
3	2022		1,06	8505
4	2023		1,08	8662
5	2024		1,10	8823

Fuente: Encuesta, 2020.

Elaborado por: El Autor.

Nota: Cabe recalcar que se ha tomado el 40% de toda la población debido que, en relación a las encuestas y entrevistas realizadas en distintas cooperativas de Quito, los jefes de agencia supieron manifestar que se capacitaría al 40% de su personal ya que toda capacitación o conocimiento adquirido por los mismos será replicado a todo el personal.

Nota: En relación a la información arroja el INEC, en los últimos censos realizados a la población ecuatoriana, se han evidenciado que el ritmo de crecimiento se ha mantenido aproximadamente en la tasa histórica en todas las provincias excepto en la capital, el foco de crecimiento poblacional por tener gran participación y oportunidades de empresas tanto públicas como privadas por lo cual han tomado el actual porcentaje de 1.85% para poder establecer la demanda proyectada.

1.3.3.1. Demanda proyectada

La demanda proyectada ha realizado para un horizonte de 5 años, para las mismas se considera el análisis estadístico en función de las cooperativas en el Ecuador y el comportamiento de algunos negocios en la ciudad de Quito.

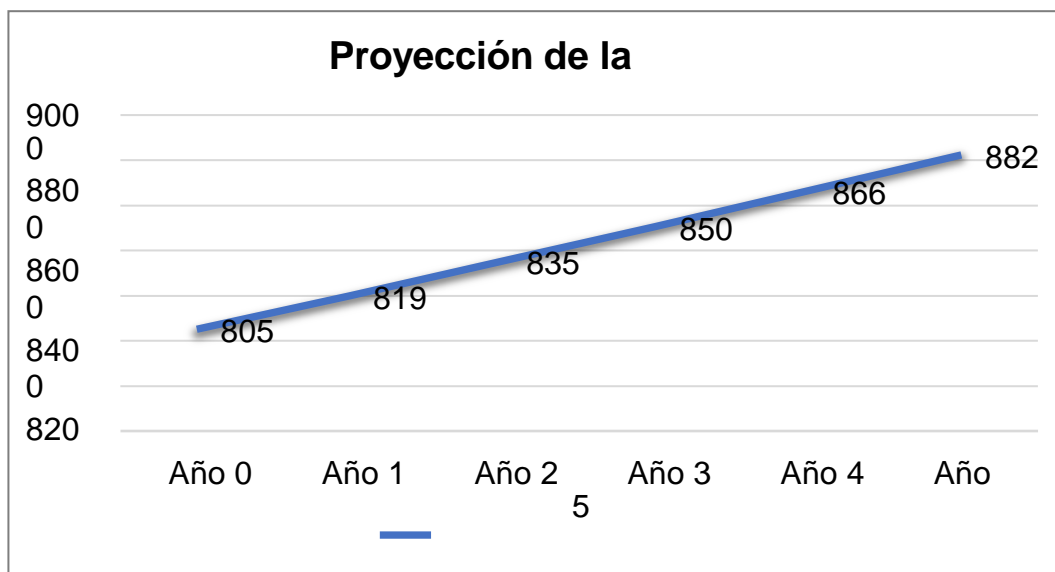


Ilustración 13 Demanda proyectada

Fuente: Encuesta 2020.

Elaborado por: El Autor

1.4. ANÁLISIS DEL MACRO Y MICRO AMBIENTE

1.4.1. Análisis del micro ambiente

Se analizan algunos factores trascendentales para apostar el plan de negocios, mismo que afectan a la empresa a pesar de que no son controlables en cierto modo se puede influir en ellos y lograr el cambio esperado. A partir de este análisis nacen las fortalezas y debilidades de la empresa.

Michael Porter dice *“La competencia en un sector no sólo está determinada por el grado de rivalidad entre los competidores en el sector, también la posible entrada de nuevos competidores, la existencia de productos sustitutivos, el poder negociador de los clientes y el poder negociador de los proveedores, contribuyen como fuerzas determinantes a configurar la estructura competitiva del sector”*. (Porter, 1982)



Ilustración 14 Micro entorno
 Fuente: dircomfidencial.com
 Elaborado por: Michael Porter

1.4.1.1. Análisis de las fuerzas de Michael Porter

Para este análisis plantean la creación de la empresa que se dedica a la capacitación y asesoría en riesgo de crédito, en este sentido el análisis que se aborda a continuación se enfoca en evaluar el grado de participación directa y/o indirecta.

1.4.1.1.1. Nivel de intensidad de la competencia

Esta intensidad de competidores define la rentabilidad de la empresa, entre más competencia exista en el sector que se localiza la empresa económicamente será menos rentable o viceversa.

Es importante buscar un sector en donde existan pocos de estos centros, pero a su vez que tenga facilidad de acceso para que los asistentes puedan llegar sin problema.

1.4.1.1.2. Análisis de las barreras de entrada

La mejor combinación es: “donde la barrera de entrada es alta (dificiles) y las barreras de salida son bajas (fáciles)” (Porter, 2017, pág. 31).

Entre más fácil sea ingresar a un mercado se proyecta más amenaza, entre estos tienen a la competencia existente en el mercado; la fidelización de los clientes marca bastante porque al incrementar ellos el servicio de este proyecto simplemente se quedarían en ese mismo lugar, a esto se complementa que la inversión de capital entre más recursos necesite más fuerte será el ingreso al mercado y el mismo gobierno que podría aumentar los requisitos para la constitución de la misma.

1.4.1.1.3. El poder de negociación de los clientes

Si los clientes se organizan y se ponen de acuerdo en cuanto al precio a pagar se convierten en amenaza para la empresa porque se plantean en un precio y será menor al propuesto. Al existir muchos proveedores los clientes se convierten en fuertes negociadores si sus exigencias no son cumplidas en un lado otro podrá optar para captar clientes y se da más posibilidades de cambio

1.4.1.1.4. Poder de negociación de los proveedores

Existe una gran cantidad de proveedores en el mercado para abastecerse de insumos y equipos, después que realicen un análisis de evaluación bajo ponderación podrán escoger a sus proveedores, el poder de negociación con los proveedores es baja porque existen varios en el mercado.

1.4.1.1.5. Qué otros servicios de capacitación

En la medida que hay gran cantidad de programas de capacitación en coordinación con lo que expondrá este proyecto, es riesgoso en el sentido de que pudiere existir una competencia mucho más intensa debido a que pueden incrementar sus programas a temas relacionado al mismo, lo cual les obligaría a luchar con la variable “precio” y no sería conveniente.

142. Análisis del Macro ambiente

Para esta parte de la investigación, este análisis afecta a todas las empresas en la que se incluye a la misma, por lo general es de difícil control para los directivos de la empresa; se hace referencia a los cambios tecnológicos, económicos, el gobierno y tendencias sociales.

1.4.2.1. Análisis de PESTEL

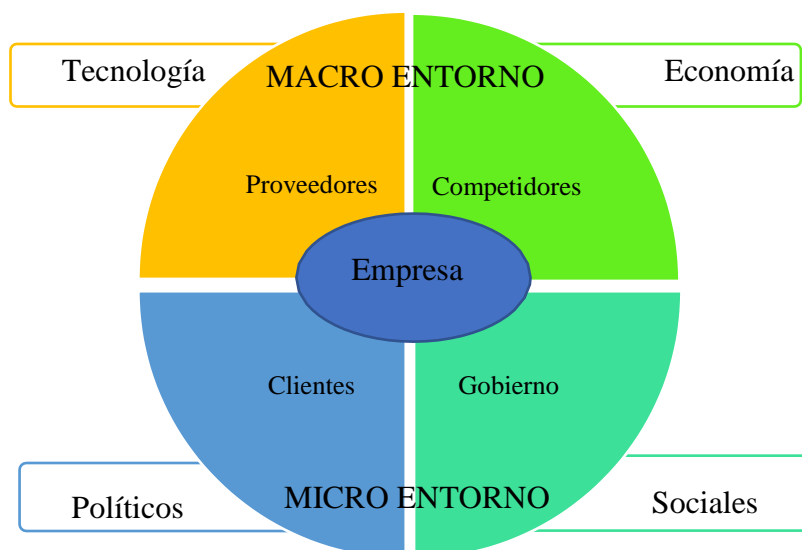


Ilustración 15 Análisis de Pestel
Elaborado por: El Autor

1.4.2.1.1. Factor político

Ecuador se ha visto en grandes cambios en el ámbito político, en los últimos 20 años se evidencio mandatarios que no acababan su periodo de mandato hasta el penúltimo presidente que estuvo 10 años al frente del país. Actualmente asume el poder el Lic. Lenin Moreno quien con dificultades está al mando de un país que por diversas circunstancias está en una económica inestable.

La política ecuatoriana es totalmente cambiante desde presenciar partidos políticos que en cada elección aumenta en gran proporción hasta partidos que desaparecen por la falta de fidelidad de los miembros por un idealismo equívoco.

Para la empresa esta inestabilidad política que se vive en el país es perjudicial porque presentan una nueva ley que para algunos no es aceptable y ciertos gremios se unen para formar protestas y alterar el orden público mismas que han llevado en varias ocasiones a suspender actividades en general por varios días.

La falta de control ha hecho que la corrupción se apodere de este gobierno, se puede ver que día a día sale una persona nueva sea de la asamblea o a cargo de un organismo que este envuelto en estos hechos, no cobran lo robado pero si a las empresas incrementan los impuestos para poder cubrir otros gastos

gubernamentales, este tipo de hechos hace que ciertas empresas cierren o tengan que presidir de su personal y en otros casos nuevas empresas que desean crearse no lo puedan realizar.

Gobiernos:

Los setenta y dos presidentes que han sido partícipes en la vida republicana de nuestro país, han sido elegidos por asambleas nacionales constituyentes o en las urnas. Muchos por la propia característica de nuestra vida republicana, no terminaron su período para el cual fueron elegidos O han sido también los Congresos que han elegido a estos presidentes.

El Ecuador ha soportado una vida política muy inestable, por lo cual la democracia ha sido quebrantada innumerables veces con golpes de Estado, pero cada uno de estos se vieron enmarcados porque nos hicieron parte de la crisis política en los años 90, una fuga del ex presidente Dahik y de una forma atroz del Sr. Bucaram.

A esta historia se hace parte el ex presidente Mahuad por una Rebelión civil-militar, los llamados forajidos también se impusieron en hacer ver que un país es más fuerte que un presidente por lo que aquí hace parte Lucio Gutiérrez B., y un gobierno interino a cargo del vicepresidente Alfredo Palacios.

En el año 2006 un partido más que otro se peleaba por un poder, pero hubo uno que se implanta en el país con alrededor del 80% de aceptación por parte del pueblo y es el Eco. Rafael Correa que se presentaba como el cambio de trescientos sesenta grados para mejorar un país, se presenta más inclusivo e incluso se evidencia la preferencia para la gente de bajos recursos económicos, personas que fueron separadas por su condición física o económica de los derechos, aunque su periodo tuvo una duración de diez años consecutivos dejó una imagen más estable y confiable al Ecuador en el mundo; a la fecha se encuentra en poder el Lic. Lenin Moreno que aparenta seguir con la inclusión pero es el presidente que se ha visto con más cambios de vicepresidentes los mismos que han sido separados por diversos casos de corrupción y que en uno de los casos uno de ellos se encuentra cumpliendo una condena en una de las cárceles del país.

1.4.2.1.2. Factor económico

Mediante reportajes se indica que el Ecuador se encuentra en el puesto 82 de complejidad económica a nivel mundial, el país está ubicado geográficamente en la línea ecuatorial el cual recibe su nombre, tiene un clima estable casi todos los meses del año con las consecuencias positivas para diversos sectores, cuenta con petróleo en cantidades que si bien no lo ubican como un país con grandes reservas las tiene suficientes para su desarrollo.

En el presente estudio la presión que ejercen las fuerzas económicas debe ser consideradas de gran relevancia, ya que las condiciones existentes en el entorno de la empresa presentan cambios permanentes que afectan a la misma de una manera considerable.

En cuanto a la empresa este factor económico es uno de los puntos más importantes porque interviene la inflación, tasas de interés y el desempleo, estos factores hacen que afecte la demanda en este caso de servicios entre más inflación se de en el país la empresa debe cubrir más costos y podría llevar a incrementar el precio de sus servicios.

Al incrementarse las tasas de interés y la empresa al verse con la necesidad de solicitar un crédito debe pagar más para poder cubrir otras obligaciones; en cuanto al desempleo la empresa tiene su lado favorable porque tiene poder selectivo con respecto a quien contrata.

Producto Interno Bruto

Es una magnitud macroeconómica que expresa el valor monetario de la producción de bienes y servicios de demanda final de un país o región durante un período determinado, normalmente de un año.

Tabla 23 Producto Interno Bruto

Producto Interno Bruto (anual)

Periodo	PIB millones en dólares del 2000	Crecimiento %
2006	22.106	0.24%
2007	22.410	1.37%
2008	24.032	7.24%
2009	24.119	0.36%
2010	24.983	3.58%
2011	26.928	7.78%

Fuente: BCE

Elaborado: BCE

Se debe tomar en cuenta que dichos datos lo obtuvieron por resultados del BCE en tendencia de crecimiento, tasas de crecimiento, lo que significa que a nivel nacional existe una recuperación económica y el país se ha convertido en una empresa productora.

Mediante este análisis se observa que el PIB va de forma creciente, pero en los últimos años se ha visto afectado por una crisis económica mundial en la que el barril del petróleo estaba alrededor de 25 dólares americanos; aún con este antecedente no se desaprovechó para mejorar la infraestructura vial, y en vivienda, estimuló el crecimiento de las PYMES, entre otras.

Producto Interno Bruto Industrial sobre PIB Total

PERIODO	PIB industrial / PIB Total (%)
2004	12,71%
2005	13,13%
2006	13,42%
2007	13,79%
2008	13,90%
2009	13,64%
2010	14,06%
2011*	14,02%

Ilustración 16 PIB

Fuente: BCE

Elaborado por: BCE

INFLACIÓN

La inflación se define como el alza sostenida y generalizada de los precios de bienes y servicios con relación a una moneda durante un período de tiempo determinado. Cuando el nivel general de precios sube, cada unidad de moneda alcanza para comprar menos bienes y servicios, es decir que la inflación refleja la disminución del poder adquisitivo de la moneda.

Una medida frecuente de la inflación es el índice de precios, que corresponde al porcentaje anualizado de la variación general de precios en el tiempo, el más común es el índice de precios al consumidor.

La inflación anual del 2018 cerró en 0,27%, de acuerdo con el informe publicado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). Mientras que, el indicador de diciembre pasado fue del 0,10%; Los rubros como bienes y servicios, transporte, salud, alojamiento y servicios básicos y bebidas alcohólicas fueron los que más aportaron a la inflación anual.

TASAS DE DESEMPLEO Y SUBEMPLEO

El índice de desempleo de una economía mide el porcentaje de personas, entre aquellas que se encuentran en edad, capacidad y disposición de trabajar (Población Económicamente Activa o PEA) que no pueden encontrar una ocupación. El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), en su función de proveedor oficial de las dísticas laborales para Ecuador, pone a disposición de la ciudadanía los resultados de la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU) a diciembre del 2018.

Indicadores Nacionales (en % respecto a la PEA)	dic-17	dic-18	Variación (en puntos porcentuales)	Significancia estadística*
Tasa de empleo adecuado	42,3	40,6	-1,6	Si
Tasa de subempleo	19,8	16,5	-3,3	Si
Tasa de empleo no remunerado	9,0	9,9	0,9	No
Tasa de otro empleo no pleno	24,1	28,8	4,7	Si
Tasa de desempleo	4,6	3,7	-0,9	Si

No: Significa que el indicador es estadísticamente igual en los dos periodos al 95% de confianza.
Sí: Significa que el indicador es estadísticamente diferente en los dos periodos al 95% de confianza.

Ilustración 17 Tasa de desempleo y subempleo

Fuente: INEC

Elaborado por: INEC

Tasa de Empleo a nivel nacional, urbano y rural, 2010-2018.



Ilustración 18 Tasa de empleo a nivel nacional urbana y rural

Fuente: INEC

Elaborado por: INEC

Tasa de Desempleo a nivel nacional, urbano y rural, 2010-2018.

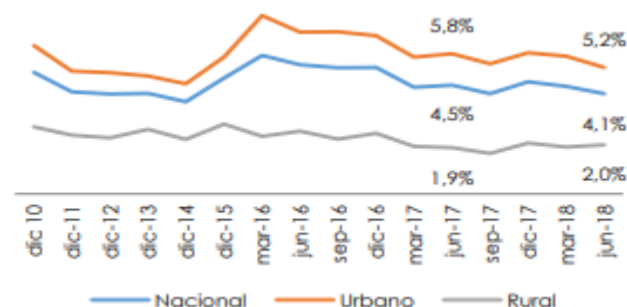


Ilustración 19 Tasa de desempleo a nivel nacional urbana y rural

Fuente: INEC

Elaborado por: INEC

1.4.2.1.3. Factor social

A nivel social, el presente proyecto se relaciona con las personas de otros cantones de la provincia de Pichincha, una de las tantas ideas que emergieron a la hora de decidir por este modelo de capacitación, considerando a esta sociedad como una de las principales del Ecuador que demuestra interés en conocer sobre los riesgos en términos financieros. En función a lo expuesto, este comportamiento de la sociedad se lo considera como una Oportunidad.

Como se mencionó anteriormente en lo que se refiere a las tasas de empleo y subempleo del país podemos tomar en cuenta en lo referente al factor social, la empresa se desenvuelve dentro de un contexto social favorable, contamos con índices de pobreza que han visto reducidos a partir del 2010 como lo indica en gráfico.

Población Urbana en Condiciones de Pobreza

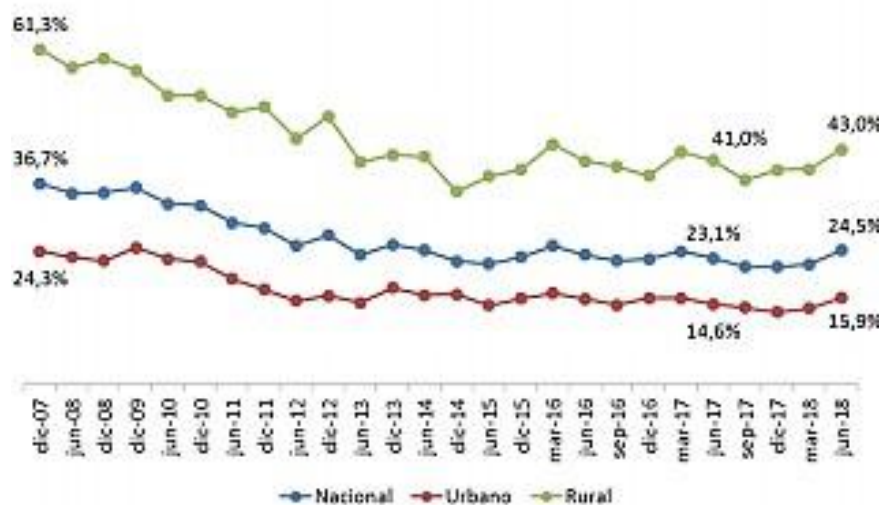


Ilustración 20 Población Urbana

Fuente: INEC

Elaborado por: INEC

1.4.2.1.4. Factor tecnológico

Se conoce bien que la tecnología ha gobernado el mundo entero por lo que hoy tenemos un producto y al día siguiente sale al mercado uno superior, en este caso los servicios son dictados mediante medios tecnológicos e incluso que el estudiante vea una forma de ayuda por diversas situaciones del día a día que le impiden estar presencialmente en un aula.

Desde hace varios años el internet es un motor económico mundial que ha fomentado la productividad y la negociación mejorando así el nivel de vida de un país, atraen nuevos mercados reduce tiempos de entrega en diferentes puntos.

