



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
INDOAMÉRICA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA DE CAPACITACIÓN DE
LAS ASOCIACIONES AGRÍCOLA PRODUCTIVAS DE LA PROVINCIA
DE IMBABURA**

Trabajo de Titulación previo a la obtención del Título de Ingeniero en
Administración de Empresas y Negocios.

Autor:

Floril Medina Pablo Hernán

Tutor:

M.Sc. Pila Tituaña Alcibar de Jesús

QUITO – ECUADOR

2020

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

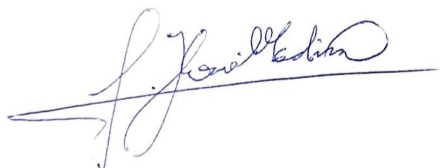
Yo, Pablo Hernán Floril Medina, declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre **“PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA DE CAPACITACIÓN DE LAS ASOCIACIONES AGRÍCOLA PRODUCTIVAS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA”**, como requisito para optar al grado de Ingeniero en Administración de Empresas, y autorizo 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 los 14 días del mes de febrero de 2020, firmo conforme:

Autor: Pablo Hernán Floril Median



Firma:

Número de Cédula: 171384924-6

Dirección: Pichincha, Quito, Cotocollao, La Rumiñahui.

Correo Electrónico: pablofloril28@gmail.com

Teléfono: 0998905482

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA DE CAPACITACIÓN DE LAS ASOCIACIONES AGRÍCOLA PRODUCTIVAS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA” presentado por Pablo Hernán Floril Medina, para optar por el Título de Ingeniero en Administración de Empresas,

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.

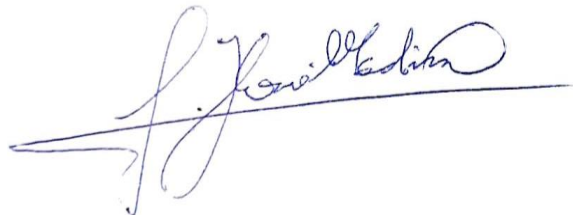
Quito, 14 de febrero del 2020

.....
MSc. Alcibar de Jesús Pila Tituaña

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 en Administración de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, 14 de febrero del 2020

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Pablo Hernán Floril Medina', written over a horizontal line.

.....
Pablo Hernán Floril Medina

171384924-6

APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA DE CAPACITACIÓN DE LAS ASOCIACIONES AGRÍCOLA PRODUCTIVAS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Administración de Empresas, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Quito, 11 de mayo del 2020

.....
Ing. Freddy Bravo, MBA.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

.....
Econ. Mercedes Galárraga, MBA.
VOCAL

.....
Lcda. Verónica Pazmiño, M.Sc.
VOCAL

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación lo dedico a mi Madre Susana Median, a mi Padre Pablo Floril (+), a mi novia María Isabel Salguero, a mi hija Skyla Floril, a mis hermanas Paola y Sonia Floril, a mis hermanos políticos Oswaldo y Marquito, a mis sobrinas Valentina y Danny; por ser mi apoyo, consejeras/os, por estar siempre pendientes y presentes en mi desarrollo personal, profesional y siempre cuidar de mis pasos, por enseñarme a no rendirme y a ser cada día mejor.

Pablo Hernán Floril Medina

AGRADECIMIENTO

Le agradezco a Dios por la vida, por siempre guiarme y poner las personas adecuadas en los momentos precisos de mi vida.

Agradezco a toda mi familia por ser el motor fundamental y mi apoyo constante en lo largo de mi carrera.

El agradecimiento a las Autoridades de la Universidad, mis Profesores, y un agradecimiento muy especial a mi director de tesis M.Sc. Alcibar de Jesús Pila Tituaña, por su apoyo, dirección, enseñanza constante en el desarrollo de mi trabajo fina de tesis.

Dios se los pague.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA	i
AUTORIZACIÓN PARA EL REPOSITORIO DIGITAL	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	iv
APROBACIÓN TRIBUNAL	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xv
ÍNDICE DE IMÁGENES	xvi
RESUMEN EJECUTIVO	xvii
EXCECUTIVE SUMMARY (ABSTRACT)	xviii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	3
1. ÁREA DE MARKETING	3
1.1. OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO	3
1.2. DEFINICIÓN DEL SERVICIO	3
1.2.1. Especificación del Servicio	3
1.2.2. Aspectos Innovadores que proporciona	5
1.3. DEFINICIÓN DEL MERCADO	5
1.3.1. Qué mercado se va a tocar en general	5
1.3.1.1. Categorización de sujetos	6
1.3.1.2. Estudio de Segmentación	7
1.3.1.3. Plan de muestreo	8
1.3.1.4. Instrumentos para recopilar información	9
1.3.1.5. Diseño y recopilación de información	10

1.3.1.5.1. Información de Fuentes Secundarias	10
1.3.1.5.2. Información de Fuentes Primarias.....	12
1.3.1.6. Análisis e Interpretación de los resultados	16
1.3.2. Demanda potencial.....	29
1.4. ANÁLISIS DEL MACRO Y MICRO AMBIENTE.....	31
1.4.1. Análisis del micro ambiente	31
1.4.1.1. Competidores potenciales.....	32
1.4.1.2. Competidores del sector	33
1.4.1.3. Clientes	33
1.4.1.4. Proveedores.....	33
1.4.1.5. Productos sustitutos.....	33
1.4.2. Análisis del macro ambiente.....	34
1.4.2.1. Matriz EFE.....	34
1.4.2.2. Matriz EFI.....	39
1.4.3. Proyección de la Oferta	41
1.5. DEMANDA INSATISFECHA.....	43
1.6. PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD QUE SE REALIZARÁ.....	44
1.6.1. Nombre del emprendimiento	45
1.6.2. Plan de Medios.....	46
1.6.2.1. Objetivo	46
1.6.2.2. Target.....	46
1.6.2.3. Estrategia	46
1.6.2.4. Presupuesto	48
1.6.2.5. Cronograma.....	49
1.7. SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN A UTILIZAR.....	49
1.8. SEGUIMIENTO DE CLIENTES.....	50
1.9. ESPECIFICAR MERCADOS ALTERNATIVOS	51
CAPÍTULO II.....	52
2. ÁREA DE PRODUCCIÓN.....	52
2.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE PRODUCCIÓN	52