En la actualidad se vive una nueva realidad que los medios electrónicos se han convertido en el puente con la educación y el trabajo, pero en el caso de este proyecto resulta de forma fácil porque en si a futuro tenían planteado que la totalidad de los cursos se brinden online.

1.4.2.1.5. Factor legal

Para este análisis se determinará las normas legales y vigentes que en el territorio nacional ecuatoriano se tienen que cumplir para establecer el tipo de empresa mediante el análisis legal. En función de la naturaleza de este proyecto las cuestiones legales a cumplir se enumeran a continuación:

- Definir el tipo de empresa
- Nombre o razón social de la empresa
- Identificar los pasos para la constitución, entre estos (Servicio de Rentas Internas, Ministerio del Trabajo, Instituto de Seguridad Social)

En cuanto a la legislación vigente del país existen varios cambios que se han venido dando desde aumentar el porcentaje del IVA a tener la posibilidad de tener un incremento en el aporte al IESS.

La empresa se encuentra constituida de acuerdo a lo establecido en la ley, pero tendría un impacto fuerte el aumento de impuestos porque llevaría a que se incremente el precio del servicio.

1.4.2.2. Análisis matricial - FODA

1.4.2.2.1. Síntesis estratégica vía matrices y ponderación de impactos

Una vez identificado la trascendencia de los aspectos, es necesario realizar una depuración de los hallazgos obtenidos por cada variable. En este caso esta aplicado para el Microentorno – el modelo de M. Porter y para el Macro entorno PESTEL.

Tabla 24 Matriz FODA

<i>Matriz FODA</i>	
HOJA DE TRABAJO FODA	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
F1 El personal que trabajen en la empresa deberá contar con formación profesional para el cumplimiento de sus funciones.	O1 Dinámica constante en capacitaciones y asesorías a bancos y cooperativas
F2 Los precios del servicio son competitivos con el mercado, es bajo	O2 Posibles alianzas estratégicas
F3 Capacitar al personal en seminarios para actualizar sus	O3 Desconocimiento de la normativa por parte de los asistentes

	conocimientos y brindar un mejor servicio		(Continuación...)
F4	Conocimientos del marco legal vigente.	O4	Crecimiento de cooperativas en el país
F5	Oferta de la formación en riesgos de inversión	O5	Para la creación de la empresa no existe muchas restricciones
DEBILIDADES		AMENAZAS	
D1	El local es arrendado	A1	Competencia con otros centros de capacitación
D2	No cuenta con publicidad en redes sociales	A2	Inestabilidad política en el Ecuador
D3	Falta de experiencia sobre la administración de este tipo de negocio	A3	Economía inestable del país
D4	Existe empresas que capacitan en servicios de diferentes temas	A4	Incremento de impuestos
D5	Las barreras de entrada son fáciles para crear empresas en base a la política vigente	A5	En el mercado objetivo y las barreras son para impedir el poder de ingreso de nuevos competidores
Elaborado por: El Autor			

1.4.2.2.2. Matriz de impacto EFE

Esta matriz es una herramienta de diagnóstico que permite realizar un estudio de campo, permitiendo identificar y evaluar los diferentes factores externos que pueden influir con el crecimiento y expansión del negocio, a su vez, se plantea la formulación de diversas estrategias que son capaces de aprovechar las oportunidades y minimizar los peligros externos.

Tabla 25 Matriz de Impacto EFE

OBTENCIÓN DE RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO						
MATRIZ - EFE						
MATRIZ DE FACTORES EXTERNOS						
OPORTUNIDADES	GRADO			IMPACTO		
	Bajo	Medio	Alto	Peso	Calificación	Calificación ponderada
FACTOR POLÍTICO						
Dinámica constante en capacitaciones y asesorías a bancos y cooperativas		X		0,11	3	0,33
FACTOR ECONÓMICO						
Posibles alianzas estratégicas			X	0,10	4	0,40
Desconocimiento de la normativa por parte de los asistentes		X		0,12	3	0,36
FACTOR SOCIAL						
En la zona donde disponen comercializar los servicios de este proyecto se tiene gran cantidad de cooperativas			X	0,08	4	0,32

FACTOR TECNOLÓGICO**(Continuación...)**

Crecimiento de cooperativas en el país	X	0,10	3	0,30
--	---	------	---	------

FACTOR ECOLÓGICO

Desde una perspectiva política-ecológica, la empresa utiliza libros digitales evitando la utilización de impresiones en papel	X	0,10	4	0,40
---	---	------	---	------

FACTOR LEGAL

Para la creación de la empresa no existe muchas restricciones	X	0,08	3	0,24
---	---	------	---	------

AMENAZAS**FACTOR ECONÓMICO**

Economía inestable del país	X	0,15	2	0,30
Inestabilidad política en el Ecuador	X	0,08	1	0,08

FACTOR POLÍTICO

Competencia con otros centros de capacitación	X	0,08	1	0,08
		1		2,81

Elaborado por: El Autor

Análisis

El valor ponderado más bajo es 1,0 y el valor más alto es 4,0 para una empresa, indica que una empresa responde de manera extraordinaria a las oportunidades y amenazas existentes en el sector, representa que las estrategias de la empresa en aprovechar las congruencias del sector.

1.4.2.2.3. Matriz de impacto EFI

Esta herramienta permite realizar una auditoría interna de la empresa, permitiendo analizar la efectividad de las estrategias aplicadas y conocer con detalle su impacto, dentro de este instrumento se evalúa las fortalezas y debilidades más relevantes que permitirán enunciar estrategias que sean capaces de solventar, mejorar y fortalecer los procesos internos.

Tabla 26 Matriz de Impacto EFI

5 FUERZAS DE PORTER - CAPACIDADES		GRADO			IMPACTO	
FORTALEZAS	Bajo	Medio	Alto	Peso	Calificación	Calificación ponderada
Primera fuerza: nivel de intensidad de la competencia						
El personal que trabajen en la empresa deberá contar con formación profesional para el cumplimiento de sus funciones.		x		0,20	4	0,80
Análisis de las barreras de entrada y salida						
Conocimientos del marco legal vigente		x		0,15	3	0,45
Poder de negociación de los proveedores						
Los precios del servicio son competitivos con el mercado			x	0,10	3	0,30

DEBILIDADES**(Continuación...)****Primera fuerza: nivel de intensidad de la competencia**

Falta de experiencia sobre la administración de este tipo de negocio		0,15	2	0,3
--	--	------	---	-----

Análisis de las barreras de entrada

Existe empresas que capacitan en servicios de diferentes temas	x	0,15	2	0,3
--	---	------	---	-----

El poder de negociación de los clientes

Capacitar al personal en seminarios para actualizar sus conocimientos y brinden un mejor servicio	x	0,10	1	0,10
---	---	------	---	------

Servicios ofertados en el mercado de Quito

Existe empresas que capacitan en servicios de diferentes temas de investigación	x	0,15	1	0,15
		1,00		2,55

Elaborado por: El Autor

Análisis

Los factores que incluye son la matriz EFI, el valor de la puntuación varía entre 4,0 y 1,0 en promedio mayor a 2,5, la matriz de factores internos es una herramienta de análisis de aplicación en cualquier situación sea de servicio o producto de una empresa, siendo muy eficaz para la toma de decisiones en el modelo de negocio que se aplica para el apoyo de la planificación estratégica que desarrollan. El valor promedio está por encima, por lo tanto, indica que la posición de la empresa es positiva.

1.4.2.2.4. Matriz de aprovechabilidad

Después de haber identificado las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, se lleva a cabo la siguiente matriz. Considerada de aprovechabilidad, efectúa una confrontación entre las fortalezas (factores internos) de más alto impacto y las oportunidades (factores externos) más significativos que ofrece el entorno de la empresa.

Tabla 27 Matriz de Aprovechabilidad

	Dinámica constante en capacitaciones y asesorías a bancos y cooperativas	Posibles alianzas estratégicas	Desconocimiento de la normativa por parte de los asistentes	Crecimiento de cooperativas en el país	TOTAL	PRIORIDAD
El personal que trabajen en la empresa deberá contar con formación profesional para el cumplimiento de sus funciones.	5	3	1	3	12	2
Los precios del servicio son competitivos con el mercado	3	3	3	5	14	1
Capacitar al personal en seminarios para actualizar sus conocimientos y brinden un mejor servicio	3	1	3	3	10	3
	11	7	7	11		
	1	3	3	3		

Elaborado por: El Autor

Tabla 28 Conclusión Matriz de aprovechabilidad

	OPORTUNIDADES	FORTALEZAS
CONCLUSIÓN	Dinámica constante en capacitaciones y asesorías a bancos y cooperativas	Capacitar al personal en seminarios para actualizar sus conocimientos y brinden un mejor servicio
	Brindar un servicio de calidad para obtener total aceptación y satisfacción de los asistentes	Posicionarse en el mercado dentro de las mejores empresas de capacitación del país.

Elaborado por: El Autor

1.4.2.2.5. Matriz de vulnerabilidad

Define el grado de debilidad o sensibilidad de ser afectado por amenazas o riesgos.

Tabla 29 Matriz de Vulnerabilidad

AMENAZAS	Competencia con otros centros de capacitación	Inestabilidad política en el Ecuador	Economía inestable del país	TOTAL	PRIORIDAD
DEBILIDADES					
El local es arrendado	1	1	1	3	3
No cuenta con publicidad en redes sociales	1	1	1	3	4
Falta de experiencia sobre la administración de este tipo de negocio	1	3	1	5	1
T O T A L	3	5	3		
PRIORIDAD	3	1	2		

Elaborado por: El Autor

1.4.2.2.6. Matriz de factores claves

En esta tabla se exponen los resultados obtenidos de las matrices de vulnerabilidad y aprovechabilidad.

Tabla 30 Matriz de Factores Claves

MATRIZ FACTORES CLAVES FEA FCO		
NUEVA HOJA DE TRABAJO FODA		
	FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
POSITIVO	El personal que trabajen en la empresa deberá contar con formación profesional para el cumplimiento de sus funciones.	Dinámica constante en capacitaciones y asesorías a bancos y cooperativas
	Los precios del servicio son competitivos con el mercado	Crecimiento de cooperativas en el país
	DEBILIDADES	AMENAZAS
NEGATIVO	Falta de experiencia sobre la administración de este tipo de negocio	Inestabilidad política en el Ecuador
		Economía inestable del país

Elaborado por: El Autor

1.4.2.2.7. Matriz de estrategias cruzadas

Esta última matriz de análisis FODA establece la confrontación de los factores más relevantes que se enfrentan al entorno del proyecto. A su vez este permite diseñar estrategias para implementar en el negocio.

Tabla 31 Matriz de Estrategias Cruzadas

FACTORES INTERNOS		
	FORTALEZAS	DEBILIDADES
MATRIZ FODA - ESTRATÉGIAS	<p>El personal que trabajaren en la empresa deberá contar con formación profesional para el cumplimiento de sus funciones.</p> <p>Los precios del servicio son competitivos con el mercado</p> <p>Capacitar al personal en seminarios para actualizar sus conocimientos y brindar un mejor servicio</p> <p>Conocimientos del marco legal vigente.</p>	<p>El local es arrendado</p> <p>No cuenta con publicidad en redes sociales</p> <p>Falta de experiencia sobre la administración de este tipo de negocio</p>
	FO	DO
OPORTUNIDADES		
FACTORES	<p>Dinámica constante en capacitaciones y asesorías a bancos y cooperativas</p> <p>Posibles alianzas estratégicas</p>	<p>Brindar un servicio de calidad para obtener total aceptación y satisfacción de los asistentes</p> <p>Ampliar nuevos temas de capacitación para la ampliación del mercado</p> <p>Posicionarse en el mercado dentro de las mejores empresas de capacitación del país.</p> <p>Crear una plataforma virtual para llegar a más ciudades del país</p>

AMENAZAS	FA	DA
<p>Desconocimiento de la normativa por parte de los asistentes</p> <p>Crecimiento de cooperativas en el país</p>	<p>Calendarizar capacitaciones al personal cuando exista cambios en la normativa y cuando se crea conveniente con el fin de mejorar los servicios prestados</p> <p>Aprovechar los medios tecnológicos y aplicaciones para brindar servicios a distancia, pero con la misma calidad presencial.</p>	<p>(Continuación...)</p> <p>Invertir en publicidad para atraer a nuevos clientes potenciales</p>
<p>Competencia con otros centros de capacitación</p> <p>Inestabilidad política en el Ecuador</p> <p>Economía inestable del país</p> <p>Incremento de impuestos, tasas y contribuciones</p>	<p>Ofertar a los clientes precios accesibles sin afectar la calidad del servicio para crear ventaja frente a la competencia</p> <p>Establecer un plan contingencia con la finalidad de prevenir cambios del gobierno que afecten económicamente a la empresa</p>	<p>Idear campañas publicitarias que permitan competir con las empresas que prestan este servicio y lograr reconocimiento con los clientes</p> <p>Implementar el buen uso de los servicios básicos, insumos y demás con el fin de no tener en la empresa más gastos que ingresos</p>

Elaborado por: El Autor

143. Proyección de la oferta

En lo que respecta a la oferta de producción mensual y anual en el Distrito Metropolitano de Quito según la rama de actividad, enseguida se expone un acercamiento de lo que actualmente se está produciendo.

1.4.3.1. Oferta proyectada

“Oferta, la cantidad de bienes y/o servicios que los productores están dispuestos a vender en el mercado a un precio determinado. También se designa con este término a la propuesta de venta de bienes o servicios que, de forma verbal o por escrito, indica de forma detallada las condiciones de la venta”. (Thompson, 2006)

La proyección de la oferta se realiza en base a una investigación analizando las entidades que ofertan cursos de capacitación similares (Centro de Investigación Matemática aplicada a la Ciencia y Tecnología “Cimacyt”, Escuela Política Nacional EPN, Inteligencia Financiera y Estratégica “SIGRIF”, Red de Educación Ecuador)

Tabla 32 Oferta

OFERTA		No. Mensual	No. Anual
VARIABLES			
	CIMACYT	60	720
	EPN	80	960
Interés de	SIGRIF	60	720
capacitación	RED DE EDUCACIÓN ECUADOR	60	720
TOTAL		260	3120
Número de establecimientos			4
Oferta actual			780

Elaborado por: El Autor

Con el cálculo realizado se aprecia que los servicios anuales por los centros que brindan capacitaciones con temas similares a este plan de negocios son de 780 por centro y la oferta total del mercado asciende a 3.120.

El resultado obtenido indica el número total de la oferta al 2019, con este dato realizan la proyección de la oferta hasta el 2024 aplicando la tasa del 1.85%.

Oferta

O_t = Oferta total

O = Oferta actual

I = Tasa de crecimiento 1.85%

N = Potencia relativa al número de años

Tabla 33 Proyección de la oferta

Año	Oferta	Tasa de crecimiento poblacional	$O*(1+i)^n$	Oferta proyectada
0	3.120	0,0185		3.120
2020			1,02	3.178
2021			1,04	3.237
2022			1,06	3.296
2023			1,08	3.357
2024			1,10	3.419

Elaborado por: El Autor

1.5. DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

El siguiente análisis estadístico dispone en función de la demanda y oferta de los servicios, como resultado obtienen la demanda insatisfecha. Para determinar dicha demanda deben tomar como referencia los valores de la oferta y demanda, a continuación, se detalla: Ver tabla 34.

Tabla 34 Demanda Insatisfecha

Años	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
0	8050	3.120	4930
2020	8199	3.178	5021
2021	8351	3.237	5114
2022	8505	3.296	5209
2023	8662	3.357	5305
2024	8823	3.419	5403

Fuente: Demanda insatisfecha

Elaborado por: El Autor

Nota: Como se puede evidenciar en el gráfico que antecede, existe una alta demanda insatisfecha, el objetivo de esta empresa es captar un porcentaje de la Demanda Insatisfecha por ejemplo en el primer año existe una demanda insatisfecha de 4930 personas y se pretende aprovechar un 15% aproximadamente del total de estas personas.

1.6. PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD (CANALES DE COMUNICACIÓN)

La publicidad es un medio que informa a las personas acerca de los beneficios que tiene el servicio con el propósito de incrementar modelos de capacitación a través de herramientas útiles al servicio del cliente.

1.6.1. Logotipo

Logotipo es un diseño gráfico que representa una imagen corporativa, de tal forma visual definida por el área de marketing como diseño tipográfico, por los colores, forma y disposiciones específicas y reguladas por la empresa que lo crea, convirtiéndose en una herramienta de la mercadotecnia, con un lenguaje muy poderoso.



Ilustración 21 Logo

1.6.2. Marca

“La marca es, objetivamente, un signo sensible, al mismo tiempo un signo verbal y signo visual, en una primera aproximación es una marca, es una moneda de dos caras” (Costa, 2010, pág. 15). Según el autor una marca puede crear, esperar lealtad, confianza hacia sus seguidores permitiendo dar a conocer esta marca.

1.6.2.1. Slogan

Un slogan funciona como un gancho para ayudar los clientes potenciales a comprender la marca que será parte de la publicidad y fácil de recordar, el slogan de la empresa es el siguiente:

“Cree en tus sueños, serán tus objetivos”

1.6.2.2. Promoción y publicidad que se realizará, canales de comunicación.

Objetivo.

Implementar un plan de medios usando estrategias de marketing, con la finalidad de dar a conocer los servicios prestados y buscar el posicionamiento de la marca en la mente del consumidor.

Target.

El presente servicio se encuentra orientado principalmente al personal que labora en Cooperativas de Ahorro y Crédito, así como a los usuarios que tengan interés en conocer el sistema de riesgo para otorgar créditos.

1.6.2.3. Marketing MIX

Producto

Constituye la oferta de la empresa a sus clientes, este concepto abarca además de las características físicas, técnicas y aspectos formales que se pueda brindar en el servicio y la calidad en la formación, tiene como finalidad de difundir y promocionar los servicios de capacitación que ofertaran y los beneficios.

Estrategias del servicio/ producto

Objetivo

Implantar un plan de capacitación para dar a conocer el modelo de malla curricular del centro de capacitación.

Política

- Contar con profesionales en el área de gestión de riesgos financieros.
- Brindar calidad en el servicio de capacitación.

Estrategia

- Ofrecer programas de capacitación prácticos en las áreas recurrentes.
- Garantizar las capacitaciones con profesionales conocedores en el tema de riesgos de crédito y cartera vencida.

Acción

- Contar con personal capacitado en el servicio que se brindará.

Responsable

- Departamento de gerencia

Precio

Es la expresión de valor que tiene un producto o servicio, exteriorizado en términos monetarios o ventaja, que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios por un servicio o producto, así como el cálculo del costo de cada curso de capacitación.

Objetivo

- Determinar los precios del servicio en base a parámetros y al estudio de mercado en relación a la competencia con la finalidad de que el mismo sea accesible al público.

Estrategia del precio

Política

- Fijar precios en base a la competencia

Estrategia

- Realizar estudios sobre los temas de capacitación y programas que brindará y proponer precios.
- Establecer formas de pagos

Acción

- Mediante estudio de campo que se aplique
- Establecer alternativas de cobro a clientes

Responsable

- Departamento de marketing
- Departamento comercial.

Plaza o distribución

En esta herramienta de mercadotecnia que se utiliza para lograr que el servicio que esté a disposición de los clientes en lugar y momento preciso, la empresa cuenta con instalaciones en donde se dictaran las capacitaciones, así como una plataforma virtual para las técnicas de estudio.

Objetivo

Evaluar que los estudiantes cumplan con las expectativas en cuanto a crecimiento profesional y mejora en sus actividades laborales.