2.2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.....	52
2.2.1. Descripción de proceso de transformación del servicio	52
2.2.2. Descripción de instalaciones, equipos y personas	59
2.2.3. Tecnología a aplicar	62
2.3. FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES	63
2.3.1. Ritmo de producción	63
2.3.2. Nivel de inventario promedio	66
2.3.3. Número de trabajadores.....	67
2.4. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	67
2.4.1. Capacidad de producción futura	67
2.5. DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN	68
2.5.1. Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar	68
2.6. CALIDAD	69
2.6.1. Método de control de calidad.....	69
2.7. NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN	70
2.7.1. Seguridad e higiene ocupacional.....	70
 CAPÍTULO III	 72
3. ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN	72
 3.1. OBJETIVO DEL ESTUDIO DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN.....	 72
3.2. ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS.....	72
3.2.1. Visión de la Empresa.....	72
3.2.2. Misión de la Empresa	72
3.2.3. Objetivos y estrategias.....	73
3.3. ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA	77
3.3.1. Organización Interna	77
3.3.2. Descripción del puesto	78
3.4. CONTROL DE GESTIÓN.....	81
3.4.1. Indicadores de gestión	81

3.5. NECESIDADES DE PERSONAL	82
CAPÍTULO IV	83
4. ÁREA JURÍDICA LEGAL	83
4.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO JURÍDICO LEGAL	83
4.2. Determinación de la forma jurídica	83
4.3. Patentes y marcas	85
4.4. Licencias necesarias para funcionar y documentos legales.....	89
CAPÍTULO V	91
5. ÁREA FINANCIERA	91
5.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE FINANCIERO.....	91
5.2. PLAN DE INVERSIONES	91
5.3. PLAN DE FINANCIAMIENTO	93
5.4. CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS.....	94
5.5. CÁLCULO DE INGRESO.....	103
5.6. Flujo de Caja.....	106
5.7. Punto de equilibrio	107
5.8. Estado de Resultados proyectado.....	109
5.9. Evaluación financiera.....	111
BIBLIOGRAFÍA	115
ANEXOS	118

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla No. 1: Características del servicio	4
Tabla No. 2: Categorización de sujetos	6
Tabla No. 3: Dimensión Conductual	7
Tabla No. 4: Dimensión Geográfica	7
Tabla No. 5: Dimensión Demográfica.....	8
Tabla No. 6: Métodos de recolección.....	9
Tabla No. 7: Empresas/Organizaciones servicios similares.....	10
Tabla No. 8: Equipos y bienes	11
Tabla No. 9: Importancia de la capacitación.....	16
Tabla No. 10: Calidad de vida de usted y su familia	17
Tabla No. 11: Importancia de la capacitación para del desarrollo y fortalecimiento	18
Tabla No. 12: Capacitación de alguna organización	19
Tabla No. 13: Pago por la capacitación	20
Tabla No. 14: Última vez que se capacitó	21
Tabla No. 15: Asistir a un programa de capacitación.....	22
Tabla No. 16: Temas que le gustaría	23
Tabla No. 17: Financiamiento de capacitaciones.....	24
Tabla No. 18: Frecuencia de capacitación para el fortalecimiento organizacional	25
Tabla No. 19: ¿Los valores que usted ha pagado por capacitarse han sido?.....	26
Tabla No. 20: ¿Se encuentra en algún programa de capacitación?	27
Tabla No. 21: ¿Conoce de algún centro de capacitación?	28
Tabla No. 22: Tasa de crecimiento Imbabura	29
Tabla No. 23: Tipos de demanda	30
Tabla No. 24: Proyección de la demanda	30
Tabla No. 25: Análisis PEST.....	35
Tabla No. 26: Matriz EFE.....	37
Tabla No. 27: Matriz EFI.....	40
Tabla No. 28: Empresas de capacitación.....	41
Tabla No. 29: Proyección de la oferta	42

Tabla No. 30: Demanda Insatisfecha.....	43
Tabla No. 31: Presupuesto Plan de Medios.....	48
Tabla No. 32: Cronograma Plan de Medios.....	49
Tabla No. 33: Mercados alternativos.....	51
Tabla No. 34: Equipos de computación.....	60
Tabla No. 35: Muebles y enseres.....	60
Tabla No. 36: Maquinaria y equipo.....	60
Tabla No. 37: Personal.....	61
Tabla No. 38: Tiempos por curso.....	62
Tabla No. 39: Tecnología.....	62
Tabla No. 40: Ritmo de producción capacitador.....	64
Tabla No. 41: Ritmo de producción Asistente Administrativo.....	64
Tabla No. 42: Tiempo promedio Asistente Administrativo.....	65
Tabla No. 43: Personas que desean tomar los cursos.....	65
Tabla No. 44: Ritmo de trabajo mensual promedio.....	66
Tabla No. 45: Inventario promedio.....	66
Tabla No. 46: Trabajadores.....	67
Tabla No. 47: Capacidad de producción mensual.....	67
Tabla No. 48: Capacidad de producción futura.....	68
Tabla No. 49: Materia primas y sustitutos.....	68
Tabla No. 50: Factores que retrasan la producción.....	69
Tabla No. 51: Matriz F.O.D.A.....	73
Tabla No. 52: Descripción del Puesto – Administrador/Capacitador.....	79
Tabla No. 53: Descripción del Puesto – Asistente Administrativo.....	80
Tabla No. 54: Indicadores de gestión.....	81
Tabla No. 55: Necesidad de personal.....	82
Tabla No. 56: Proceso de Constitución de Compañías de Responsabilidad Limitada.....	83
Tabla No. 57: Patentes Personas Naturales.....	86
Tabla No. 58: Patentes Personas Jurídicas.....	86
Tabla No. 59: Requisitos para las marcas.....	87
Tabla No. 60: Registro Único de Contribuyente RUC.....	89