Política

- Crear un centro de capacitación
- Gestión programas que faciliten el aprendizaje

Estrategia

- Diseñar un centro de capacitación
- Crear y diseñar programas educativos en gestión de riesgos

Acción

- Analizar y verificar los programas de capacitación que los clientes requieran

Responsable

- Departamento de diseño

Promoción

Para Kotler. Es *"la cuarta herramienta del marketing-mix, incluye las distintas actividades que desarrollan las empresas para comunicar los méritos de sus productos y persuadir a su público objetivo para que compren"* (Kotler, 2008), tiene como finalidad informar las ventajas y beneficios de los cursos de capacitación con el objetivo de atraer nuevos clientes e incrementar ventas.

Objetivo

- Propagar las ventajas y beneficios del servicio que ofrece este plan de negocio en cumplimiento con el objetivo general del mismo.

Política

- Realizar publicidad por medios digitales
- Utilizar medios de difusión tradicionales

Estrategia

- Internet
- Radio
- Tarjetas, afiches. Trípticos,
- Web- blog- Facebook- WhatsApp- Instagram, correo electrónico

Acción

- Publicar por medio de redes, mail de marketing, videos
- Diseñar y cotizar gastos publicitarios, mediante mensajes claros

- Hacer un listado de las cooperativas a quienes se llegue las ofertas de capacitación

Responsable

- Departamento de marketing

1.6.2.4. Medios o canales

Offline

- **Visita Presencial**

Se realizará como primera estrategia una separación de zonas de trabajo para realizar un panel específico de clientes a visitar, teniendo de 4 a 6 visitas diarias, dando a conocer todos los planes de estudio y facilidades de pago a través de trípticos, volantes, folletos, tarjetas, etc., de esa manera podemos se empezaría a tener compromiso tanto de estudio como de preinscripción.

El visitador está en la obligación de realizar informes diarios de vista y la planificación de los siguientes días. Así se tendrá un análisis específico del comportamiento del cliente frente la compra y preinscripción.

- **Congresos**

A través de la capacitación y datos científicos sobre el riesgo al otorgar créditos nos permitirá dar a conocer y empezar a posicionarnos en la mente de los profesionales que otorgaran los créditos a los clientes.

- **Campañas**

Muchos de los socios dentro de sus establecimientos de ahorro y crédito suelen realizar campañas de prevención del riesgo para evitar el tener cartera vencida o incobrable esto no solamente con el objetivo de generar demanda sino también por parte de la empresa para que la persona que otorga créditos o posible cliente se familiarice con el sistema de riesgo y pueda aportar con otras alternativas de clientes al momento de otorgar un crédito.

En estas campañas se suele tener como invitado a excolaboradores de cooperativas que cerraron por tener gran porcentaje de cartera incobrable que faciliten con sus experiencias en la institución.

Online

Página Web

Con el objetivo de tener un soporte en la red, cuentan con una página web donde los profesionales puedan acceder a la información referente al riesgo, planes de estudio, ayudas didácticas y ejercicios prácticos para desarrollar el desenvolvimiento del cliente y ponga en práctica los conocimientos obtenidos.

A través de esta página podrán contactar y revisar la información del centro de capacitación ya sea la dirección, misión o visión, servicios que presta, teléfonos y chat en línea y el ingreso a la plataforma.

Redes Sociales

En la actualidad el mundo se maneja en su mayoría por redes sociales de cualquier tipo, permitiendo así a las empresas que publicitan por estos medios la mejora de la marca, el aumento de tráfico web, la comunicación directa Empresa – Cliente, y una de las más importantes es que ayuda a informar acontecimientos de índole general o específica en tiempo real.

Como empresa de servicios exploran este medio enviando publicidad, segmentando al público objetivo y de esta manera como dato de interés llegar hacia el profesional que otorga créditos y obviamente hacia el cliente interesado en adquirir mayores conocimientos.

Formatos

En este punto destacar formatos como banners tanto digitales en la página web como físicos.

Banners físicos

Se deben colocar en zonas visibles de las instalaciones y en las campañas donde pueda llegar hacer lo más visible para entrar en la mente del consumidor.

Banners digitales.

La web facilita páginas donde se puede realizar banners digitales que pueden aparecer en forma de publicidad en el interior de una página al crearla, también hay banners roba páginas que al abrir una de las mismas, la publicidad se mostrará directamente, banners en redes sociales las cuales se suelen localizar en la parte

superior derecha de nuestra pantalla del teléfono o computador, todo depende del tipo de segmento que se desee atacar o explotar.

1.6.2.5. Cronograma

Las actividades propuestas dentro del plan de medios deben hallarse un control, por lo cual se elabora el cronograma donde se reflejan las acciones a realizarse.

Tabla 35 Cronograma

CRONOGRAMA													
Medios		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Radio	Spot publicitario												
Redes sociales	Facebook												
	WhatsApp/ Business												
Interno	Tarjetas												
	Afiches												
	Trípticos												
Web	Blogs												
	Correos electrónicos												
	Email marketing												
Entorno	Perifoneo cerca del perímetro												
	Banners												

Elaborado por: Autor

Presupuesto.

Tabla 36 Presupuesto

Plan de medios durante el año																			
Radio	Primer mes				Segundo mes				Tercer mes				Cuarto mes				Total spot	Costo	Total Inversión
Nombre																			
del	1S	2S	3S	4S	1S	2S	3S	4S	1S	2S	3S	4S	1S	2S	3S	4S			
Programa																			
Mañana	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	400	8,33	3.332,00
Medio día	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	400	8,33	3.332,00
TOTAL																			6.664,00

Elaborado por: El autor

Tabla 37 Elaboración de tarjetas

Plan de Medios publicidad interna			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO /U	TOTAL
	Elaboraciones de impresiones		
5000	como tarjetas, afiches, trípticos a full color de lado y lado	0,25	1.250,00
	TOTAL		1.250,00

Elaborado por: El autor

Tabla 38 Elaboración de página web

Plan de Medios en la web			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO /U	TOTAL
	Elaboración de una página		
1	web con dominio por lo menos de un año	320,00	320,00
	TOTAL	320,00	320,00

Elaborado por: El autor

Tabla 39 publicidad externa

Plan de Medios externa			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO /U	TOTAL
	La valla publicitaria está		
1	elaborada a dos caras de 6 metros por 3 y a una altura de 8 metros la impresión a color	2.700,00	2.700,00
	TOTAL	2.700,00	2.700,00

Elaborado por: El autor

1.7. SISTEMA DE DISTRIBUCION A UTILIZAR

El sistema de diseño del plan de capacitación es el siguiente:

Canal directo o nivel cero y canal corto productor detallista, consumidor, graficado de la siguiente manera.



Ilustración 22 Sistema de distribución a utilizar
Elaborado por: El autor

Se considera este canal debido a que la empresa está ubicada estratégicamente en la zona para brindar capacitación en riesgos de crédito, es decir, en el mercado objetivo. La idea es crear un plan de capacitación para ayudar en el análisis antes de otorgar un crédito y así no se extienda la cartera vencida de las cooperativas. Como lo indica la característica del canal directo la empresa asume todos los aspectos de distribución hasta la puesta en mano del consumidor.

1.8. SEGUIMIENTO DE CLIENTES

El capacitador de la empresa debe asegurarse que los clientes queden completamente satisfechos con las capacitaciones. Estas actividades consisten en asegurarse de que todas las acciones que sigan el cierre se efectúen correctamente.

Una de las partes principales de este Plan de negocios es saber que el giro del negocio se da partir de la importancia y la satisfacción que se genere en el cliente por lo que una vez que ha sido atendido en el centro no se termina ahí, sino más bien se pone a conocimiento de los otros cursos y asesorías que ofrecen, por eso mediante la Post – venta inicia el asesoramiento y guía desde que solicita información de los cursos.

Una vez entregada la información de los cursos de capacitación al posible cliente el centro va creando una base de datos con información de ellos porque es claro que no todas las personas que reciben información de los cursos tomarán la decisión de contratar, pero hasta que elijan se envía publicidad y promociones.

Los precios que manejan son accesibles según el mercado al que está dirigido y más allá del precio es el tema que presentan y que los competidores se limitan a dar por diversas circunstancias, por tal razón con esto establece el costo/beneficio; la opinión de clientes debe ser de vital importancia porque ayudaría

a mejorar e incluso implementar nuevos servicios para conservar la fidelidad del cliente. Uno de los puntos que se debe tomar en cuenta es la ubicación de la empresa que tan accesible o fácil de llegar es para las personas por lo que la opinión de los asistentes es necesario y tengan visión futura de crear nuevos centros en otros sectores de la ciudad.

Otro de los medios que las personas podrán acceder a conocer más del centro es la página web, ahí tendrá espacio para que los alumnos puedan dar su opinión sobre su satisfacción con el curso o asesoría, recomendaciones o sugerencias; no se lo considera como un gasto sino una inversión porque sirve como carta de presentación ante los nuevos clientes o empresas.

Lo que se pretende lograr con este seguimiento es:

- Un mejor servicio y atención en créditos
- Una imagen de orientación y formalidad
- Clientes con mejores conocimientos en riesgos de inversión

Tabla 40 Cuestionario para seguimiento de clientes

CUESTIONARIO PARA SEGUIMIENTO AL CLIENTE				
Nombre del cliente:				
Fecha de compra	Día	Mes	Año	
Tipo de servicio				
Congresos				
Workshop				
Seminarios				
Conferencias				
Cursos				
Preguntas a realizar	Muy importante (4)	Importante (3)	Poco importante (2)	Nada importante (1)
Trato y amabilidad del personal				
Rapidez en contactarse con nuestras oficinas				
Servicios				
El servicio de capacitación cumple con las expectativas que Ud. desea				
¿Qué considera que debería tener o mejorar el servicio?				
¿Qué aspectos cree que deberíamos mejorar para nuestra empresa?			Si	
			No	
Fecha de cita				
Agradecemos la atención prestada y las sugerencias emitidas para nuestra empresa				

Elaborador por: El autor

1.9. MERCADOS ALTERNATIVOS

Si el mercado potencial falla consideran otras alternativas como la capacitación en compras públicas, hoy es necesario conocer tanto al sector privado

como el sector público y las bases legales de la contratación. La idea es siempre seguir dando valor agregado al proyecto siempre estar unidos a modelos y temas de capacitación actuales y necesarios.

CAPÍTULO II

2. ÁREA DE PRODUCCION (OPERACIONES)

2.1. OBJETIVO DE ESTUDIO DE LA ACTIVIDAD

Elaborar procesos eficientes y eficaces en el servicio de capacitación y asesoría especializada en riesgo de crédito en las cooperativas de ahorro y crédito, identificando las actividades a realizar, los insumos y el recurso humano necesario, normativa y permisos para el cumplimiento de las actividades a desarrollarse.

2.2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

2.2.1. Descripción del proceso de transformación del servicio

Al ser una empresa de servicios no existe proceso de transformación de materia prima que sea sometida a un proceso, se dedica a transformar el conocimiento en servicio.

Como inicio del servicio identifican cual es la necesidad de inicio a fin al obtener nuevos conocimientos sobre el servicio que se oferta, hacen la entrega de un folleto indicando los temas a tratar en las 2 diferentes capacitaciones, se explica cada uno de ellos y responden a las inquietudes del solicitante; una vez aprobado llenan la solicitud y hacen la entrega del kit de estudio y proceden hacer un recorrido por las instalaciones.

El curso tiene una duración de 40 horas las mismas que será impartida 2 horas diarias de lunes a viernes por un mes, mismo que a la culminación entregan una certificación que avale la legalidad del curso y sirva para el currículum.

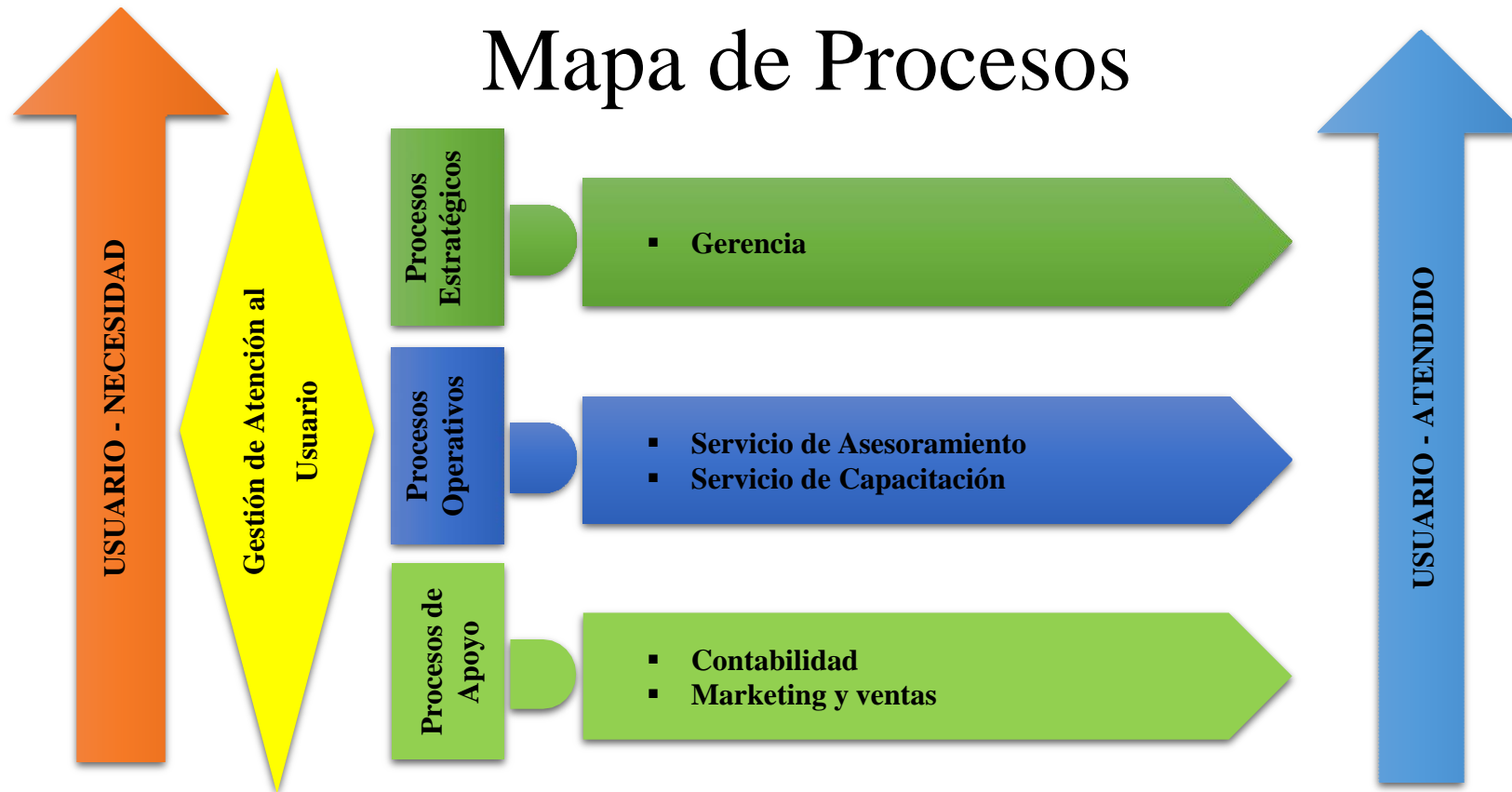


Ilustración 23 Mapa de procesos
Elaborado por: El autor

2.2.1.1. Descripción de las actividades del servicio

Tabla 41 Ficha de inscripción

Centro de capacitaciones Ficha de inscripción			
Datos personales			
Nombre		Fecha de nacimiento	D/M/A
Cédula			
Dirección		Género	
mail			
Teléfono			
2. Institución			
Primaria	Secundaria	Universitario	Otros
3. Información laboral			
Sector Público		Sector Privado	
Puesto		Puesto	
4. Curso solicitado			
Paquete de modelos de medición de riesgos			
Paquete de probabilidad e incumplimiento indicadores de riesgos			
Importante			
Mediante acuerdos de las partes, una vez firmado este documento acepta recibir las clases en las instalaciones antes presentadas, a cumplir con el pago y la firma, de igual manera recibe su kit de estudio. Al desistir desistimiento no habrá devolución alguna del dinero antes acordado.			
Cliente		Gerente general	

Elaborado por: El autor.

Se detalla el contenido de los 2 cursos u oferta de servicios, a continuación:

1. Paquete Modelos de medición de riesgo de crédito

- Definiciones de riesgo y crédito
- Elementos del crédito
- Activos expuestos al riesgo
- Sistemas de medición del riesgo de crédito

- Variables fundamentales empleadas en la medición del riesgo de crédito
- Simulador (ejemplos prácticos) de análisis objetivo de riesgo

2. Paquete de probabilidad de incumplimiento e indicadores de riesgo

- Definiciones de riesgo, incumplimiento y crédito
- Modelos de medición
- Indicadores de riesgo
- Sistemas de medición del riesgo de crédito (práctico)
- Ejemplos prácticos de análisis de riesgo aplicado con indicadores

2.2.1.1.1. Flujograma del proceso del servicio de capacitación

Ilustración 24 Flujograma del Servicio de Capacitación y Asesoría en Riesgo de Crédito

Elaborado por: El autor

222. Descripción de instalaciones, equipos y personas

La empresa inicia sus servicios correspondientes a la asesoría y capacitación en la provincia de Pichincha, en el Distrito Metropolitano de Quito, parroquia de El Condado; para lo cual necesita una instalación aproximada de 15 m², de tal manera se presenta la distribución de áreas a continuación:

Primera Área: Dedicada a la atención al cliente y para efectuar los contactos y recepción de clientes potenciales, se encuentra un escritorio y una sala de espera.

Segunda Área: Dedicada para las capacitaciones, asesorías y reuniones de capacitadores.

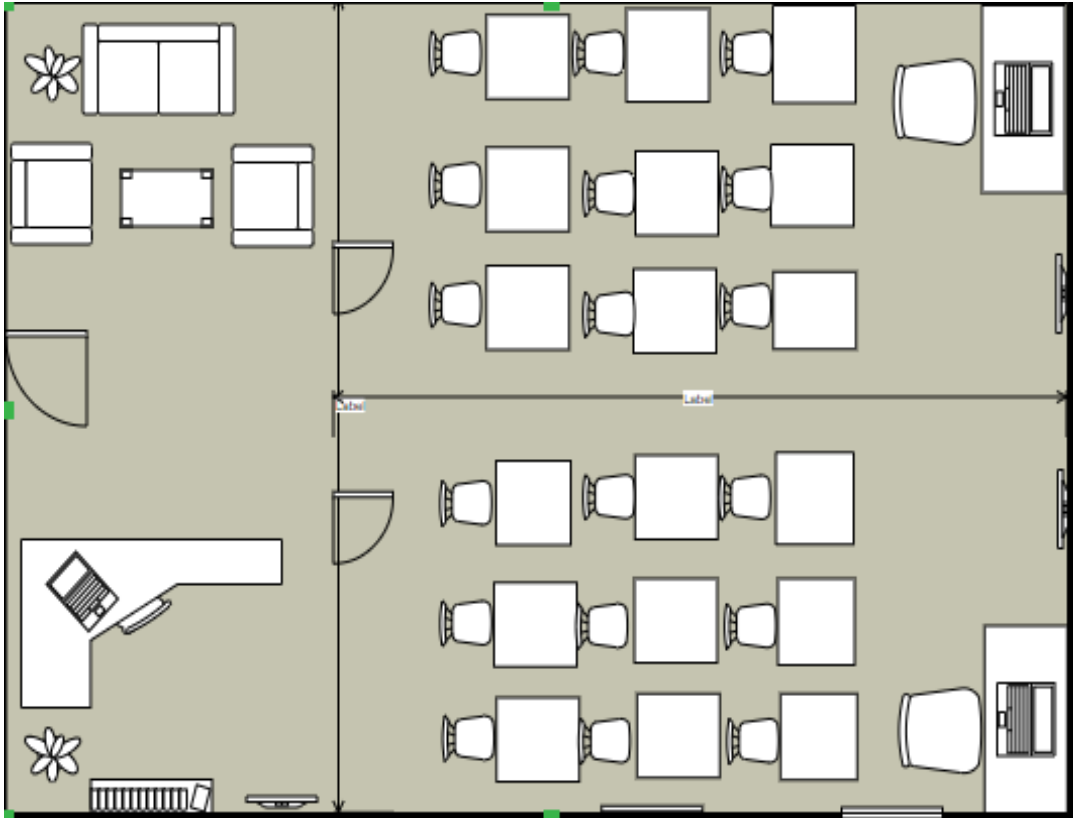


Ilustración 25 Plano de la oficina
Elaborado por: El autor

Descripción de equipos de computación

Tabla 42 Equipo de cómputo

No.	ACTIVIDAD	EQUIPOS	COSTO
5	Serán utilizados en las actividades de secretaría y capacitaciones	Computadoras	3.800.00
1	Impresión de documentos	Impresora	650.00
3	Utilizarán para una mejor visualización de la información en las capacitaciones	Proyectores	2.040.00
3	Respaldo de la información por cuidado de los mismos	Disco duro externo	450.00
TOTAL			6.940,00

Elaborado por: El autor

Descripción de equipos de oficina

Tabla 43 Equipos de oficina

No.	ACTIVIDAD	EQUIPOS	COSTO
2	Su utilización será en las capacitaciones para un mejor entendimiento auditivo	Parlante con pedestal	500.00
2	Recepción	Teléfono convencional	120.00
2	Será utilizado en las capacitaciones	Puntero láser	40.00
2	Su utilización es para cuidar los de descargas de energía los equipos de cómputo	Cortapicos	300
TOTAL			960,00

Elaborado por: El autor

Descripción Muebles y enseres

Tabla 44 Descripción de muebles y enseres

No.	ACTIVIDAD	EQUIPOS	COSTO
45	Su ubicación estará en las salas de capacitación para utilización de los asistentes	Escritorios	2.250,00
45	Su ubicación estará en las salas de capacitación para utilización de los asistentes	Sillas capacitación	900.00
1	Organización de los documentos	Archivadores	115.00
3	Su ubicación estará en las salas de capacitación y recepción para utilización de los capacitadores y recepción	Mesas para secretaria y capacitadores	360.00
3	Su ubicación estará en las salas de capacitación y recepción para utilización de los capacitadores y recepción	Sillas recepción	240.00
TOTAL			3.865,00

Elaborado por: El autor

Descripción del personal

El personal requerido para el funcionamiento del negocio está compuesto inicialmente por 5 personas, los cuales colaboran en cada una de las áreas asignadas dentro de la empresa como se detalla a continuación:

Tabla 45 Descripción del personal

CARGO	TIEMPO	No. DE PERSONAS	No. DÍAS	HORAS HOMBRE
Gerente General	8 h diarias	1	5	40h
Asistente Contable	8 h diarias	1	5	40h
Asesor Comercial	8 h diarias	1	5	40h
Capacitadores	8 h diarias	2	5	40h

Elaborado por: El autor

En relación con el Código de Trabajo Art.47.- de la jornada máxima. - La jornada máxima de trabajo será de ocho horas diarias, de manera que no exceda de cuarenta horas semanales, salvo disposición de la ley en contrario.

Así mismo el Art. 55.- Remuneración por horas suplementarias y extraordinarias. - Por convenio escrito entre las partes, la jornada de trabajo podrá exceder del límite fijado en los artículos 47 y 49 de este Código, siempre que se proceda con autorización del inspector de trabajo y se observen las siguientes prescripciones:

Las horas suplementarias no podrán exceder de cuatro en un día, ni de doce en la semana;

Si tuvieren lugar durante el día o hasta las 24H00, el empleador pagará la remuneración correspondiente a cada una de las horas suplementarias con más un cincuenta por ciento de recargo. Si dichas horas estuvieren comprendidas entre las 24H00 y las 06H00, el trabajador tendrá derecho a un ciento por ciento de recargo. Para calcularlo se tomará como base la remuneración que corresponda a la hora de trabajo diurno;

En el trabajo a destajo se tomarán en cuenta para el recargo de la remuneración las unidades de obra ejecutadas durante las horas excedentes de las ocho obligatorias; en tal caso, se aumentará la remuneración correspondiente a cada unidad en un cincuenta por ciento o en un ciento por ciento, respectivamente, de acuerdo con la regla anterior. Para calcular este recargo, se tomará como base el valor de la unidad de la obra realizada durante el trabajo diurno; y,

El trabajo que se ejecutará el sábado o el domingo deberá ser pagado con el ciento por ciento de recargo. (Código de Trabajo, 2012)

223. Tecnología a aplicar

Hacen uso de medios virtuales utilizando un plan de marketing mismo que se lleva a cabo centrándose en redes sociales, medio por el cual es utilizando con más frecuencia por las personas.

En las capacitaciones utilizan medios multimedia de esta manera se intenta llegar a estándares altos y de satisfacción por los asistentes generando un mejor entendimiento de los temas a tratar.

2.3. FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES

231. Ritmo de producción

De acuerdo a las proyecciones aspiran a efectuar por lo menos 2 cursos al mes de 30 asistentes mismos que están conformados por 2 tipos de cursos: Paquete Modelos de medición de riesgo de crédito y Paquete de probabilidad e incumplimiento e indicadores de riesgo, lo que representa el cubrir los costos y gastos además de generar utilidad.

Se presenta la siguiente tabla, verificando el ritmo de trabajo para el cierre de negociación con el cliente que solicita el servicio.

Ritmo de trabajo

Tabla 46 Ritmo de trabajo

Actividad	No. Personas	Tiempo promedio (minutos)	Tiempo normal (minutos)	Ritmo de trabajo
Se atiende al cliente y se explica sobre el curso y contenido.	1	10	10	41,67%
Llenar la ficha de datos del cliente	1	5	5	20,83%
Ingreso de datos al sistema	1	2	2	8,33%

(Continuación)				
Emisión de la factura y cobro	1	4	4	16,67%
Entrega de KIT estudiantil	1	1	1	4,17%
Recorrido por el centro de capacitación	1	2	2	8,33%
TOTAL		24	24	100%

Elaborado por: El autor

Cuando se menciona cantidad de capacitaciones, se refiere a cuantos asistentes solicitaron el servicio de capacitación al mes, sin embargo, la frecuencia de oferta del servicio dependerá de la demanda.

232. Nivel de inventario promedio

Al ser una empresa dedicada al servicio y no a la comercialización de artículos, no se tiene un inventario extenso, es más bien una proyección que tienen de acuerdo a los asistentes por paquete y que puede incrementarse de acuerdo a la oferta y demanda.

Tabla 47 Inventario

Cantidad	Inventarios (suministros para capacitación)
90	Libretas a cuadros
90	Lápices
90	Borrador de queso
8	Aguzador 304 A (sacapunta)
90	Maleta publicitaria
10	Marcadores de tiza líquida

Elaborado por: El autor

Es necesario indicar que se debe llevar un control de los activos que mantiene la empresa con el fin de saber en dónde se encuentra y su responsable.

2.3.2.1. Número de trabajadores

La empresa trabaja con personal a tiempo completo de lunes a viernes, 8 horas diarias con un sueldo legal de acuerdo con la tabla sectorial, por iniciación

cuenta de manera fija con 5 personas, las que se distribuyen en 2 secciones; el área administrativa está conformada por el gerente propietario, una persona que se encargue de la contabilidad y secretaria y un asesor comercial, el área operativa la conforman están dos docentes dedicados a brindar las capacitaciones y asesorías.

El gerente de la empresa ha de llevar en su totalidad el control de todas las acciones, los demás trabajadores tienen tareas asignadas que serán supervisadas por el Gerente los sueldos son acorde a la tabla sectorial y los contratos de los mismos se encuentran registrados en el MRL, cada uno de ellos cuenta con beneficios sociales con la respectiva afiliación al IESS.

A futuro podría incrementar el número de personal todo dependerá de la oferta y demanda del negocio. A continuación, se muestran las acciones que han de realizar los trabajadores que hasta el momento han sido considerados.

Descripción de mano de obra

Para ello se trabajará con 5 personas:

- Iván Arévalo Mera: Gerente
- Angelica Geovanna Granja: Capacitador
- Maribel Herrera Carvajal: Capacitador
- Fernanda Belén Rivera: Asesora de ventas
- Mónica Patricia Sandoval: Asistente contable

Descripción de funciones del personal

Tabla 48 Funciones del personal

NOMBRE	CARGO	FUNCIONES
Iván Arévalo	Gerente Propietario	Administración del negocio Planificación Estratégica Contratación de marketing Visita a empresas para presentación del servicio de capacitación y asesorías Contactos externos Supervisión de capacitaciones

(Continuación)

Mónica Sandoval	Asistente contable	Cobranzas, ingreso de datos de los asistentes y control de asistencias, declaraciones, contabilidad
Fernanda Belén Rivera	Asesora comercial	Llamar base de posibles clientes
Angélica Granja, Maribel Herrera	Capacitadores	Encargados de solventar las dudas y capacitar a los asistentes

Elaborado por: El autor

233. Capacidad de producción futura

A partir de la línea base de dos capacitaciones y asesorías mensuales, se espera como resultado del plan de Marketing el captar más clientes y sobre todo el lograr la difusión y por medio de las redes sociales y los testimonios que evidenciaron la calidad del servicio que se oferta y el alto grado de satisfacción de las empresas.

Producción futura

Tabla 49 Producción futura

PROYECCIÓN DE LOS INGRESOS

Productos	Cantidad	Precio unitario	Total año 1	Cantidad	Precio unitario	Total año 2	Cantidad	Precio unitario	Total año 3	Cantidad	Precio unitario	Total año 4	Cantidad	Precio unitario	Total año 5
Paquete Modelos de medición de riesgo de crédito (Aula 1)	30	180,00	64.800,00	33	197,50	71.098,56	36	216,69	78.009,34	40	237,76	85.591,85	43	260,86	93.911,38
Paquete de probabilidad e incumplimiento e indicadores de riesgo (Aula 2)	30	180,00	64.800,00	33	197,50	71.098,56	36	216,69	78.009,34	40	237,76	85.591,85	43	260,86	93.911,38
Total Proyección Ingresos	60	360,00	129.600,00	66	394,99	142.197,12	72	433,38	156.018,68	80	475,51	171.183,70	86	521,72	187.822,76

Elaborado por: El autor

Para el cálculo de la producción futura se aplica la tasa del 9.72% que corresponde a la tasa de inflación según el Banco Central del Ecuador, se debe tomar en cuenta que el número de capacitación no es fija porque puede haber meses que se complete el cupo total del curso y otros meses ser inferior.

2.4. CALIDAD

241. Método de control de calidad

En cuanto al control de calidad han realizado en función del nivel de satisfacción de los clientes y mediante los resultados obtenidos van tomando medidas correctivas, se tratará en lo posible poner todas las medidas correctivas desde cuando brinda la información de los cursos antes de contratar el servicio hasta la entrega de la certificación, cuidando la fidelidad de los clientes.

El control que se aplicará será mediante 2 métodos:

- SERVQUAL detalla un cuestionario de preguntas.
- CLIENTE OCULTO un evaluador se hace pasar por cliente y simula querer comprar un servicio.

Se detalla los siguientes parámetros a evaluar:

- Fiabilidad de la Empresa
- Capacidad de respuesta a los requerimientos del cliente
- Equipamiento e instalaciones seguras
- Insumos y materiales necesarios
- Aseo y limpieza

Modelo de cuestionario a la aplicación de la evaluación de la calidad:

Tabla 50 Cuestionario control de calidad

Cuestionario de Control de Calidad del Servicio			
Nombre:		Fecha:	
Capitador:			Aula:
Curso:			
Lista de evaluación			
Pregunta	Si	No	Observaciones
Recibió toda la información necesaria para contratar el servicio.			
Las instalaciones se encuentran limpias.			
Le fue entregado el kit de estudio:			
El personal muestra respeto con su persona			
Cree usted que las instalaciones son adecuadas para las capacitaciones			
Los equipos y materiales son adecuados para el aprendizaje			
Fueron solventadas sus dudas y preguntas			
Cree usted que el capacitador tiene dominio de los temas tratados			
Cumplimiento del tiempo de elaboración			
Firma Evaluador		Firma Responsable	

Elaborado por: El autor

2.5. NORMATIVA Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN

25.1. Seguridad e higiene ocupacional

Se implementará un sistema de seguridad ocupacional mediante la guía de las 5S, son las siguientes:

2.5.1.1. Seiri: Clasificación – separar lo necesario

Es la primera de las cinco fases. Consiste en identificar los elementos que son necesarios en el área de trabajo, separarlos de los innecesarios y desprenderse de estos últimos, evitando que vuelvan a aparecer. Asimismo, se comprueba que se dispone de todo lo necesario.

2.5.1.2. Seiton: Situar necesario - orden

Consiste en establecer el modo en que deben ubicarse e identificarse los materiales necesarios, de manera que sea fácil y rápido encontrarlos, utilizarlos y reponerlos.

2.5.1.3. Seisō: Limpieza

Una vez despejado (seiri) y ordenado (seiton) el espacio de trabajo, es mucho más fácil limpiarlo (seisō). Consiste en identificar y eliminar las fuentes de suciedad, y en realizar las acciones necesarias para que no vuelvan a aparecer, asegurando que todos los medios se encuentran siempre en perfecto estado operativo. El incumplimiento de la limpieza puede tener muchas consecuencias, provocando incluso anomalías o el mal funcionamiento de la maquinaria.

2.5.1.4. Seiketsu: Estandarización

Consiste en detectar situaciones irregulares o anómalas, mediante normas sencillas y visibles para todos. Aunque las etapas previas de las 5S pueden aplicarse únicamente de manera puntual, en esta etapa se crean estándares que recuerdan que el orden y la limpieza deben mantenerse cada día.

2.5.1.5. Shitsuke: Mantenimiento de la disciplina - seguir mejorando

Con esta etapa se pretende trabajar permanentemente de acuerdo con las normas establecidas, comprobando el seguimiento del sistema 5S y elaborando acciones de mejora continua, cerrando el ciclo PDCA. Si esta etapa se aplica sin el rigor necesario, el sistema 5S pierde su eficacia. (Ministerio de Trabajo, 2016)

CAPÍTULO III

3. ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

3.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

Orientar las competencias de la alta gerencia enfocándose en la misión y visión de la empresa, siendo este el camino para una buena gestión y que esto promueva actividades necesarias con un mismo enfoque en cumplimiento a los objetivos de la empresa.

3.2. ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

Siempre que se emprende una meta nueva se debe plantar cómo lograrlo, es mejor tener algo claro y no estar improvisando porque el tiempo es valioso, es decir, una idea o un sueño pueden quedarse solo como eso si no se estructura para conseguirlo; por eso el planteamiento de objetivos es el camino claro hacia dónde desean llegar.

3.2.1. Visión de la empresa

Ser una empresa líder en el 2024 en servicios de capacitación y asesoría especializada en Riesgo de crédito en la ciudad de Quito, aumentar nuestros servicios y brindando satisfacción y calidad tanto a nuestros clientes internos como externos.

3.2.2. Misión de la empresa

Brindar a nuestros clientes servicios de calidad en base a la satisfacción de sus necesidades con personal calificado y dominio en el área contribuyendo a así al aumento de conocimientos y crecimiento profesional.

Valores

Los valores corporativos que establecen para el desempeño de la empresa de capacitación de riesgos en cooperativas de ahorro y crédito, se detallan los siguientes:

- Responsabilidad, la empresa se compromete en cumplir con las normativas internas y externas para la satisfacción del personal que labora dentro de la empresa
- Liderazgo, permite que la empresa sea una tendencia referente en la capacitación de riesgos crediticios en función de su actividad empresarial.
- Honestidad, ser transparente en los diálogos, y colaboración a sus clientes internos y externos de la empresa afín de mantener un buen ambiente laboral para el buen desarrollo organizacional

Principios

Compromiso: Comprometidos en brindar asesoría especializada en temas de inversión financiera, con los mejores resultados a través de la gestión efectiva en fondos de inversión

Respeto a cada uno de los integrantes, como cliente interno y externo de la empresa.

323. Análisis FODA

“Una vez desarrollados los análisis externos e internos, los participantes del desarrollo de la estratégica realizan un análisis FODA (acrónimo de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) y plantean que es probable que este análisis sea la primera y más importante de todas las herramientas de análisis de la estrategia, identificando las actuales fortalezas, debilidades, oportunidades emergentes y amenazas preocupantes de la empresa”. (Kaplan, R., y Norton, D., 2008)

Es de vital importancia realizar un análisis FODA cuando se va a implementar una empresa, en el mismo se puede evidenciar cual es la situación tanto interna como externa de la empresa, esto ayuda a mitigar el riesgo y saber en dónde se debe mejorar.

Tabla 51 FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> ▪ El personal que trabajen en la empresa será calificado, con formación profesional para el cumplimiento de sus funciones. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dinámica constante en la formación de bancos y cooperativas ▪ Posibles alianzas estratégicas

-
- Los precios del servicio son competitivos con el mercado. (Continuación...)
 - Capacitar al personal en seminarios para actualizar sus conocimientos.
 - Conocimientos del marco legal vigente.
 - Desconocimiento de la normativa por parte de los asistentes

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ▪ El local es arrendado ▪ No cuenta con publicidad en redes sociales 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Competencia con otros centros de capacitación. ▪ Cambios normativos y legales ▪ Economía inestable del país ▪ Incremento de impuestos

Elaborado por: El autor

3.24. Objetivos y estrategia

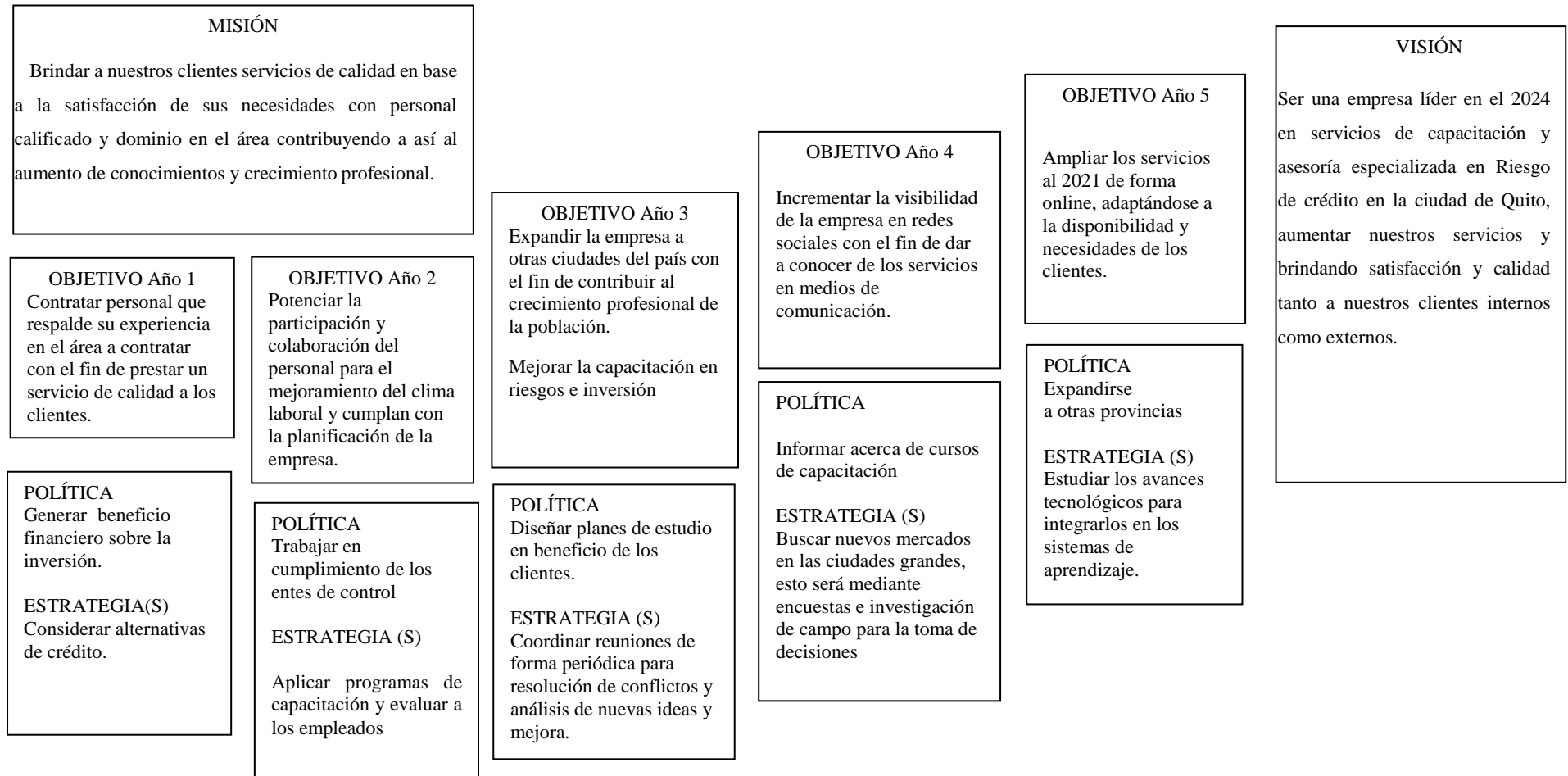


Ilustración 26 Objetivos y estrategias
 Elaborado por: El autor

3.3. ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA

331. Organización estructural de la empresa

Representa la totalidad de la empresa, es decir, cómo están conformados los departamentos de asesoría en capacitaciones “ECUA TRAINER”. Por su tipología de Responsabilidad Ltda., esta empresa discurre una Junta General de Socios conformado por dos socios quienes aportarán su capital. De ahí los siguientes departamentos.