Tabla No. 61: Registro Mercantil	89
Tabla No. 62: Patente Municipal	89
Tabla No. 63: Permiso de funcionamiento	90
Tabla No. 64: Tabla de inversión y financiamiento	92
Tabla No. 65: Inversión.....	93
Tabla No. 66: Plan de financiamiento.....	93
Tabla No. 67: Detalle de costos.....	94
Tabla No. 68: Proyección de costos.....	96
Tabla No. 69: Detalle de gastos.....	97
Tabla No. 70: Proyección de gastos.....	99
Tabla No. 71: Mano de obra.....	101
Tabla No. 72: Depreciación.....	102
Tabla No. 73: Proyección de la depreciación.....	103
Tabla No. 74: Cálculo de ingreso	104
Tabla No. 75: Proyección de ingresos	105
Tabla No. 76: Flujo de Caja	106
Tabla No. 77: Estado de Resultados proyectado	110
Tabla No. 78: TMAR	111
Tabla No. 79: Cálculo del VAN	112
Tabla No. 80: Cálculo de la TIR.....	113
Tabla No. 81: Beneficio costo	113
Tabla No. 82: Período de recuperación.....	114

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico No. 1: Importancia de la capacitación.....	16
Gráfico No. 2: Calidad de vida de usted y su familia	17
Gráfico No. 3: Importancia de la capacitación para del desarrollo y fortalecimiento	18
Gráfico No. 4: Capacitación de alguna organización	19
Gráfico No. 5: Pago por la capacitación	20
Gráfico No. 6: Última vez que se capacitó	21
Gráfico No. 7: Asistir a un programa de capacitación.....	22
Gráfico No. 8: Temas que le gustaría	23
Gráfico No. 9: Financiamiento de capacitaciones	24
Gráfico No. 10: Frecuencia de capacitación para el fortalecimiento organizacional.....	25
Gráfico No. 11: ¿Los valores que usted ha pagado por capacitarse han sido?.....	26
Gráfico No. 12: ¿Se encuentra en algún programa de capacitación?	27
Gráfico No. 13: ¿Conoce de algún centro de capacitación?	28
Gráfico No. 14: Proyección de la demanda	31
Gráfico No. 15: Cinco fuerzas de Porter	32
Gráfico No. 16: Proyección de la oferta	43
Gráfico No. 17: Demanda Insatisfecha	44
Gráfico No. 18: Mapa de procesos.....	55
Gráfico No. 19: Flujograma general de la Empresa CEDECOPAE.....	56
Gráfico No. 20: Flujograma de capacitación	57
Gráfico No. 21: Flujograma de facturación	58
Gráfico No. 22: Diagrama de Pareto	70
Gráfico No. 23: Matriz de objetivos estratégicos.....	76
Gráfico No. 24: Organización estructural.....	77
Gráfico No. 25: Organización funcional	78
Gráfico No. 26: Punto de Equilibrio	109

ÍNDICE DE IMÁGENES

	Pág.
Imagen No. 1: Ubicación.....	4
Imagen No. 2: Logotipo.....	45
Imagen No. 3: Presencia en ferias.....	47
Imagen No. 4: Mercados alternativos.....	47
Imagen No. 5: Ficha seguimiento cliente.....	50
Imagen No. 6: Instalaciones.....	59

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

TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA DE CAPACITACIÓN DE LAS ASOCIACIONES AGRÍCOLA PRODUCTIVAS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA

AUTOR: Pablo Hernán Floril Medina

TUTOR: MSc. Alcibar de Jesús Pila Tituaña

RESUMEN EJECUTIVO

En el presente Plan de Negocios para una Empresa de Capacitación de las Asociaciones Agrícola Productivas de la Provincia de Imbabura; exactamente en la parroquia Angochagua, lugar en donde se concentran grupos sociales de producción agrícola con una gran riqueza en producción agropecuaria. Existe el problema, que al no tener una organización dentro de estas comunidades campesinas, buscan un direccionamiento profesional para el desarrollo organizacional en la producción de sus tierras, quienes han comercializado sus productos agrícolas de manera empírica; y hoy en día surge la necesidad de mejorar sus ingresos al momento de comercializar sus productos, logrando así una mejor calidad de vida para ellos, sus familias y sus comunidades. Se ha puesto en marcha un estudio dentro de este mercado en donde se aplicaron 329 encuestas a las personas campesinas pertenecientes a las asociaciones agroproductivas en la parroquia Angochagua en la provincia de Imbabura; obteniendo el 65% de aceptación positiva al presente proyecto; comunidad campesina que está dispuesta a capacitarse para enriquecer sus conocimientos, mejorar sus ingresos económicos, y tener una mejor calidad de vida. Es así que se desarrolla el planteamiento de los cursos a recibir, la duración, los costos; se plantea una estructura organizacional, una base legal para sustentar la creación y puesta en marcha del proyecto en mención, y la viabilidad financiera que garantiza a futuro la estabilidad, crecimiento y expansión de la microempresa. En conclusión la inversión inicial para este proyecto es de \$13.429,31; cuyos indicadores financieros señalan que, se tiene un VAN de \$ 16.548,57; mientras que el TIR calculado es de 49%; lo que es superior al TMAR de 10,01% para este proyecto, tiene un horizonte de 5 años, y su período de recuperación es de 1 año, 9 meses, 18 días; lo que indica que el proyecto es factible y viable.