3.3.1.1. Organigrama empresarial

Empresa de capacitación y Asesoría “ECUA TRAINER”

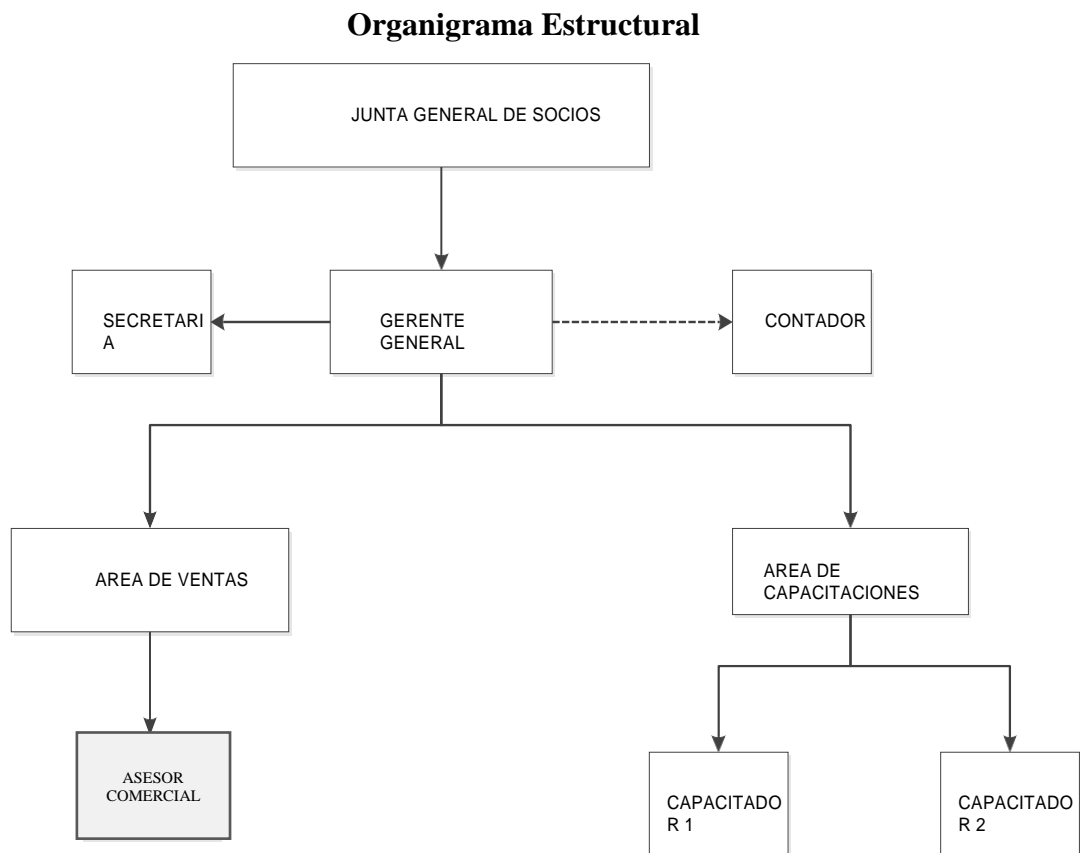


Ilustración 27 Organigrama estructural
Elaborado por: El autor

332. Organización estructural de la empresa

“La organización por funciones reúne, en un departamento, a todos los que se dedican a una actividad o a varias relacionadas, que se denominan funciones. Es el tipo de estructura organizacional, que aplica el principio funcional o principio de la especialización de las funciones para cada tarea”. (Minsal Pérez & Pérez Rodríguez, 2007).

Acotando la expresión se puede decir que mediante esta división se puede obtener una mejor organización de la empresa, tener conocimiento de cada área y supervisar de mejor manera para saber los puntos que necesita más atención.

3.3.2.1. Organigrama funcional

ASESOR COMERCIAL
ATENCIÓN AL CLIENTE,
POSIBLES VISITAS A
CLIENTES, ESTRATEGIAS DE
VENTAS Y PUBLICIDAD,
MANEJO DE REDES SOCIALES

Ilustración 28 Organigrama funcional
Elaborado por: El autor

333. Descripción de cargos

Tabla 52 Descripción del puesto del Gerente General

I. INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO:	Gerente General
JEFE INMEDIATO SUPERIOR:	No Aplica
SUPERVISA A:	A todo el personal de la empresa
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
Para desempeñar este cargo debe contar con capacidad de liderar, paciencia, dominio de palabra, atención e imparcialidad para la toma de decisiones y el correcto cumplimiento de los objetivos.	
III. FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Representar judicial y extrajudicialmente a la compañía, en gestiones, actos y contratos con excepción si fueren extraños al objeto social de la compañía ▪ Planificación, organizar, dirigir y controlar las metas y objetivos de la empresa ▪ Toma de decisiones ▪ Contratación del personal para la empresa en los distintos cargos que se requiera ▪ Gestionar y legalizar contratos con las empresas ▪ Supervisar a los capacitadores y delegación de funciones a secretaría. ▪ Motivación al personal ▪ Control de recursos 	
IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
TÍTULO PROFESIONAL	Ing. Administración de Empresas,
EXPERIENCIA	3 años en el cargo o similares
HABILIDADES	Liderazgo Autocontrol Manejo de Equipos de trabajo Capacidad de Negociar Manejo de Presupuestos Pensamiento Crítico
FORMACIÓN	Formación en Administración de Empresas Formación complementaria en Finanzas – contabilidad Procesos Aspectos legales

Elaborado por: El autor

Tabla 53 Funciones secretaria

I. INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO:	Secretaria - Contadora
JEFE INMEDIATO SUPERIOR:	Gerente
SUPERVISA A:	Capacitadores
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
Apoyo principal a gerencia, analizar y registrar las transacciones realizadas en la empresa, declaraciones y presentación de estados financieros.	
III. FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cumplir con las disposiciones de la Gerencia ▪ Control de asistencia del personal ▪ Proceso contable ▪ Declaración de impuestos ▪ Elaboración de nómina de empleados ▪ Presentación de estados financieros ▪ Facturación electrónica ▪ Responsable del archivo ▪ Manejo de plataformas SRI, IESS, MRL, SUPERCIAS, SETEC ▪ Otras inherentes al cargo o los que la empresa requiera 	
IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
TÍTULO PROFESIONAL	Título de Contador Público Autorizado
EXPERIENCIA	2 años en el cargo o puestos similares
HABILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Manejo de utilitarios ▪ Responsabilidad ▪ Trabajo en equipo ▪ Razonamiento lógico ▪ Proactividad en funciones encargadas ▪ Trabajo bajo presión
FORMACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Formación en contabilidad ▪ Sistemas contables ▪ Excel intermedio ▪ Talento humano ▪ Manejo de utilitarios

Elaborado por: El autor

Tabla 54 Funciones capacitadores

I. INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO	Capacitador
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Gerente General
SUPERVISA A	No aplica
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
Encargado de la planificación y ejecución de las capacitaciones y asesorías a los asistentes.	
III. FUNCIONES:	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cumplir con las disposiciones de la Gerencia ▪ Planificación el contenido de las clases ▪ Evaluador de resultados a los alumnos ▪ Dictar las capacitaciones ▪ Control de asistencia de los alumnos ▪ Presentación de informes de desarrollo del paquete de estudio. 	
IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TÍTULO PROFESIONAL	Ing. En Administración de Empresas o Finanzas, Economía, o afines.
EXPERIENCIA	2 años en el área
HABILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Manejo de Excel avanzado ▪ Trabajo en equipo ▪ Proactividad en el cumplimiento de las funciones ▪ Desenvolvimiento ▪ Dominio del tema
FORMACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Análisis de datos ▪ Análisis financiero ▪ Formación complementaria en Docencia ▪ Actualización de leyes y reglamentos

Elaborado por: El autor

3.4. CONTROL DEL CALIDAD

341. Indicadores de gestión

Tabla 55 Indicadores de gestión

		Nombre del indicador	Fórmula
Comercial		Crecimiento en ventas	$\frac{\text{Ventas del periodo actual} - \text{Ventas del periodo anterior}}{\text{Ventas del periodo anterior}}$
		Crecimiento de cliente	$\frac{\# \text{ Clientes del periodo actual} - \# \text{ Clientes del periodo anterior}}{\# \text{ Clientes del periodo anterior}}$
		Efectividad en visitas comerciales	$\frac{\# \text{ Visitas efectivas}}{\# \text{ Visitas programadas}}$
Financiero		Liquidez	$\frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$
		Margen bruto	$\frac{\text{Ingresos} - \text{Costos directos}}{\text{Ingresos}}$
Servicio al cliente		Nivel de quejas	$\frac{\# \text{ Quejas}}{\# \text{ Clientes} \times \text{Ó} \times \text{Tiempo}}$
		Cumplimiento del programa de	$\frac{\# \text{ Actividades completadas}}{\# \text{ Actividades programadas}}$

Gestión humana

Elaborado por: El autor

capacitación

□□
□□□□□□□
□□□□ □□
□□□□□□□
□□□ó□
□□□□□□□
□□□□□

3.5. NECESIDAD DEL PERSONAL

Para iniciar las actividades en la empresa contará de forma inicial con 1 secretaria contadora quien se encargará de la parte contable, legal y tributaria de la empresa.

1 asesor comercial, quien se encargará de la atención a las personas que soliciten información del servicio y publicidad en general.

2 capacitadores quien bajo su perfil profesional y experiencia brindaran las capacitaciones y asesorías a los asistentes.

Esto quiere decir que, el total de recurso humano a tiempo completo será de 4 personas.

CAPÍTULO IV

4. ÁREA DEL ESTUDIO JURÍDICO

4.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO JURÍDICO

Constituir una empresa bajo la forma jurídica de Responsabilidad Limitada en el Distrito Metropolitano de Quito con todos los permisos necesarios para su correcto funcionamiento normados por la Ley.

4.2. DETERMINACION DE LA FORMA JURÍDICA

La empresa recibe el nombre de **ECUA TRAINER**, dedicada a capacitación y asesoría especializada en riesgo de crédito de cooperativas de ahorro y crédito en la ciudad de Quito.

Esta empresa se constituye bajo la figura de Compañía de Responsabilidad Limitada misma que se conforma de 2 socios, cada uno cuenta con aportación inicial para su constitución cumpliendo así con los requisitos mínimos exigidos por la Ley.

Las características de una Compañía de Responsabilidad Ltda., se vinculan con el negocio en el sentido que:

- Capital se divide en participantes sociales
- Se requiere de un capital mínimo de \$ 400.00 para iniciar el negocio
- Establece un límite de 15 socios como máximo
- Su denominación es bajo una razón social
- Es de capital cerrado
- El representante legal para este tipo de compañías no puede ser removido de su cargo fácilmente
- Para que la junta general sea instalada, únicamente se requiere de la presencia del 50% del capital social
- Para poder constituir este tipo de compañía, se debe cancelar el 50% del capital mínimo
- Los socios si pueden inspeccionar la compañía ya que es una sociedad pequeña. (Instructivo societario, 2008, págs. 1-3)

4.2.1. Constitución de la empresa

Cualquier empresa o negocio que entre en funcionamiento debe aplicar las leyes ecuatorianas pertinente a la actividad comercial como el Servicio de Rentas Internas, el Ministerio del Trabajo, El Instituto de Seguridad Social, SETEC, entre otros; de contrato o la naturaleza del negocio.

- Razón social
- Solicitud de aprobación
- Afiliaciones
- Número mínimo y máximo de socio
- Capital Constitutivo

4.3. PATENTES Y MARCAS

“Los Estados son los responsables de garantizar una legislación clara para precautelar este bien común. En Ecuador, el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI) es el organismo encargado de salvaguardar, fomentar, divulgar y llevar el buen uso de la Propiedad Intelectual desde el enfoque de tres áreas distintas: propiedad industrial, derecho de autor y derechos conexos y obtenciones vegetales y conocimientos tradicionales”. (SENADI, 2019).

4.4. LICENCIAS NECESARIAS PARA FUNCIONAR

4.4.1. Permisos de funcionamiento

- Solicitar el equivalente al RUC para la empresa como es el caso y para ello se requiere: Cédula de Ciudadanía, Papeleta de Votación y un servicio básico. este trámite se lo hace en cualquier oficina del SRI. (SRI, 2020)
- Solicitar PATENTE, Cédula de Ciudadanía, formulario de inscripción, acuerdo de responsabilidad de medios electrónicos, copia u original de una planilla de servicio básico donde se ejecutará la actividad económica o contrato de arrendamiento legalizado, RUC contribuyente y contador, escritura de constitución y nombramiento de representante legal. (Guía oficial de trámites del Ecuador, 2020)

4.4.2. Permiso cuerpo de bomberos

El Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito, son quienes emite el permiso de funcionamiento a fin de prevenir incendios y demás desastres.

El interesado para obtener este permiso debe presentar la siguiente documentación:

- Solicitud de inspección del local.
- Informe favorable de la Inspección en el que indica si cuenta con extintores, lámpara de emergencias, la señalética reglamentaria.
- Copia del RUC

La Patente otorgada por el Ilustre Municipio de Quito y Permiso del Cuerpo de Bomberos se debe conservar en un lugar visible y se lo debe renovar de acuerdo a los establecido por el CBDMQ.

Proceso de trámite normal

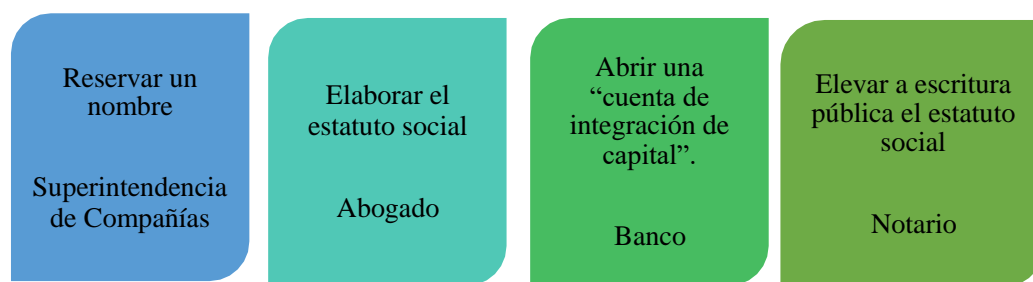


Ilustración 29 Proceso de trámite

Fuente: Investigación de campo – Superintendencia de compañías

Elaborado por: El Autor

- Reservar un nombre. Este trámite se realiza en la Superintendencia de Compañías. Ahí mismo se debe revisar que no exista ninguna otra empresa con el mismo nombre que se ha pensado para la inscripción de la empresa.
- Elaborar los estatutos. Es el contrato social que regirá a la sociedad y se validan mediante una minuta elaborada y firmada por un abogado.
- Abrir una “cuenta de integración de capital”. Esto se realiza en cualquier banco del país. Los requisitos básicos, que pueden variar dependiendo del banco, y detallar la participación de los socios.
 - Capital mínimo: \$400 para constituir una compañía limitada.
 - Carta de socios en la que se detalla la participación de cada uno
 - Copias de cédula de ciudadanía y papeleta de votación por cada socio y se solicitará el “certificado de cuentas de integración de capital”.

- Elevar a escritura pública. Mediante un notario público y reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos elaborados.

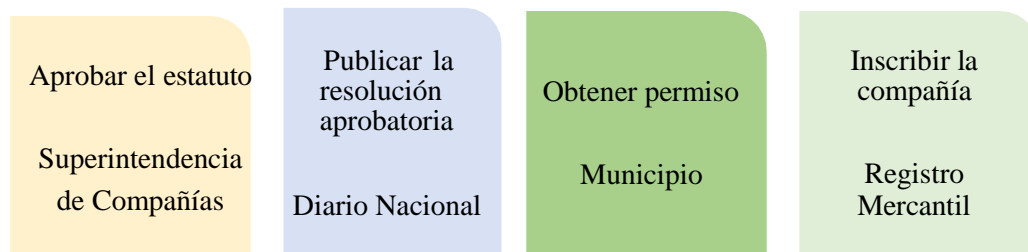


Ilustración 30 Proceso de constitución

Fuente: Investigación de campo – Superintendencia de compañías

Elaborado por: El Autor

- Aprobar el estatuto. Lleva la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su revisión y aprobación mediante resolución.
- La Superintendencia de Compañías. Entregará 4 copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario de circulación nacional.
- Obtener los permisos municipales. En el municipio de la ciudad se deberá:
 - a. Pagar la patente municipal
 - b. Pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones
- Inscribir la compañía. Con todos los documentos antes descritos, acudir al Registro Mercantil, para inscribir la sociedad. (SUPERCIAS, 2020)

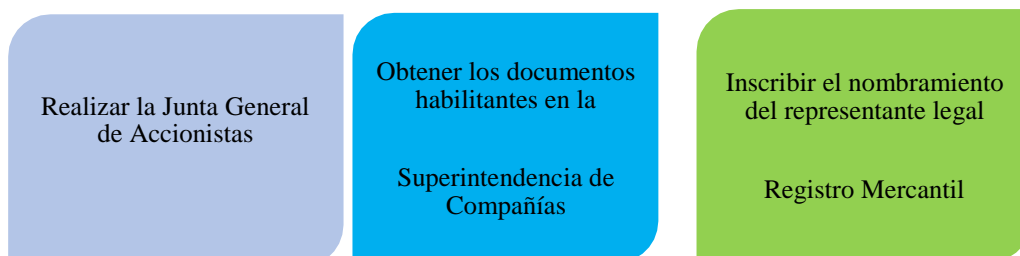


Ilustración 31 Proceso Registro Mercantil

Fuente: Investigación de campo – Superintendencia de compañías

Elaborado por: El Autor

- Realizar la Junta General de Accionistas. Esta primera reunión servirá para nombrar a los representantes de la empresa (presidente, gerente, etc.), según se haya definido en los estatutos.
- Obtener los documentos habilitantes. Con la inscripción en el Registro Mercantil, en la Superintendencia de Compañías se obtendrá los documentos para abrir el RUC de la *empresa*.
- Inscribir el nombramiento del representante. En el Registro Mercantil, se inscribe el nombramiento del representante legal de la *empresa* elegido por la Junta de Accionistas, con su razón de aceptación. Esto debe suceder dentro de los 30 días posteriores a su designación. (SUPERCIAS, 2020)

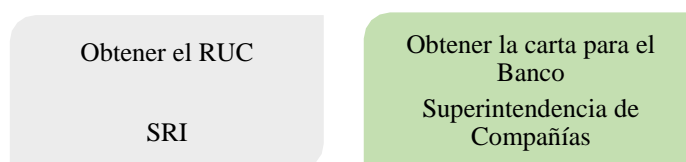


Ilustración 32 Inscripción del nombramiento

Fuente: Investigación de campo – Superintendencia de compañías

Elaborado por: El Autor

Obtener el RUC. El Registro Único de Contribuyentes (RUC) se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI), con:

- El formulario correspondiente y llenado
- Original y copia de la escritura de constitución de la compañía
- Original y copia del nombramiento del representante legal
- Copias de cédula de ciudadanía, papeleta de votación de los socios
- Carta de autorización del representante legal a favor de la persona para efectuar el trámite
- Adquirir la carta del banco. Con el RUC, en la Superintendencia de Compañías que se entregará, para poder disponer del valor depositado. (SRI, 2020)

CAPÍTULO V

5. ÁREA FINANCIERA

5.1. OBJETIVO DE ESTUDIO FINANCIERO

Elaborar un estudio financiero que permita determinar el monto de los recursos económicos necesarios para la puesta en marcha y sustente la viabilidad de la empresa.

5.2. PLAN DE INVERSIÓN

El plan de inversión con la que iniciará la empresa ECUA-TRAINER se detalla a continuación, tomando en cuenta con cuanto se planea iniciar el proyecto:

Tabla 56 Plan de inversiones

PLAN DE INVERSIÓN				
Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total	Total General
	INSTALACIONES Y REMODELACIONES			988,00
4	Extintores de 10 lbs	16,00	64,00	
3	Lámparas de emergencia	8,00	24,00	
3	Divisiones y arreglo de oficinas	200,00	600,00	
1	Mano de obra	150,00	150,00	
5	Pintura	30,00	150,00	
	Instalaciones Eléctricas			700,00
1	Material electricos	100,00	100,00	
1	Alarmas en local, cámaras	600,00	600,00	
	Muebles y enseres			3.865,00
45	Escritorios	50,00	2.250,00	
45	Sillas	20,00	900,00	
1	Archivador de cuatro cajones	115,00	115,00	
3	Mesa de escritorio capacitadores y secretaria	120,00	360,00	
3	Silla para escritorio capacitadores y secretaria	80,00	240,00	
	Herramientas			-
1		-	-	
	Maquinaria y Equipo			-
1		-	-	
	Vehículos			-
1		-	-	
	Equipo de computación			7.280,00
4	Computadores portátiles	800,00	3.200,00	
1	Computadora de escritorio	600,00	600,00	
3	Proyectores	680,00	2.040,00	
3	Disco externos	150,00	450,00	
1	Impresora multifuncional	650,00	650,00	
2	Puntero láser	20,00	40,00	
2	Cortapicos UPS	150,00	300,00	
	Equipo de Oficina			620,00
2	Parlante con pedestal	250,00	500,00	
2	Teléfono convencional	60,00	120,00	
	Inventarios (suministros para capacitación)			600,30
	Total de activos			14.053,30
	Activos Diferidos			
	Gastos de constitución			1.080,00
1	Trámites de superintendencia de compañías	400,00	400,00	
1	Permiso de funcionamiento en cuerpo de bomberos	150,00	150,00	
1	Patente municipal	250,00	250,00	
1	SRI	80,00	80,00	
1	Gastos notariales	200,00	200,00	
	Desarrollo de plataforma/ software educativo			4.000,00
1	Plataforma educativa	4.000,00	4.000,00	
	Capital de Trabajo			14.704,64
3	Inv. Útiles de oficina	146,70	440,10	
3	Inv. Materiales para aseo	18,08	54,25	
3	Servicios básicos	130,00	390,00	
3	Arriendo prepagado	500,00	1.500,00	
3	Publicidad y promoción	911,17	2.733,50	
3	Mantenimiento y reparación	50,00	150,00	
3	Sueldos y salarios	2.700,00	8.100,00	
	Subtotal	4.455,95	13.367,85	
	Imprevisto	445,60	1.336,79	
	TOTAL	14.434,95	32.140,85	33.837,94
	TOTAL INVERSIÓN			33.837,94

Elaborado por: El autor

Tabla 57 Detalle de inversión

DETALLE DEL ACTIVO	
Activos fijos	\$ 14.053,30
Activos diferidos	\$ 5.080,00
Capital de trabajo	\$ 14.704,64
Total, de la inversión	\$ 33.837,94

Elaborado por: El autor

El total de la inversión del proyecto se requiere de \$33.837,94 dólares.

Equipos de oficina

Los equipos de oficina son la parte fundamental en la estructuración de la empresa, en base a esto consta de lo siguiente:

Tabla 58 Muebles y enseres

	Muebles y enseres	C/U	Total
45	Escritorios	50,00	2250,00
45	Sillas	20,00	900,00
1	Archivador de cuatro cajones	115,00	115,00
3	Mesa de escritorio capacitadores y secretaria	120,00	360,00
3	Silla para escritorio capacitadores y secretaria	80,00	240,00
	TOTAL	\$385,00	\$3.865,00

Elaborado por: El autor

Equipos de computación

Son la parte importante que representa aquellos equipos de computación para la empresa que se utilizan en el desarrollo de la gestión institucional.

Tabla 59 Equipo de computación

	Equipo de computación	C/U	Total
4	Computadores portátiles	800,00	3200,00
1	Computadora de escritorio	600,00	600,00
3	Proyectores	680,00	2040,00
3	Discos externos	150,00	450,00
1	Impresora multifuncional	650,00	650,00
4	Puntero láser	20,00	40,00
2	Cortapicos UPS	150,00	300,00
	TOTAL	3.050,00	7.280,00

Elaborado por: El autor

Activo diferido

Los activos diferidos se constituyen de los siguiente en la empresa ECUA-TRAINER son aquellos gastos que incurren en la elaboración y constitución de la empresa.

Tabla 60 activos diferidos

CONSTITUCION DE LA COMPAÑÍA	TOTAL
Trámites de superintendencia de compañías	400,00
Permiso de funcionamiento en cuerpo de bomberos	150,00
Patente municipal	250,00
SRI	80,00
Gastos notariales	200,00
Desarrollo de plataforma/ software educativo	
Plataforma educativa	4000.00
TOTAL	5080.00

Elaborado por: El autor

El capital de trabajo

Permite llevar las actividades en un corto plazo para financiar las operaciones de la empresa, el capital de trabajo también es importante para las provisiones necesarias que se tenga que cubrir en un plazo determinado garantizando el funcionamiento del negocio.

Tabla 61 Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	Días/min	VALOR
Inv. Útiles de oficina	90	440,10
Inv. Materiales para aseo	90	54,25
Servicios básicos	90	390,00
Arriendo prepago	90	1.500,00
Publicidad y promoción	90	2.733,50
Mantenimiento y reparación	90	150,00
Sueldos y salarios	90	8.100,00
Total		13.367,85
Imprevistos		1.336,79
Total Capital de Trabajo		14.704,64

Elaborado por: El autor

5.3. PLAN DE FINANCIAMIENTO

Planificación financiera involucra en la elaboración del proyecto de capacitación, las actividades y estrategias que se determinará como los recursos necesarios para este plan de negocios.

- La forma que se realiza para este plan de negocios se lo realizar con recursos propios, a continuación, se detalla

Tabla 62 Plan Financiamiento

Descripción	Total (USD)	Parcial %	Total
Socio A	\$ 20.302,76	60%	\$ 20.302,76
Socio B	\$ 13.535,17	40%	\$ 13.535,17
TOTAL	\$ 33.077,94	100%	\$ 33.837,94

Elaborado por: El autor

Como se observa en el cuadro los recursos que se utiliza son recursos propios que han obtenido del trabajo de varios años, para invertir en este plan de inversión.

5.4. CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS

Dentro de los costos se identifican los costos que incurren en este proyecto de inversión mano de obra, costos indirectos.

541. Análisis de costos

Tabla 63 Análisis de costos

Descripción del producto	Unidad de medida	Cantidad mensual requerida	Costo unitario	Costo mensual	Costo anu
Costo del Servicio					
Libretas a cuadros	Unidades	90	0,35	31,50	
Lápices	Unidades	90	0,12	10	
Borrador de queso	Unidades	90	0,15		
Aguzador 304A (sacapunta)	Unidades	8	6,50		
Maleta publicitaria	Unidades	90	1,15		
Tinta para impresora	Unidades	4	13		
Tinta de marcador	Unidades	3			
Marcadores de tiza líquida recargable	Unidades	10			
Borradores de pizarra	Unidades	10			
Esferos	Unidades	30			
Resmas de papel bond	Unidades	20			
Pizarra tiza líquida	Unidades				
Imprevisto	%				
Total					
Mano de Obra Directa					
Capacitador					
Total					
Mano de Obra Indirecta					
Secretaria					
Total					
Costo Indirecto d					
Energia Electrica					
Internet					
Agua Potable					
Mantenim					
<u>Total</u>					

Elaborado por: El autor

Tomando en cuenta el costo del servicio que se utiliza en la cantidad necesaria, para el proceso de aprendizaje y de capacitación. La mano de obra directa se considera a los profesionales que brindaran la capacitación, como el pago de sueldos, aporte al personal de 9.45%, el aporte patronal del 11.15% a partir del primer año cumplido se pagara los fondos de reserva. Los costos indirectos del servicio se cubrirá mes a mes, en medida que se necesita para el funcionamiento del establecimiento de capacitación.

542. Proyección de costos

Tabla 64. Proyección de los costos

Elaborado por: El autor

543. Análisis de gastos

Tabla 65 Detalle del Gasto

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario	Frecuencia mensual	Valor mensual	Valor anual
Sueldo del personal y beneficios sociales						
Gerente	unidad	1	776,28	0,59	776,28	9.315,40
Contadora/Secretaria	unidad	1	547,68	0,41	547,68	6.572,20
Total				1,00	1.323,97	15.887,60
Depreciación Muebles y Enseres	unidad	1	386,50	0,13	386,50	4.638,00
Depreciación Equipo de Computación	unidad	1	2.426,42	0,84	2.426,42	29.117,09
Depreciación Equipos de oficina	unidad	1	62,00	0,02	62,00	744,00
Total				1,00	2.874,92	34.499,09
Suministros de Oficina						
Grapadora	unidad	1	3,50	0,02	3,50	3,50
Perforadora	unidad	1	2,50	0,02	2,50	2,50
Resmas de papel bond	unidad	5	3,50	0,11	17,50	210,00
Carpetas archivadoras	unidad	3	1,60	0,03	4,80	57,60
Tintas para impresora (6 colores)	unidad	12	9,90	0,78	118,80	1.425,60
Clips	unidad	2	0,30	0,00	0,60	7,20
Esferos	unidad	10	0,45	0,03	4,50	54,00
Total				1,00	152,20	1.760,40
Material de aseo						
Detergente (caneca)	unidad	1	30,00	0,14	30,00	30,00
Escobas	unidad	10	3,00	0,14	30,00	30,00
Trapeadores	unidad	10	3,00	0,14	30,00	30,00
Alcohol antiséptico	unidades	4	13,00	0,24	52,00	52,00
Fundas de basuras (Paquetes)	unidades	50	1,50	0,35	75,00	75,00
total				1,00	217,00	217,00
Servicios Básicos						
Luz	unidad	1	60,00	0,33	60,00	720,00
Agua	unidad	1	45,00	0,25	45,00	540,00
Teléfono	unidad	1	25,00	0,14	25,00	300,00
Internet	unidad	1	50,00	0,28	50,00	600,00
Total				1,00	180,00	2.160,00
Arriendo						
Alquiler local	unidad	1	500,00	1,00	500,00	6.000,00
Total				1,00	500,00	6.000,00
OTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS					5.031,09	60.307,09

GASTOS DE VENTAS

Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario	Frecuencia mensual	Valor mensual	Valor anual
Sueldo vendedor	unidad	1	490,53	1,00	490,53	5.886,40
Total				1,00	490,53	5.886,40
Publicidad						
Tarjetas de presentación (tarjetas, afiches, tripticos)	unidad	5000	0,25	0,11	1.250,00	1.250,00
Cuñas radiales	unidad	800	8,33	0,61	6.664,00	6.664,00
Diseño de página Web		1	320,00	0,03	320,00	320,00
Vallas publicitarias		1	2.700,00	0,25	2.700,00	2.700,00
Total				1,00	10.934,00	10.934,00
TOTAL GASTOS DE VENTAS					11.424,53	16.820,40
TOTAL GASTOS					16.455,62	77.127,49

Elaborado por: El autor

Gastos

“Gastos es el valor de bienes y servicio recibido y consumido por la empresa en un periodo económico, con independencia del monto del pago.” (Fullana Belda & Paredes Ortega, 2010, pág. 42).

Según el criterio de los autores, son los pagos incurrido en año, como el gerente, contador, secretaria, se contará con el pago de las obligaciones patronales y personales el aporte al IESS 9.45% y aporte patronal será 11.15% las demás provisiones de sueldo se cubrirán, una vez cumplido un año del contrato.

En este sentido las depreciaciones de los equipos de computación del área administrativa de la empresa “ECUA TRAINER” en base a la normativa Contable. *“Esta pérdida anual se define como depreciación y corresponde a la pérdida contable del valor promedio de un activo fijo por un año transcurrido”*. (Sapag Chaín, 2007). En base al acuerdo los equipos de tecnología se consideran 3 años de vida útil, con un porcentaje del 33% los servicios básicos se considerarán en base al consumo que se realice el área de capacitación aproximadamente.

5.4.4. Proyección de gastos

Tabla 66 Proyección de Los gastos

Elaborado por: El autor

Mano de obra

“Mano de obra por lo general se define en términos de costos de la mano de obra como porcentaje del costo total del proyecto. la tasa salarial es un factor importante para determinar la intensidad de mano de obra”. (Organización Internacional del Trabajo, 2017) desde nuestra perspectiva MO significa trabajo, aquel esfuerzo físico que se realiza, para realizar una actividad.

Tabla 67. Mano de obra

Elaborado por: El autor

Provisiones de la mano de obra

Tabla 68. Provisiones MO

Ord.	Provisiones	Patronal 11,15%	SECAP 0,05%	IECE 0,05%	XIII	XIV	Fondo de Reserva	Vacaciones	Total Provisiones	Costo Mano de Obra
2	EMPL002	66,90	0,30	0,30	50,00	33,33		25,00	175,83	719,13
3	EMPL003	66,90	0,30	0,30	50,00	33,33		25,00	175,83	719,13
Total provisiones		133,80	0,60	0,60	100,00	66,67	0,00	50,00	351,67	1.438,27

Elaborado por: El autor

Cálculo administrativo

Tabla 69. Administrativo

Elaborado por: El autor

Provisiones de sueldos a los administrativos

Tabla 70. Provisiones administrativas

Ord.	Provisiones	Patronal 11,15%	SECAP 0,05%	IECE 0,05%	XIII	XIV	Fondo de Reserva	Vacaciones	Total Provisiones	Costo Mano de Obra
1	EMPL001	100,35	0,33	0,33	75,00	33,33	0,00	37,50	322,05	1.137,00
5	EMPL005	66,90	0,30	0,30	50,00	33,33	0,00	25,00	225,81	769,11
Total Provisiones		167,25	0,63	0,63	125,00	66,67	0,00	62,50	547,87	1.906,12

Elaborado por: El autor

Sueldo vendedor

Tabla 71. Sueldo del vendedor

PROVISIONES DEL VENDEDOR											
Ord.	Apellidos y Nombres	Cargo	Código	SBU	Ingresos otros	Total	Varios	Aporte personal 9,45%	Total	Valor a pagar	Anual Sueldos
4	Fernanda Belén Rivera	Ejecutivo de ventas	EMPL004	400,00	0,00	400,00	0,00	37,80	37,80	362,20	4.800,00
Total, Mano de Obra				400,00	0,00	400,00	0,00	37,80	37,80	362,20	4.800,00

Elaborado por: El autor

Provisiones de sueldo Ejecutivo de ventas

Tabla 72. Provisiones

Ord.	Provisiones	Patronal 11,15%	SECAP 0,05%	IECE 0,05%	XIII	XIV	Fondo de Reserva	Vacaciones	Total Provisiones	Costo Mano de Obra
4	EMPL004	44,60	0,20	0,20	33,33	33,33		16,67	128,33	490,53
Total provisiones		44,60	0,20	0,20	33,33	33,33		16,67	128,33	490,53

Elaborado por: El autor

Proyección de sueldos del personal de ECUA TRAINER

Tabla 73 Proyección de sueldos

PROYECCION DE SUELDOS			0,03	TASA DE CRECIMIENTO DE SUELDO BÁSICO - 2019. CONSEJO DE SALARIOS DE ECUADOR									
Ord.	NOMBRES Y APELLIDOS	CARGO	SUELDO BASE MENSUAL	SUELDO UNIFICADO	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	MENSUAL	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Washington Iván Arévalo	Gerente	669,50	669,50	55,79	33,82	27,90	74,65	861,66	10.339,86	10.650,06	10.969,56	11.298,65
2	Angélica Geovanna Granja	Capacitador	618,00	618,00	51,50	33,82	25,75	68,91	797,98	9.575,70	9.862,98	10.158,86	10.463,63
3	Maribel Herrera Carvajal	Capacitador	618,00	618,00	51,50	33,82	25,75	68,91	797,98	9.575,70	9.862,98	10.158,86	10.463,63
4	Fernanda Belén Rivera	Ase. ventas	412,00	412,00	34,33	33,82	17,17	45,94	543,26	6.519,08	6.714,65	6.916,09	7.123,57
5	Mónica Patricia Sandoval	Contadora/S	463,50	463,50	38,63	33,82	19,31	51,68	606,94	7.283,23	7.501,73	7.726,78	7.958,59
TOTAL			2.781,00	2.781,00	231,75	169,09	115,88	310,08	3.607,80	43.293,58	44.592,39	45.930,16	47.308,06

Elaborado por: El autor

Provisión de sueldos

Tabla 74. *Provisión de sueldos a 5 años*

Elaborado por: El autor

Depreciación

Es el desgaste que tiene un bien por su uso que se le dé al mismo durante las operaciones de la empresa, la pérdida de valor de un determinado bien.