DESCRIPTORES: Asociaciones, Agrícolas, Crecimiento, Campesinos, Capacitación, Fortalecimiento, Organizacional, Plan

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CAREER BUSINESS ADMINISTRATION

THEME: BUSINESS PLAN FOR A TRAINING COMPANY OF THE AGRICULTURAL PRODUCTION ASSOCIATIONS OF THE PROVINCE OF IMBABURA

AUTHOR: Pablo Hernán Floril Medina
TUTOR: MSc. Alcibar de Jesús Pila Tituaña

EXCECUTIVE SUMMARY (ABSTRACT)

In this Business Plan for a Training Company of the Productive Agricultural Associations of the Province of Imbabura; exactly in the Angochagua parish, where social agricultural production groups with great wealth of agricultural production are concentrated. There's the problem, that by not having an organization within these peasant communities, they seek a professional address for organizational development in the production of their lands, who have marketed their agricultural products empirically; and today the need arises to improve their income when marketing their products, thus achieving a better quality of life for them, their families and their communities. A study has been launched within this market where 329 surveys were applied to peasants belonging to agro-productive associations in the Angochagua parish in Imbabura province; obtaining 65% positive acceptance to this project; peasant community that is willing to train to enrich their knowledge, improve their economic income, and have a better quality of life. Thus, the approach of the courses to be received, the duration, the costs is developed; an organizational structure is proposed, a legal basis to support the creation and implementation of the project in mention, and the financial viability that guarantees in the future the stability, growth and expansion of the micro-enterprise. In conclusion the initial investment for this project is \$13,429.31; whose financial indicators indicate that, you have a VAN of \$16,548.57; while the calculated TIR is 49%; which is higher than the TMAR of 10.01% for this project, has a horizon of 5 years, and its recovery period is 1 year, 9 months, 18 days; indicating that the project is feasible and feasible.

Keywords: Associations, Agricultural, Growth, Peasants, Training, Strengthening, Organizational, Plan

FIRMA Y SELLO DEPARTAMENTO DE IDIOMAS

INTRODUCCIÓN

La capacitación es la acción de educar, instruir, entrenar, formar, mediante el conjunto de actividades, en un corto plazo, orientadas a ampliar los conocimientos y desarrollar habilidades y aptitudes de las personas, empleando técnicas especializadas y planificadas, con el fin de cumplir los objetivos trazados ya sea dentro de la organización o dentro de la vida personal.

La capacitación es muy importante dentro de la vida de los seres humanos ya que permite enriquecer los conocimientos, brinda más seguridad, da paso al crecimiento profesional y personal dentro de las organizaciones, permite solucionar problemas, y sobre todo crea líderes.

En el capítulo uno, se hará un estudio de marketing en el cual se identificará una serie de datos poblacionales, con resultado estadísticos, para obtener indicadores que permitan establecer estrategias adecuadas para la puesta en marcha del presente plan de negocios.

Dentro del capítulo dos, se realizará un levantamiento de información para determinar los procesos, capacidad instalada de equipos, tecnología, talento humano, para determinar la producción actual y a futuro del servicio a ser brindado.

El capítulo tres, permite hacer un estudio más amplio de la estructura organizacional de la empresa, que permita el correcto funcionamiento del servicio que se brindará a las asociaciones agroproductivas.

El capítulo cuatro, permite determinar la sustentabilidad legal para el buen funcionamiento del negocio. Y finalmente el capítulo cinco, permite hacer un análisis mucho más profundo, consolidando toda la información durante la investigación y sustentación de herramientas científicas, históricas para determinar ciertos cálculos y así sustentar de la mejor manera el trabajo, y determinar la viabilidad de la empresa.

Objetivo General

Desarrollar el plan de negocios, que permita el normal desarrollo de la empresa, para la capacitación en temas de marketing, contabilidad, tributación, administración, aplicando técnicas financieras.

Objetivos Específicos

- Diseñar las estrategias de marketing, para que la empresa ingrese al mercado mediante la aplicación de estrategias.
- Determinar el levantamiento de los procesos, mediante la capacidad instalada de equipos, tecnología, recursos materiales, talento humano, para obtener la producción presente y futura del servicio.
- Elaborar un estudio técnico administrativo dentro de la organización que gestione y garantice el correcto funcionamiento de la empresa de capacitación para el fortalecimiento organizacional de las asociaciones agroproductivas.
- Determinar las bases jurídicas legales, que sustenten la viabilidad y puesta en marcha de este tipo de empresas de capacitación para el desarrollo organizacional de las asociaciones agroproductivas.
- Analizar la viabilidad económica – financiera que oriente hacia la creación de esta empresa de capacitación.

CAPÍTULO I

1. ÁREA DE MARKETING

1.1. OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO

Diseñar las estrategias de marketing, para que la empresa ingrese al mercado mediante la aplicación de estrategias.

1.2. DEFINICIÓN DEL SERVICIO

La capacitación para las asociaciones agroproductivas en la provincia de Imbabura en la parroquia de Angochagua, van a consistir en varios programas de capacitación enfocados en temas como marketing, contabilidad, tributario, financiero, con el objetivo de mejorar el sistema organizacional y mejorar la calidad de vida de sus integrantes.

1.2.1. Especificación del Servicio

Las capacitaciones van a ser dictadas en la junta parroquial, casa comunal, o escuela de Angochagua, siempre y cuando sea planificada la reserva del espacio físico para dictarlas, se utilizarán equipos como computadores portátiles, infocus, punteros laser, parlantes, y materiales de apoyo como pizarra de tiza líquida, papelógrafos, libretas de apuntes, lápices, etc., con el fin de cumplir las capacitaciones de manera óptima, cómoda y brindar el mejor servicio a los integrantes de las asociaciones agroproductivas.

Tabla No. 1: Características del servicio

Características	Beneficios
Orientación al servicio	Fortalecimiento de capacidades individuales
Optimización de recursos	Desarrollo de capacidades y habilidades de las personas
Orientación a los resultados	Incremento del desempeño productivo de las personas
Fomento del servicio al cliente	Mejor relación productor – consumidor final, en la prestación de servicios
Mejora continua	Mejoramiento de la calidad de vida de las personas capacitadas

Fuente: Observación de campo

Elaborado por: El Autor

En la tabla No. 1 se puede observar las características con relación al beneficio que va a obtener el productor agricultor, para lograr el fortalecimiento organizacional desde el inicio del sembrío, cosecha, comercialización y principalmente obtendrán una mejor calidad de vida.

La empresa de capacitación, orientada al fortalecimiento organizacional en las asociaciones agro-productivas de la provincia de Imbabura, se encontrará ubicada en la parroquia de Angochagua, calles Alonso de Angulo y Cuscus.

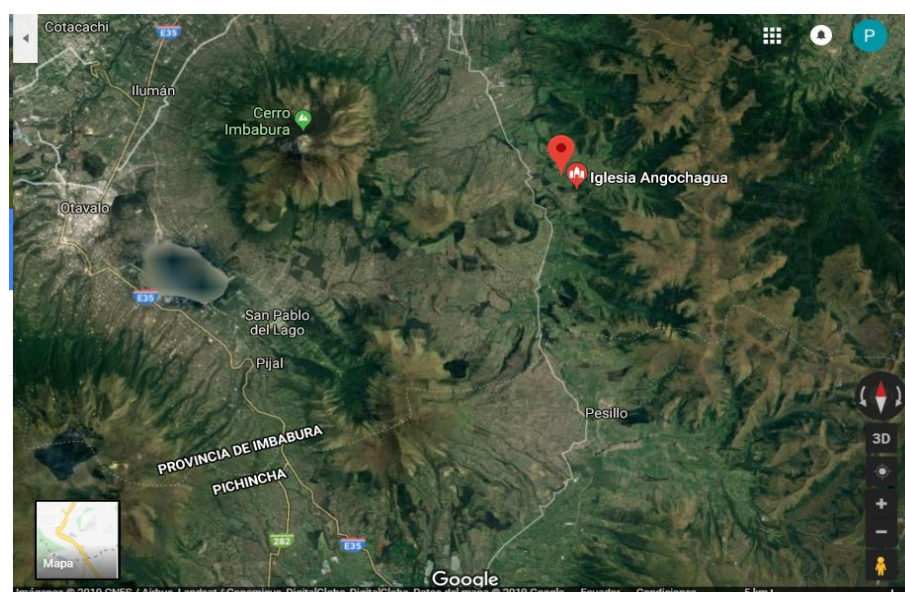


Imagen No. 1: Ubicación

Fuente: Google Maps 2020

Elaborado por: El Autor

1.2.2. Aspectos Innovadores que proporciona

Lo innovador del presente Plan de Negocios, es poner en marcha una serie de programas de capacitación, enfocados en las asociaciones agro-productoras, buscando el fortalecimiento organizacional, con el fin de orientar y mejorar la calidad de vida de las familias agricultoras en la provincia de Imbabura.

1.3. DEFINICIÓN DEL MERCADO

“Un mercado es un grupo de compradores y vendedores de un determinado bien o servicio. Los compradores determinan conjuntamente la demanda del producto, y los vendedores la oferta.” (Mankiw, 2012)

El mercado es donde confluye la oferta y la demanda. En un sentido menos amplio, el mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto. Por ejemplo: El mercado de los autos está formado no solamente por aquellos que poseen un automóvil sino también por quienes estarían dispuestos a comprarlo y disponen de los medios para pagar su precio. (Bonta, 2003)

El mercado es el lugar donde compradores y vendedores interactúan, con el objetivo de satisfacer una necesidad tanto los unos como los otros, para esto es necesario tener un bien o servicio a ser negociado; en el caso presente está constituido por los agro-productores, que necesitan capacitación.

1.3.1. Qué mercado se va a tocar en general

Es relevante, para las asociaciones agro-productoras en la provincia de Imbabura, específicamente en la Parroquia de Angochagua, en la actualidad el gobierno nacional a través de los GAD Provinciales, Ministerios relacionados al agro, y Consejos Provinciales; brindan capacitaciones a los agricultores con el propósito de cumplir sus planes anuales, las características de los consumidores de este servicio son familias campesinas, que se dedican a la agricultura, y a asociaciones agro-productoras.

En su mayoría son mujeres, ya que los hombres como sustento de familia, salen a las grandes ciudades o fuera del país en busca de mejores oportunidades; también se puede evidenciar que los jóvenes a partir de los 18 años en adelante incursionan en actividades agrícolas para ofrecer un sustento a sus familias, por esta razón se crea la necesidad de capacitar inicialmente a las personas de este sector, con el fin del fortalecimiento organizacional de las asociaciones agro-productoras, y así mejorar la calidad de vida de las familias campesinas, el estilo de vida de estas familias campesinas es muy humilde y sencillo, buscando el sustento diario a través de actividades de agricultura; dentro de sus principios y valores tenemos un alto espíritu de trabajo, honradez, y sencillez. Virtudes que los hacen personas muy valiosas para la sociedad.

1.3.1.1. Categorización de sujetos

La empresa de capacitación mantendrá relación directa con las asociaciones agro-productoras, buscando fortalecerlas organizacionalmente, en busca de una mejora continua, por medio de los planes de capacitación.

Tabla No. 2: Categorización de sujetos

Categoría	Sujeto
¿Quién compra?	Familias campesinas y trabajadores campesinos
¿Quién usa?	Asociaciones agro-productoras y empleados
¿Quién decide?	Asociaciones agro-productoras y trabajadores campesinos
¿Qué influye?	Familias campesinas, sociedad en general

Fuente: Observación directa

Elaborado por: El Autor

1.3.1.2. Estudio de Segmentación

Se encuentra dirigido a las distintas asociaciones agro-productoras, en busca del fortalecimiento organizacional y el mejoramiento de su calidad de vida del sector de Angochagua.

Tabla No. 3: Dimensión Conductual

Variable	Descripción
Tipo de necesidad	Social – Fortalecimiento organizacional
Tipo de compra	Comparación
Relación con la marca	Si
Actitud frente al producto	Positiva

Fuente: Observación directa

Elaborado por: El Autor

La empresa de capacitación se establecerá en la parroquia de Angochagua, en la provincia de Imbabura, estableciendo el mercado objetivo.

Tabla No. 4: Dimensión Geográfica

Variable	Descripción	Población
País	Ecuador	17'096.789
Provincia	Imbabura	470.129
Cantón	Ibarra	213.861
Parroquia	Angochagua	3.852

Fuente: INEC Proyecciones Poblacionales

Elaborado por: El Autor

El mercado objetivo del presente Plan de Negocios, son las personas campesinas pertenecientes a las asociaciones agro-productoras de la provincia de Imbabura, en la parroquia de Angochagua, hombres y mujeres, en edades comprendidas desde los 15 hasta los 60 años de edad, pertenecientes a familias campesinas.