Tabla 75. Depreciación de Activos

CÁLCULO DE LAS DEPRECIACIONES				
Detalle del bien	Vida útil	Valor	Porcentaje de depreciación	Depreciación anual
Depreciación Muebles y enseres	10 años	\$ 3.865,00	10,00%	\$ 386,50
Depreciación Equipo de Computación	3 años	\$ 7.280,00	33,33%	\$ 2.426,42
Depreciación Equipo de Oficina	10 años	\$ 620,00	10,00%	\$ 62,00
TOTAL, DEPRECIACIONES				\$ 2.874,92

Elaborado por: El autor

Tabla 76. Amortización

Amortización	VALOR	%	VIDA UTIL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	VALOR TOTAL	VALOR RESIDUAL
Gastos de constitución	1.080,00	10,00%	5	108,00	108,00	108,00	108,00	108,00	540,00	540,00
Desarrollo de plataforma/ software educativo	4.000,00	33,33%	3	1.333,33	1.333,33	1.333,33	0,00	0,00	4.000,00	0,00
TOTAL	5.080,00			1.441,33	1.441,33	1.441,33	108,00	108,00	4.540,00	540,00

Elaborado por: El autor

Proyección de la depreciación acumulada

Tabla 77. Depreciación acumulada

Descripción	VALOR	%	VIDA UTIL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	VALOR TOTAL	VALOR RESIDUAL
Depreciación Muebles y enseres	3865,00	0,10	10	386,50	386,50	386,50	386,50	386,50	1932,50	1932,50
Depreciación Equipo de Computación	7280,00	0,33	3	2.426,67	2.426,67	2.426,67	0,00	0,00	7520,00	0,00
Depreciación Equipo de Oficina	620,00	0,10	10	62,00	62,00	62,00	62,00	62,00	310,00	310,00
TOTAL	11.765,00			2.875,17	2.875,17	2.875,17	448,50	448,50	9.522,50	2.242,50

Elaborado por: El autor

5.5. CÁLCULO DE LOS INGRESOS

Tabla 78. Ingresos

CÁLCULO DE INGRESOS								
Productos	Unidad de medida	Costo Unitario	Margen de utilidad		Ingresos mensuales	Unidades	Ingreso mensual total	Ingresos anuales total
			%	\$				
Paquete Modelos de medición de riesgo de crédito (Aula 1)	Programa de estudio	100,00	0,80	80,00	180,00	30	5.400,00	64.800,00
Paquete de probabilidad e incumplimiento e indicadores de riesgo (Aula 2)	Programa de estudio	100,00	0,80	80,00	180,00	30	5.400,00	64.800,00
TOTAL, INGRESOS		200,00		160,00	360,00	60	10.800,00	129.600,00

Elaborado por: El autor

Proyección de los ingresos

Tabla 79. Proyección de ingresos

Productos	Cantidad	Precio unitario	Total año 1	Cantidad	Precio unitario	Total año 2	Cantidad	Precio unitario	Total año 3	Cantidad	Precio unitario	Total año 4	Cantidad	Precio unitario	Total año 5
Paquete Modelos de medición de riesgo de crédito (Aula 1)	30	180,00	64.800,00	33	197,50	71.098,56	36	216,69	78.009,34	40	237,76	85.591,85	43	260,86	93.911,38
Paquete de probabilidad e incumplimiento e indicadores de riesgo (Aula 2)	30	180,00	64.800,00	33	197,50	71.098,56	36	216,69	78.009,34	40	237,76	85.591,85	43	260,86	93.911,38
Total Proyección Ingresos	60	360,00	129.600,00	66	394,99	142.197,12	72	433,38	156.018,68	80	475,51	171.183,70	86	521,72	187.822,76

Elaborado por: El autor

5.6. FLUJO DE CAJA

Tabla 80. Flujo de caja

FLUJO DE CAJA

Opc.	Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
A	INGRESOS OPERACIONALES	33.837,94	129.600,00	142.197,12	156.018,68	171.183,70	187.822,75
	Recursos obtenidos	33.837,94	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Socio A	20.302,76	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Socio B	13.535,17	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Ingresos de ventas	0,00	129.600,00	142.197,12	156.018,68	171.183,70	187.822,75
B	EGRESOS OPERACIONALES	0,00	124.045,04	136.102,22	149.331,36	163.846,36	179.772,23
	Local - Alquiler	0,00	6.000,00	6.583,20	7.223,09	7.925,17	8.695,50
	Instalaciones y remodelación	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Muebles y enseres	0,00	3.865,00	4.240,68	4.652,87	5.105,13	5.601,35
	Maquinaria y equipo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Vehículo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Equipo de computación	0,00	7.280,00	7.987,62	8.764,01	9.615,87	10.550,54
	Materia prima directa	0,00	3.781,16	4.148,68	4.551,94	4.994,38	5.479,84
	Mano de obra directa	0,00	17.259,20	18.936,79	20.777,45	22.797,02	25.012,89
	Mano de obra indirecta	0,00	6.572,20	7.211,02	7.911,93	8.680,97	9.524,76
	Costos indirectos de fabricación	0,00	2.160,00	2.369,95	2.600,31	2.853,06	3.130,38
	Gastos Administrativos	0,00	60.307,09	66.168,94	72.600,56	79.657,33	87.400,02
	Gastos de Ventas	0,00	16.820,40	18.455,34	20.249,20	22.217,42	24.376,96
C	FLUJO OPERACIONAL (A-B)	33.837,94	5.554,96	6.094,90	6.687,32	7.337,33	8.050,52
D	INGRESOS NO OPERACIONALES	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Créditos a contratarse a corto plazo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Otros ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
E	UTILIDAD OPERACIONAL	0,00	6.944,92	8.558,77	8.879,91	9.187,74	9.477,05
	15% UTILIDAD TRABAJADORES	0,00	2.873,76	3.541,56	3.674,45	3.801,82	3.921,54
	UTILIDAD ANTES IMPUESTO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	25% IMPUESTO A LA RENTA	0,00	4.071,16	5.017,21	5.205,47	5.385,91	5.555,51
	Otros egresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F	FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	0,00	-6.944,92	-8.558,77	-8.879,91	-9.187,74	-9.477,05
G	FLUJO NETO GENERADO (C-F)	33.837,94	12.499,88	14.653,67	15.567,24	16.525,07	17.527,57
=	Depreciación		2.875,17	2.875,17	2.875,17	448,50	448,50
+	Depreciación Muebles y enseres		386,50	386,50	386,50	386,50	386,50
+	Depreciación Equipo de Computación		2.426,67	2.426,67	2.426,67	0,00	0,00
+	Depreciación Equipo de Oficina		62,00	62,00	62,00	62,00	62,00
=	amortización		1.441,33	1.441,33	1.441,33	108,00	108,00
+	Gastos de constitución		108,00	108,00	108,00	108,00	108,00
+	Desarrollo de plataforma/ software educativo		1.333,33	1.333,33	1.333,33	0,00	0,00
H	SALDO INICIAL DE CAJA	0,00	4.316,50	4.316,50	4.316,50	556,50	556,50
I	SALDO FINAL DE CAJA (G+H)	-33.837,94	16.816,38	18.970,17	19.883,74	17.081,57	18.084,07

Elaborado por: El Autor

5.7. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio permite que una empresa logre cubrir sus costos al iniciar sus operaciones, se requiere de un nivel de ventas que cubra los costos conocer la cantidad de unidades que se tiene que vender, el nivel de ingresos que cubre los costes fijos y los costes variables. “Es una herramienta estratégica clave a la hora de determinar la solvencia de un negocio y su nivel de rentabilidad.” (Marco Antonio Moreno, 2010, pág. 2) El objetivo es cubrir los costos y obtener beneficios económicos.

Punto de equilibrio en valores monetarios

$$\text{PE \$} = \frac{\text{CF}}{1 - \frac{\text{CV}}{\text{IT}}}$$

$$\text{PE \$} = \frac{\$ 23.831,40}{1 - \frac{\$ 100,00}{\$ 180,00}}$$

$$\text{PE\$} = \frac{23.831,40}{1-0,55555}$$

$$\text{PE \$} = \$ 53.620,65$$

Punto de equilibrio en porcentaje

$$\text{PE \%} = \frac{\text{PE \$}}{\text{IT}} \times 100$$

$$\text{PE \%} = \frac{\$ 24.976,37}{129.600,00} \times 100$$

$$\text{PE \%} = 0.41374$$

$$\text{PE\%} = 41.37\%$$

Punto de equilibrio unitario

$$PE_u = \frac{CF}{PVU - CVU}$$

$$PE_u = \frac{23.831,40}{80,00}$$

$$PE_u = 298$$

Tabla 81. Punto de Equilibrio

Unidades vendidas	Costo Total	Ingreso total
0	23.831,40	-
25	26.331,40	4.500,00
50	28.831,40	9.000,00
75	31.331,40	13.500,00
100	33.831,40	18.000,00
125	36.331,40	22.500,00
150	38.831,40	27.000,00
175	41.331,40	31.500,00
200	43.831,40	36.000,00
225	46.331,40	40.500,00
250	48.831,40	45.000,00
275	51.331,40	49.500,00
300	53.831,40	54.000,00
325	56.331,40	58.500,00
350	58.831,40	63.000,00
375	61.331,40	67.500,00

Elaborado por: El autor

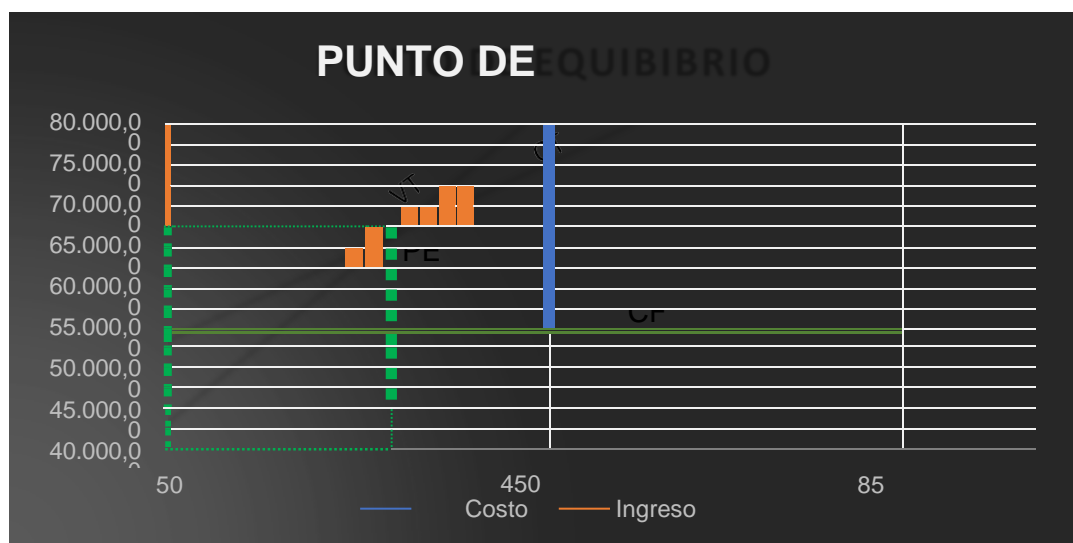


Ilustración 33 Punto de equilibrio

Elaborado por: El autor

5.8. ESTADO DE RESULTADOS

Tabla 82. Estados de resultados

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS

	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Ingresos por ventas	129.600,00	140.901,12	153.187,70	166.545,66	181.068,45
(-)	Costo de ventas	29.772,56	32.666,45	35.841,63	39.325,43	43.147,86
(=)	UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	99.827,45	108.234,67	117.346,07	127.220,23	137.920,58
(-)	Gasto de venta	16.820,40	18.455,34	20.249,20	22.217,42	24.376,96
(=)	UTILIDAD NETA EN VENTAS	83.007,05	89.779,33	97.096,87	105.002,81	113.543,62
(-)	Gastos Administrativos	60.307,09	66.168,94	72.600,56	79.657,33	87.400,02
(=)	UTILIDAD OPERACIONAL	22.699,96	23.610,39	24.496,31	25.345,48	26.143,60
(-)	Gastos Financieros	3.541,56	0,00	0,00	0,00	0,00
(+)	Otros Ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-)	Otros Egresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=)	UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	19.158,40	23.610,39	24.496,31	25.345,48	26.143,60
(-)	15% Participación trabajadores	2.873,76	3.541,56	3.674,45	3.801,82	3.921,54
(=)	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	16.284,64	20.068,83	20.821,87	21.543,65	22.222,06
(-)	Impuesto a la renta 25%	4.071,16	5.017,21	5.205,47	5.385,91	5.555,51
(=)	UTILIDAD O PÉRDIDA DEL EJERCICIO	12.213,48	15.051,63	15.616,40	16.157,74	16.666,54

Elaborado por: El autor

5.9. EVALUACIÓN FINANCIERA

5.9.1. Indicadores

Los indicadores se comprenden como “Un indicador financiero es una relación que se da en cifras con respecto a los estados financieros e informes contables que tiene una empresa para poder reflejar objetivamente la manera en la que se comporta la misma.” (Euston, 2020)

Los indicadores Financieros:

VAN= Valor actual neto

TIR= Tasa interna de retorno

PRI=Periodo de recuperación de la inversión

R C/B= Relación costo Beneficio

5.9.1.1. Tasa mínima aceptable de rendimiento - TMAR

La tasa mínima aceptable de rendimiento en este proyecto se espera obtener un beneficio sobre la inversión considerando el riesgo de inflación, prima de riesgo, tasa pasiva de la inversión.

Inflación promedio del 2019 = 0.80

Tasa pasiva = 0.07%

Prima de riesgo = 9%

Una tasa mínima aceptable de rendimiento de 10%

Tabla 83. Fórmula TMAR

FORMULA	$I + R + tp + (I \times R)$
CALCULO	$0,80\% + 0.07\% + 9\% + (0,80\% \times 9\%)$
TMAR=	10%

Elaborado por: El autor

5.9.1.2. Valor actual neto - VAN

El VAN o Valor Actual Neto, "*se conoce a esta herramienta financiera como la diferencia entre el dinero que entra a la empresa y la cantidad que se invierte en un mismo producto para ver si realmente es un producto (o proyecto) que puede dar beneficios a la empresa*" (Susana María Urbana, 2020), por valor actual neto es la expresión, de los flujos actuales netos de un periodo establecido en un proyecto. Para actualizar esos flujos netos se utiliza una tasa de descuento denominada tasa de expectativa o alternativa/oportunidad, es una medida de la

rentabilidad mínima exigida por el proyecto que permite recuperar la inversión iniciada.

$$VAN = \frac{FCn}{(1+i)^n}$$

FC = Flujo Neto de Efectivo

i = TMAR o tasa mínima aceptable de descuento

n = periodo de tiempo en años

$$VAN = FNEU + \frac{FC1}{(1+i)} + \frac{FC2}{(1+i)^2} + \frac{FC3}{(1+i)^3} + \frac{FC4}{(1+i)^4} + \frac{FC5}{(1+i)^5}$$

Tabla 84. Valor Actual Neto

Descripción	Año 0	Año 1	VAN			
			Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión						
Flujo Neto						
Total	-33.837,94	16.816,38	18.970,17	19.883,74	17.081,57	18.084,07
VAN						\$ 35.195,93

Elaborado por: El autor

Interpretación VAN para este plan de negocios, como inversión inicial se cuenta con la cantidad de \$33.837,94 dólares americanos el valor para esta inversión, según el VAN es de \$ 35.195,93 dólares de tal forma se pueden evidencia que supera a la inversión, por lo tanto, de acuerdo con la formula del VAN el proyecto es viable.

<p>VAN > 0 El proyecto es rentable (es aplicable) VAN < 0 El proyecto no es rentable, descartado VAN= El proyecto no es aconsejable</p>

Ilustración 34 Interpretación del VAN

5.9.1.3. TIR (tasa interna de retorno)

La Tasa Interna de Retorno o TIR nos permite saber si es viable invertir en un determinado negocio, considerando otras opciones de inversión de menor riesgo. La TIR es un porcentaje que mide la viabilidad de un proyecto, determinando la rentabilidad de los cobros y pagos actualizados

generados por una inversión. Se define como la tasa de descuento que iguala el valor presente de los ingresos del proyecto con el valor presente de los egresos.

Tabla 85 Tasa interna de retorno

Tasa Interna de Retorno			
Años		Inversión	
Año	0	(33.837,94)	(33.837,94)
Año	1		16.816,40
Año	2		18.970,20
Año	3		19.883,70
Año	4		17.081,60
Año	5		18.084,10
TIR =			45%

Elaborado por: El autor

Interpretación el proyecto arroja un porcentaje de 45% con un VAN>0 por lo tanto es viable el proyecto que se plantea en este periodo de los 5 años de estudio financiero.

5.9.1.4. Relación beneficio costo

La unidad (ya que los beneficios serán mayores que los costos de inversión), mide el grado de desarrollo y el bienestar del proyecto:

$B/C > 1$ indica que los beneficios superan los costes, por consiguiente, el proyecto debe ser considerado.

$B/C=1$ Aquí no hay ganancias, pues los beneficios son iguales a los costes.

$B/C < 1$, muestra que los costes son mayores que los beneficios, no se debe considerar.

Tabla 86. Relación costo beneficio

Elaborado por: El autor

5.9.1.5. PRI (Periodo de recuperación de la inversión)

El proyecto indica que la inversión se recupera en el tercer año de actividades.

Tabla 87 Periodo de recuperación

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN			
TIEMPO	SALDO INICIAL	FLUJO DE EFECTIVO ACTUALIZADO	SALDO FINAL
0	-33.837,94	-33.837,94	-33.837,94
1	16.816,38	15.305,98	-18.531,95
2	18.970,17	15.715,52	-2.816,44
3	19.883,74	14.992,85	12.176,42
4	17.081,57	11.723,11	23.899,53
5	18.084,07	11.296,40	35.195,93

Elaborado por: El autor

Indicadores de liquidez

Margen de Utilidad= utilidad neta / ingreso del proyecto

Margen de utilidad refleja la capacidad que la empresa tiene para convertir los ingresos que recibirá una vez que se ejecute el proyecto, por lo tanto, permite saber si se está realizando un eficiente control de los costes.

Tabla 88 Indicadores

DATOS VARIABLES	HORIZONTE DE AÑOS	
	AÑO 1	AÑO 2
Rentabilidad del patrimonio	Utilidad neta / Patrimonio	0,22
Margen operacional de utilidad	Utilidad operacional / Ventas netas	0,40
Gastos de adm y ventas	Gastos de adm y ventas / ventas netas	0,20
Margen neto de utilidad	Utilidad neta / Ventas netas	0,15

Elaborado por: El autor

CONCLUSIONES

- Mediante el estudio de mercado enfocado en el análisis cuantitativo y cualitativo determinan que existe la necesidad de este tipo de centros de capacitación especializados en riesgo de crédito en cooperativas de ahorro y crédito en la ciudad de Quito, pudiendo desarrollarse esta idea de negocio; las personas muy aparte si se encuentran en relación de dependencia o no buscan conocer nuevos temas o aumentar sus conocimientos para el mejoramiento de su perfil profesional por lo que esto asegura la factibilidad del proyecto.
- Adecuar a la empresa en insumos, equipos, tecnología y demás hacen ver la importancia que le dan a la empresa y a su visión, el cliente interno y externo debe tener lo necesario para cumplir sus actividades y logren la satisfacción positiva deseada.
- El diseño organizacional para esta empresa cuenta con los cargos necesarios para que la empresa tenga un buen funcionamiento adecuado y aumente las posibilidades de posesionarse en el mercado, se establece las áreas para poder responder de una manera más directa a las necesidades que se presente a los asistentes y más aún a las exigencias cambiantes del mercado.
- La constitución de una empresa en el Ecuador no tiene muchas restricciones y existe varias formas jurídicas para analizar la mejor opción, por lo que en el presente plan de negocios se relaciona bajo la denominación de Responsabilidad Limitada, cumpliendo así los parámetros requeridos para el correcto funcionamiento y legalidad que lo amerita y dar seguridad a los clientes y empleados.
- Se concluye, en la inversión del proyecto la requerida para la ejecución del mismo es de \$ 33.837,94 dólares americanos en los que conforma los activos y capital de trabajo. La estructura de financiamiento de esta empresa es de la siguiente manera Socio A \$20.302,76 dólares y Socio B \$13.535,17 dólares. En cuanto a la evaluación financiera, se ha concluido con un VAN de \$ 35.195,93 dólares de tal forma se pueden evidencia que supera a la inversión, por lo tanto, de acuerdo con la fórmula del proyecto es viable y en la relación costo beneficio en este proyecto de inversión es rentable por lo que por cada dólar invertido genera un beneficio de \$1.68.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda la ejecución del plan de negocios siendo este demostrado mediante el estudio de mercado para contribuir con la sociedad en el mejoramiento laboral y profesional.
- Se sugiere fortalecer el campo digital en la plataforma del centro de capacitación con flexibilidad de horarios permitiendo el acceso a cualquier momento y evitando el uso de libros o material impreso contribuyendo así con el medio ambiente.
- Poner gran importancia en la publicidad de la empresa para la captación de más clientes por distintos medios con la finalidad de conseguir mayores réditos económicos.
- Se recomienda a gerencia relacionarse con toda la empresa y realizar evaluaciones constantes tanto con el personal y los clientes para analizar que las actividades se estén ejecutando con la mayor satisfacción o tomar medidas correctivas.
- Constituir la empresa con todos los requerimientos y permisos necesarios con el fin de garantizar y desarrollar las actividades de forma responsable y legal.
- Se recomienda a los socios evaluar periódicamente los indicadores financieros y operativos del presente plan de negocios, de modo que permita planificar y tomar decisiones necesarias para cumplir con los rendimientos esperados.