Tabla No. 5: Dimensión Demográfica

Variable	Descripción
Edad	De 15 a 60 años
Sexo	Indistinto
Población Provincia Imbabura (15 a 60 años)	279.996
Población Parroquia Angochagua (15 a 60 años)	2.294

Fuente: INEC Proyecciones poblacionales

Elaborado por: El Autor

1.3.1.3. Plan de muestreo

Basados en datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, se toma la población de la parroquia Angochagua de una edad comprendida de 15 a 60 años, la cual en su mayoría son familias campesinas, obteniendo un resultado total de 2.294 habitantes.

Con estos datos se identifica una población finita, siendo así que se determinará el universo de personas a ser investigadas aplicando la formula correspondiente de la siguiente manera:

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

n = Tamaño	= ?
Z = Nivel de Confianza 95%	= 1,96
P = Probabilidad de Ocurrencia 50%	= 0,50
Q = Probabilidad de No Ocurrencia 50%	= 0,50
N = Población universo	= 2.294 hab.
e = Error de la muestra 5%	= 0,05

$$n = \frac{1,96^2 * 0,50 * 0,50 * 2294}{1,96^2 * 0,50 * 0,50 + 2294 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{3,84 (0,25) (2294)}{3,84 (0,25) + 2294 (0,0025)}$$

$$n = \frac{3.84(573.5)}{0.96 + 5.74}$$

$$n = \frac{2202.24}{6.70}$$

n = 329 encuestas

1.3.1.4. Instrumentos para recopilar información

Tabla No. 6: Métodos de recolección

Objetivo Específico: Determinar mediante información histórica la factibilidad para la posible puesta en marcha del presente plan de negocio.

Necesidades de información	Tipo de información	Fuente	Instrumentos
Costos de programas de capacitación	Secundaria	Otras organizaciones	Base de datos de las organizaciones
Capacidad instalada para este tipo de negocio de capacitación	Secundaria	Proveedores	Información de organizaciones
Personal capacitado para este tipo de actividades de capacitación	Secundaria	Empresa de capacitación	Históricos de base de datos

Objetivo estratégico: Reunir la información suficiente, relacionada al presente plan de negocios, para determinar su viabilidad.

Necesidades de información	Tipo de información	Fuente	Instrumentos
Evaluar las preferencias de los clientes	Primarias	Campesinos agro-productores	Encuestas/cuestionarios
Determinar el mercado potencial	Secundaria	Gobiernos Autónomos Descentralizados GAD, Ministerio de Agricultura y Ganadería MAG	Base de datos
Factores críticos para el sector	Secundaria	Asociaciones agro-productivas	Banco de datos de organizaciones

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

1.3.1.5. Diseño y recopilación de información

1.3.1.5.1. Información de Fuentes Secundarias

Empresas y/u organizaciones, que prestan servicios similares, que podría ser considerados como competencia:

Tabla No. 7: Empresas/Organizaciones servicios similares

Descripción	Ubicación	Servicio
Ministerio de agricultura y Ganadería MAG	Imbabura	Talleres de capacitación para el sector agrícola
Gobiernos Autónomos Descentralizados GAD	Imbabura	Talleres de capacitación para el sector agrícola





Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

Listado de equipos y bienes de apoyo, que se utilizan para brindar este tipo de servicios, se los detalla a continuación:

Tabla No. 8: Equipos y bienes

Descripción	Equipos/Bienes
<p>Computador portátil: Para desarrollar actividades y preparar el material para capacitaciones.</p>	
<p>Impresora multifunción: Para imprimir el material para las capacitaciones, y para uso dentro de la oficina.</p>	
<p>Disco duro externo 4 Tb: Para almacenar la información de los programas de capacitación y demás información importante.</p>	
<p>Proyector.- Para reproducir las presentaciones y compartir el material con los capacitados.</p>	
<p>Altoparlante con trípode.- Para amplificar las charlas y llegar a todos los asistentes.</p>	
<p>Pizarra de tiza líquida con sus complementarios: Se emplearán este tipo de bienes para explicar en las capacitaciones o desarrollar ejercicios prácticos para los capacitados.</p>	
<p>Libretas, esferos, lápices: Útiles de oficina para facilitar el desempeño de los capacitados.</p>	

<p>Computador de escritorio: Para uso en la oficina, área administrativa financiera.</p>	
<p>Mesa de escritorio: Para uso en la oficina.</p>	
<p>Silla de escritorio: Para uso en la oficina.</p>	
<p>Archivador: Para guardar el archivo activo y pasivo.</p>	

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

1.3.1.5.2. Información de Fuentes Primarias

Como fuente de información primaria se empleará la técnica de la encuesta, aplicada en un cuestionario para determinar las preferencias que tienen los pobladores de la Parroquia Angochagua, en la provincia de Imbabura, en base al cálculo de la muestra se obtuvieron 329 encuestas dirigidas a la población campesina de este sector. A continuación, se evidencia el cuestionario aplicado al estudio de mercado:



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES
INVESTIGACIÓN DE MERCADO

OBJETIVO: Establecer programas de capacitación para el fortalecimiento organizacional de las asociaciones agro-productivas.

1. INFORMACIÓN GENERAL

Nombres y Apellidos:

Dirección:

Teléfono:

Género: M

Edad:

Ocupación:

F

1. ¿Es importante la capacitación para usted?

SI ___ NO ___

2. ¿Desearía mejorar la calidad de vida para usted y su familia?

SI ___ NO ___

3. ¿Qué tan importante es para usted la capacitación, dedicada al desarrollo y fortalecimiento del agro?

___ No es importante

___ Poco importante

___ Neutral

___ Importante

___ Muy Importante

4. ¿Ha recibido capacitación de alguna organización?

SI ___ NO ___

¿CUÁL? _____

5. ¿Cuánto pagó por la capacitación?

- \$ 0 - \$ 30
- \$ 31 - \$ 60
- \$ 61 - \$ 90

6. ¿Cuándo fue la última vez que se capacitó?

- Hace 1 mes
- Hace 3 meses
- Hace 6 meses
- Hace 12 meses
- Más de 12 meses

7. Estaría dispuesta/o a asistir a un programa de capacitación, que fortalezca el sistema organizacional de su negocio?

SI NO

8. ¿En qué temas le gustaría capacitarse?