Bibliografía

- Thompson, I. (05 de 2006). *Portal de Mercadotecnia*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/oferta/definicion-oferta.html>
- Águeda, E. T. (2013). *Fundamentos de Marketing* (Primera ed.). Madrid: ESIC Editorial.
- Andrade, S. (2005). *Diccionario de Economía* (Tercera ed.). Editorial Andrade.
- Código de Trabajo*. (2012). Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/C%C3%B3digo-de-Trabajo-PDF.pdf>
- Costa, J. (2010). *La Imagen de marca*. barcelona : Book Print Digital.
- EnciclopediaEconómica. (2017). <https://enciclopediaeconomica.com>. Obtenido de <https://enciclopediaeconomica.com/punto-de-equilibrio/>
- Euston. (3 de 08 de 2020). *BING*. Obtenido de BING: <https://www.euston96.com/indicadores-financieros/#Definicion>
- Fullana Belda, C., & Paredes Ortega, J. (2010). *Manual de Contabilidad de costos*. Madrid: delta.
- Guía oficial de trámites del Ecuador*. (2020). Obtenido de <https://www.gob.ec/gaddmq/tramites/inscripcion-registro-actividades-economicas-tributarias-raet-distrito-metropolitano-quito>
- Kaplan, R., y Norton, D. (2008). *The execution premium: integrando la estrategia y las operaciones*. España: Ediciones Deusto.
- Kotler, P. (2008). *Marketing Estratégico*. Málaga: Editorial Vertice. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=r0Skdb18JTIC&pg=PA32&lpg=PA32&dq=la+cuarta+herramienta+del+marketing-mix,+incluye+las+distintas+actividades+que+desarrollan+las+empresas+para+comunicar+los+m%C3%A9ritos+de+sus+productos+y+persuadir+a+su+p%C3%ABlico+ob>
- Marco Antonio Moreno. (23 de 06 de 2010). El Punto de Equilibrio del negocio. *Blog*, pág. 5.
- Mete, M. R. (2014). Mete, M. R. (2014). Valor actual neto y tasa de retorno: su utilidad como herramientas para el análisis y evaluación de proyectos de inversión. *Scielo*.
- Ministerio de Trabajo. (2016). *Orden y limpieza en lugares de trabajo*. Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/anexo/Nota4.pdf>
- Minsal Pérez, D., & Pérez Rodríguez, Y. (2007). *Organización funcional, matricial. En busca de una estructura adecuada para la organización*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352007001000010
- Organización Internacional del Trabajo;. (2017). *HACIA EL DERECHO AL TRABAJO*. 4.
- Pérez Porto, J., & Merino, M. (2009). <https://definicion.de/gasto/>. Obtenido de <https://definicion.de/gasto/>
- Pérez Porto, J., & Merino, M. (2011). *Definicion.de*. Obtenido de <https://definicion.de/mano-de-obra/>
- Pérez Porto, J., & Merino, M. (2012). *Definicion.de*. Obtenido de <https://definicion.de/depreciacion/>

- Porter, M. E. (1982). *Estrategia Competitiva. Técnicas para el Análisis de los sectores industriales y la competencia*. México: Compañía Editorial Continental .
- Quito, M. d. (2020). *Requisitos generación de patente*. Obtenido de <https://www.quito.gob.ec/index.php/municipio/270-preguntas-frecuentes-patente>
- Sapag Chaín, N. (2007). *Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación* (Primera ed.). Naucalpan de Juárez: Pearson Educación de México S.A. de C.V. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=pIS1QnFYt5IC&pg=PP117&dq=depreciacion&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiLldHLgdXrAhWRxVvKkHUVtCqsQ6wEwBXoECAYQAQ#v=onepage&q=depreciacion&f=false>
- SRI. (2020). Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/web/guest/requisitos-sociedades-SUPERCIAS>. (2020). Obtenido de <https://www.supercias.gob.ec/portalConstitucionElectronica/>
- Susana María Urbana. (03 de 08 de 2020). *EconomíaFinanzas*. Obtenido de bing: <https://www.economiafinanzas.com/que-son-van-tir/>
- Wikipedia. (2009). 5S. Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/5S#:~:text=perseverancia%20para%20mantenerlas.-,Clasificaci%C3%B3n%20\(seiri\)%3A%20separar%20innecesarios,disponer%20de%20todo%20lo%20necesario](https://es.wikipedia.org/wiki/5S#:~:text=perseverancia%20para%20mantenerlas.-,Clasificaci%C3%B3n%20(seiri)%3A%20separar%20innecesarios,disponer%20de%20todo%20lo%20necesario).
- www.sri.gob.ec*. (2020). Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/web/guest/requisitos-sociedades>
- www.supercias.gob.ec*. (2008). Obtenido de https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/instructivo_soc.pdf

ANEXOS

ANEXO 1. Formato de entrevista

ENTREVISTA DIRIGIDA AL JEFE DE AGENCIA OFICINA NORTE DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO UNIÓN POPULAR LTDA.



Objetivo: Recolectar información relacionada a la necesidad de brindar capacitaciones en Cooperativas.

Dirigida a: Cooperativas

Tipo de preguntas: Abiertas

Pregunta 1.

Actualmente nos encontramos en un panorama económico difícil por lo que ciertos socios se verán obligados a incumplir con los pagos del o los créditos que mantengan, ¿Qué tan preparados están como cooperativa, ¿qué hacer para recuperar las posibles carteras vencidas?

Pregunta 2.

¿En los últimos días ha observado usted si disminuyó o aumentó las solicitudes de crédito en la cooperativa?

Pregunta 3.

¿Cree usted necesario crear nuevas estrategias para la reducción del riesgo en los créditos en la cooperativa?

Pregunta 4.

Se sabe que, al contratar personal para las distintas áreas de la cooperativa, los postulantes llegan con un perfil satisfactorio de tal manera obtiene el contrato, en un rango del 1 al 5 ¿Qué tan importante es proporcionar capacitaciones al personal después de ser contratado en especial en el área de otorgamiento de crédito?

Pregunta 5.

Al ser positiva su respuesta en cuanto a las capacitaciones ¿Qué facilidades brinda al personal para que pueda asistir a las capacitaciones?

Pregunta 6.

A comentario personal ¿Qué piensa usted sobre la creación de un centro de capacitación en riesgo de crédito en cooperativas?

ANEXO 2. Formato de entrevista



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas
Escuela de Administración de Empresas y Negocios

Instrucciones: Lea detenidamente cada pregunta y marque su respuesta con toda la sinceridad posible, agradecemos su colaboración.

1. ¿Considera usted, que necesita capacitación, para mejorar la interpretación en cuanto a análisis de otorgación de créditos?

- SI ()
- NO ()

Si su respuesta es NO, muchas gracias la encuesta ha finalizado.

Si su respuesta es SÍ, continúe con la siguiente pregunta.

2. ¿Conoce usted o ha formado parte de algún Centro de Capacitación especializado en Riesgo de Crédito?

- SI ()
- NO ()

Cuál: _____

3. ¿Si se implementara un centro de capacitación especializado en Riesgo de Crédito, cuál es la modalidad que le gustaría asistir?

- Cursos ()
- Seminarios ()
- Congresos ()
- Conferencias ()
- Workshop ()

4. ¿Qué días preferiría tomar la capacitación?

- De lunes a viernes ()

- Fines de semana ()

5. ¿En qué horario preferiría asistir a la capacitación?

Mañana () Tarde () Noche ()

6. ¿Ha tenido dificultades para acceder alguna capacitación? ¿De qué Tipo?

- De tiempo ()
- Económico ()
- Otras ()

7. ¿Qué aspectos considera usted, como primordiales y que no se ofrecen en los centros de capacitación que hay en la actualidad?

- Profesionalismo ()
- Equipamiento ()
- Materiales e información actualizada ()
- Facilidades de pago ()

8. ¿A través de qué medio le gustaría recibir información de nuevos cursos de capacitación?

- Periódico ()
- Redes sociales ()
- Televisión ()
- Radio ()

9. ¿Qué es lo que le motivaría a usted volver a recibir otro curso en el mismo centro de capacitación?

- Calidad de enseñanza ()
- Aclararon todas sus interrogantes ()
- Dominio del tema ()
- Cumplió o superó sus expectativas de aprendizaje ()
- Le dieron alternativas de reforzar los temas en un aula virtual ()

10. ¿Además de la capacitación en riesgo crediticio, que otros cursos le gustaría que se oferten en el mismo centro?

- Especialista en análisis de nómina ()
- Asistente contable ()
- Manejo de redes sociales ()
- Tributación ()
- Compras Públicas ()

Muchas gracias por su colaboración.

ANEXO 3.

PLAN DE CAPACITACION ECUA TRAINER

PRESENTACIÓN

El Plan de Capacitación especializada en el sistema de riesgo crediticio, constituye un instrumento que determina las prioridades de capacitación de los colaboradores de las cooperativas de ahorro y crédito.

La capacitación, es un proceso educacional de carácter estratégico aplicado de manera organizada y sistémica, mediante el cual el personal adquiere o desarrolla conocimientos y habilidades específicas relativas al trabajo, y modifica sus actitudes frente a aspectos de la organización, el puesto o el ambiente laboral, la capacitación implica por un lado, una sucesión definida de condiciones y etapas orientadas a lograr la integración del colaborador a su puesto en la organización, el incremento y mantenimiento de su eficiencia, así como su progreso personal y laboral en la empresa.

Y, por otro un conjunto de métodos técnicas y recursos para el desarrollo de los planes y la implantación de acciones específicas de la empresa para su normal desarrollo. En tal sentido la capacitación constituye un factor importante para que el colaborador brinde el mejor aporte en el puesto asignado, ya que es un proceso constante que busca la eficiencia y la mayor productividad en el desarrollo de sus actividades, así mismo contribuye a elevar el rendimiento, la moral y el ingenio creativo del colaborador.

El Plan de Capacitación incluye los colaboradores de la Sede Central y las sucursales que integran la cooperativa, agrupados de acuerdo a las áreas de actividad y con temas puntuales, algunos de ellos recogidos de la sugerencia de los propios colaboradores, identificados en las Fichas de Desempeño Laboral



ACTIVIDAD DE LA EMPRESA

Las cooperativas a las que va enfocado el presente plan de capacitación, son las que se dedican principalmente a la prestación de fondos calificadas como de ahorro y crédito.

I. JUSTIFICACIÓN

El recurso más importante en cualquier organización lo forma el personal implicado en las actividades laborales. Esto es de especial importancia en una organización que presta servicios, en la cual la conducta y rendimiento de los individuos influye directamente en la calidad y optimización de los servicios que se brindan.

Un personal motivado y trabajando en equipo, son los pilares fundamentales en los que las organizaciones exitosas sustentan sus logros. Estos aspectos, además de constituir dos fuerzas internas de gran importancia para que una organización alcance elevados niveles de competitividad, son parte esencial de los fundamentos en que se basan los nuevos enfoques administrativos o gerenciales.

La esencia de una fuerza laboral motivada está en la calidad del trato que recibe en sus relaciones individuales que tiene con los ejecutivos o funcionarios, en la confianza, respeto y consideración que sus jefes les prodigan diariamente. También son importantes el ambiente laboral y la medida en que éste facilita o inhibe el cumplimiento del trabajo de cada persona.

Sin embargo, en la mayoría de organizaciones de nuestro País, ni la motivación, ni el trabajo aportan significativos aportes de la fuerza laboral y por consiguiente el de obtener mayores ganancias y posiciones más competitivas en el mercado.

Tales premisas conducen automáticamente a enfocar inevitablemente el tema de la capacitación como uno de los elementos vertebrales para mantener, modificar o cambiar las actitudes y comportamientos de las personas dentro de las organizaciones, direccionado a la optimización de los servicios de asesoría y consultoría empresarial.

En tal sentido se plantea el presente Plan de Capacitación de Riesgo crediticio para así disminuir las carteras vencidas de las cooperativas y así mejorar en la calidad del servicio al cliente.

II. ALCANCE

El presente plan de capacitación es de aplicación para todo el personal que trabaja en relación del tema crediticio de la empresa.

III. FINES DEL PLAN DE CAPACITACION

Siendo su propósito general impulsar la eficacia organizacional, la capacitación se lleva a cabo para contribuir a:

Elevar el nivel de rendimiento de los colaboradores y, con ello, al incremento de la productividad y rendimiento de la empresa.

- Mejorar la interacción entre los colaboradores y, con ello, a elevar el interés por el aseguramiento de la calidad en el servicio.
- Satisfacer más fácilmente requerimientos futuros de la empresa en materia de personal, sobre la base de la planeación de créditos.
- Generar conductas positivas y mejoras en el clima de trabajo, la productividad y la calidad y, con ello, a elevar la moral de trabajo.
- La compensación indirecta, especialmente entre las administrativas, que tienden a considerar así la paga que asume la empresa para su participación en programas de capacitación.
- Mantener al colaborador al día con la normativa legal vigente acorde al crédito en nuestro país, lo que alienta la iniciativa y la creatividad y ayuda a prevenir la obsolescencia de la fuerza de trabajo.

IV. OBJETIVOS DEL PLAN DE CAPACITACION

a. Objetivos Generales

- Preparar al personal para la ejecución eficiente de sus responsabilidades que asuman en sus puestos.
- Brindar oportunidades de desarrollo personal en los cargos actuales y para otros puestos para los que el colaborador puede ser considerado.
- Modificar actitudes para contribuir a crear un clima de trabajo satisfactorio, incrementar la motivación del trabajador y hacerlo más receptivo a la supervisión y acciones de gestión crediticia.

b. Objetivos Específicos

- Proporcionar orientación e información relativa a los objetivos de la Empresa, su organización, funcionamiento, normas y políticas.

- Proveer conocimientos y desarrollar habilidades que cubran la totalidad de requerimientos para el desempeño del puesto de asesor de crédito.
- Actualizar y ampliar los conocimientos requeridos en áreas especializadas de actividad.
- Contribuir a elevar y mantener un buen nivel de eficiencia individual y rendimiento colectivo.
- Ayudar en la preparación de personal calificado, acorde con los planes, objetivos y requerimientos de la Empresa.
- Apoyar la continuidad y desarrollo institucional.

V. METAS

Capacitar al 100% del personal interesado entre ellos los jefes de agencias, secciones y personal operativo en relación al sistema crediticio.

VI. ESTRATEGIAS

Las estrategias a emplear son:

- Desarrollo de trabajos prácticos que se vienen realizando cotidianamente.
- Presentación de casos casuísticos de su área.
- Realizar talleres.
- Metodología de exposición – diálogo.

VII. TIPOS, MODALIDADES Y NIVELES DE CAPACITACION

a. Tipos de Capacitación

Capacitación Inductiva: Es aquella que se orienta a facilitar la integración del nuevo colaborador, en general como a su ambiente de trabajo, en particular.

Normalmente se desarrolla como parte del proceso de Selección de Personal, pero puede también realizarse previo a esta. En tal caso, se organizan programas de capacitación para postulantes y se selecciona a los que muestran mejor aprovechamiento y mejores condiciones técnicas y de adaptación.

Capacitación Preventiva: Es aquella orientada a prever los cambios que se producen en el personal, toda vez que su desempeño puede variar con los años, sus destrezas pueden deteriorarse y la tecnología hacer obsoletos sus conocimientos.

Esta tiene por objeto la preparación del personal para enfrentar con éxito la adopción de nuevas metodologías de trabajo, nueva tecnología o la utilización de nuevos equipos, llevándose a cabo en estrecha relación al proceso de desarrollo empresarial.

Capacitación Correctiva: Como su nombre lo indica, está orientada a solucionar “problemas de desempeño”. En tal sentido, su fuente original de información es la Evaluación de Desempeño realizada normal mente en la empresa, pero también los estudios de diagnóstico de necesidades dirigidos a identificarlos y determinar cuáles son factibles de solución a través de acciones de capacitación.

Capacitación para el Desarrollo de Carrera: Estas actividades se asemejan a la capacitación preventiva, con la diferencia de que se orientan a facilitar que los colaboradores puedan ocupar una serie de nuevas o diferentes posiciones en la empresa, que impliquen mayores exigencias y responsabilidades. Esta capacitación tiene por objeto mantener o elevar la productividad presente de los colaboradores, a la vez que los prepara para un futuro diferente a la situación actual en el que la empresa puede diversificar sus actividades, cambiar el tipo de puestos y con ello la pericia necesaria para desempeñarlos.

b. Modalidades de Capacitación

Los tipos de capacitación enunciados pueden desarrollarse a través de las siguientes modalidades:

Formación: Su propósito es impartir conocimientos básicos orientados a proporcionar una visión general y amplia con relación al contexto de desenvolvimiento.

Actualización: Se orienta a proporcionar conocimientos y experiencias derivados de recientes avances científico – tecnológicos en una determinada actividad.

Especialización: Se orienta a la profundización y dominio de conocimientos y experiencias o al desarrollo de habilidades, respecto a un área determinada de actividad como la crediticia en las cooperativas.

Perfeccionamiento: Se propone completar, ampliar o desarrollar el nivel de conocimientos y experiencias, a fin de potenciar el desempeño de funciones técnicas, profesionales, directivas o de gestión.

Complementación: Su propósito es reforzar la formación de un colaborador que maneja solo parte de los conocimientos o habilidades demandados por su puesto y requiere alcanzar el nivel que este exige.

c. Niveles de Capacitación

Tanto en los tipos como en las modalidades, la capacitación puede darse en los siguientes niveles:

Nivel Básico: Se orienta a personal que se inicia en el desempeño de una ocupación o área específica en la Empresa. Tiene por objeto proporcionar información, conocimientos y habilidades esenciales requeridos para el desempeño en la ocupación.

Nivel Intermedio: Se orienta al personal que requiere profundizar conocimientos y experiencias en una ocupación determinada o en un aspecto de ella. Su objeto es ampliar conocimientos y perfeccionar habilidades con relación a las exigencias de especialización y mejor desempeño en la ocupación.

Nivel Avanzado: Se orienta a personal que requiere obtener una visión integral y profunda sobre un área de actividad o un campo relacionado con esta. Su objeto es preparar cuadros ocupacionales para el desempeño de tareas de mayor exigencia y responsabilidad dentro de la empresa.

VIII. ACCIONES A DESARROLLAR

Las acciones para el desarrollo del plan de capacitación están respaldadas por los temarios que permitirán a los asistentes a capitalizar los temas, y el esfuerzo realizado que permitirán mejorar la calidad socios captados por los analistas, disminuyendo las carteras vencidas mentalizando a los trabajadores a la prevención no a la corrección.

IX. MATERIALES:

INFRAESTRUCTURA. - Las actividades de capacitación se desarrollarán en ambientes adecuados proporcionados por la gerencia de la empresa.

MOBILIARIO, EQUIPO Y OTROS. - Está conformado por mesas de trabajo, pizarras, esferos, equipo multimedia, ventilación adecuada, entre otros.

DOCUMENTOS TÉCNICO – EDUCATIVO. - entre ellos tenemos: certificados, encuestas de evaluación, material de estudio, etc.

X. FINANCIAMIENTO

El monto de inversión de este plan de capacitación, será financiada con ingresos propios presupuestados de la institución.