- Contabilidad
- Administración
- Marketing
- Sistema Organizacional
- Producción
- Emprendimiento

9. ¿Cómo financia sus capacitaciones?

- Recursos propios
- Recursos de las asociaciones agro-productoras
- Recursos públicos

Otros: _____

10. ¿Con qué frecuencia le gustaría recibir capacitaciones correspondientes al fortalecimiento y desarrollo organizacional de tu negocio?

- Una vez al mes
- Dos veces al mes
- Tres veces al mes
- Más de cuatro veces al mes

11. ¿Los valores que usted ha pagado por capacitarse han sido?

- Altos
- Medios
- Bajos

12. Se encuentra en algún programa de capacitación actualmente?

SI NO

¿Con Quién? _____

13. ¿Conoce de algún centro que de capacitaciones?

SI NO

Mencione: _____

1.3.1.6. Análisis e Interpretación de los resultados

Pregunta 1: ¿Es importante la capacitación para usted?

Tabla No. 9: Importancia de la capacitación

Opciones	Frecuencia	%
Si	266	81
No	63	19
Total	329	100

Fuente: Encuesta a consumidores

Elaborado por: El Autor

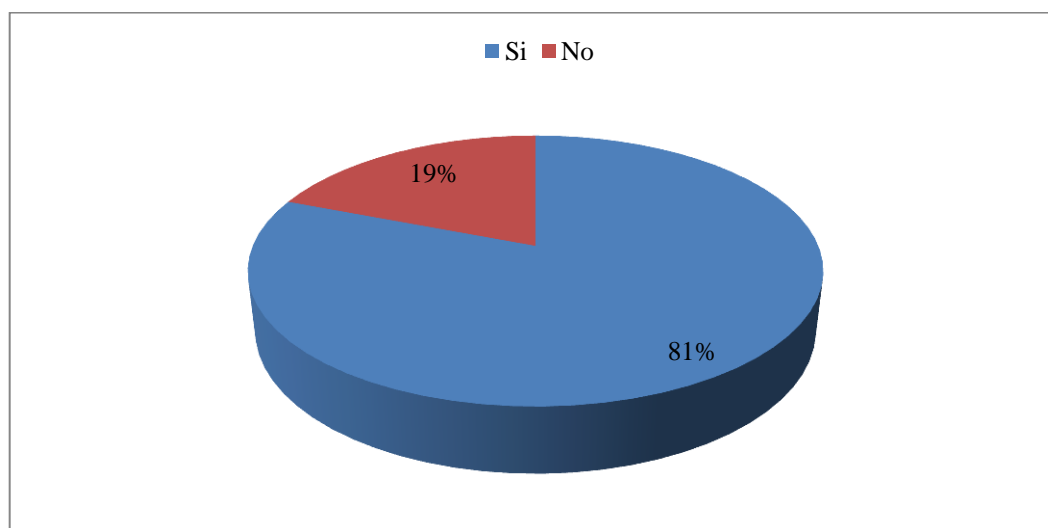


Gráfico No. 1: Importancia de la capacitación

Fuente: Encuesta a consumidores

Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación

Como se puede evidenciar en el gráfico No. 02 el 81% de las personas encuestadas señalan que es importante capacitarse; y el 19% de las personas encuestadas cree que no es importante.

La mayoría de las personas encuestadas, piensan que capacitarse es importante para el fortalecimiento de sus organizaciones; y un porcentaje minoritario señala que para ellos no es importante, por tal razón la idea de negocio es viable.

Pregunta 2: ¿Desearía mejorar la calidad de vida para usted y su familia?

Tabla No. 10: Calidad de vida de usted y su familia

Opciones	Frecuencia	%
Si	250	76
No	79	24
Total	329	100

Fuente: Encuesta a consumidores

Elaborado por: El Autor

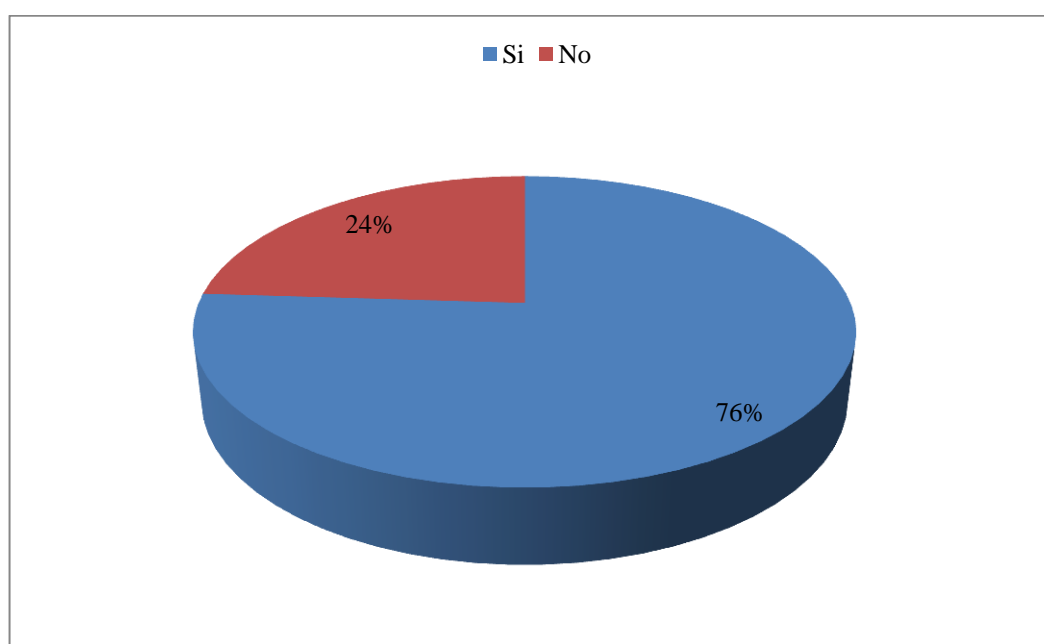


Gráfico No. 2: Calidad de vida de usted y su familia

Fuente: Encuesta a consumidores

Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación

Como se puede evidenciar en el gráfico No. 03 el 73% de las personas encuestadas sí desean mejorar su calidad de vida; y el 27% de las personas encuestadas se encuentran bien con lo que tienen.

La mayoría de las personas encuestadas, sí les gustaría cambiar su estilo de vida para ellos y sus familias; y un porcentaje minoritario señala que para ellos está bien como se encuentran actualmente, por tal razón la idea de negocio es viable.

Pregunta 3: ¿Qué tan importante es para usted la capacitación, dedicada al desarrollo y fortalecimiento del agro?

Tabla No. 11: Importancia de la capacitación para del desarrollo y fortalecimiento

Opciones	Frecuencia	%
No es importante	15	4,56
Poco importante	28	8,51
Neutral	13	3,95
Importante	33	10,03
Muy importante	240	72,95
Total	329	100

Fuente: Encuesta a consumidores

Elaborado por: El Autor

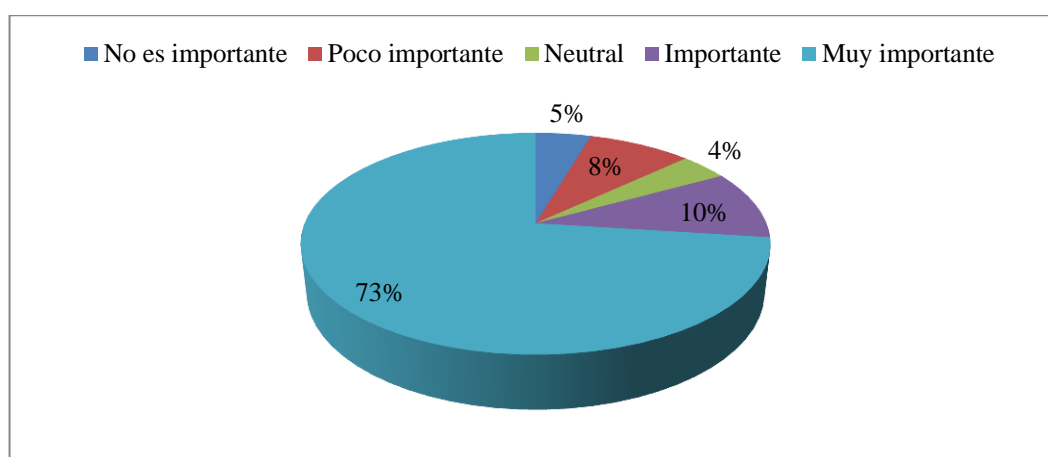


Gráfico No. 3: Importancia de la capacitación para del desarrollo y fortalecimiento

Fuente: Encuesta a consumidores

Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación

Como se puede evidenciar en el gráfico No. 04 el 73% de las personas encuestadas piensan que es importante poner en marcha una empresa de capacitación dedicada al fortalecimiento organizacional; en tanto que el 4% no cree ser importante.

La mayoría de las personas encuestadas, piensan que es importante poner en marcha una empresa de capacitación para mejorar sus ingresos y calidad de vida; y un porcentaje minoritario señala que para ellos no es importante una empresa de capacitación.

Pregunta 4: ¿Ha recibido capacitación de alguna organización?

Tabla No. 12: Capacitación de alguna organización

Opciones	Frecuencia	%
Si	47	14
No	282	86
Total	329	100

Fuente: Encuesta a consumidores

Elaborado por: El Autor

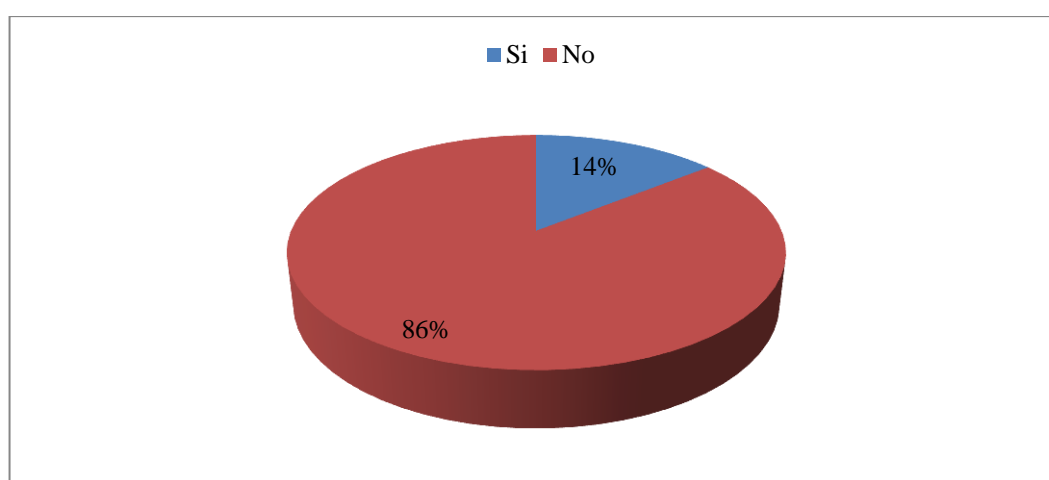


Gráfico No. 4: Capacitación de alguna organización

Fuente: Encuesta a consumidores

Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación

Como se puede evidenciar en el gráfico No. 05 el 86% de las personas encuestadas no han recibido capacitación de alguna organización, mientras que el 14% señalan que si han recibido capacitación de alguna organización.

La mayoría de las personas encuestadas, no han recibido capacitación de alguna organización, mientras que una minoría si han recibido capacitación de alguna organización. En este caso se pudo evidenciar que reciben capacitaciones muy esporádicas por parte de los Gobiernos Autónomos Descentralizados y muy poco por parte del Ministerio de Agricultura y Ganadería MAG.

Pregunta 5: ¿Cuánto pagó por la capacitación?

Tabla No. 13: Pago por la capacitación

Opciones	Frecuencia	%
\$ 0 – 30\$	329	100
\$ 31 - \$ 60	0	0
\$ 61 - \$ 90	0	0
Total	329	100

Fuente: Encuesta a consumidores

Elaborado por: El Autor

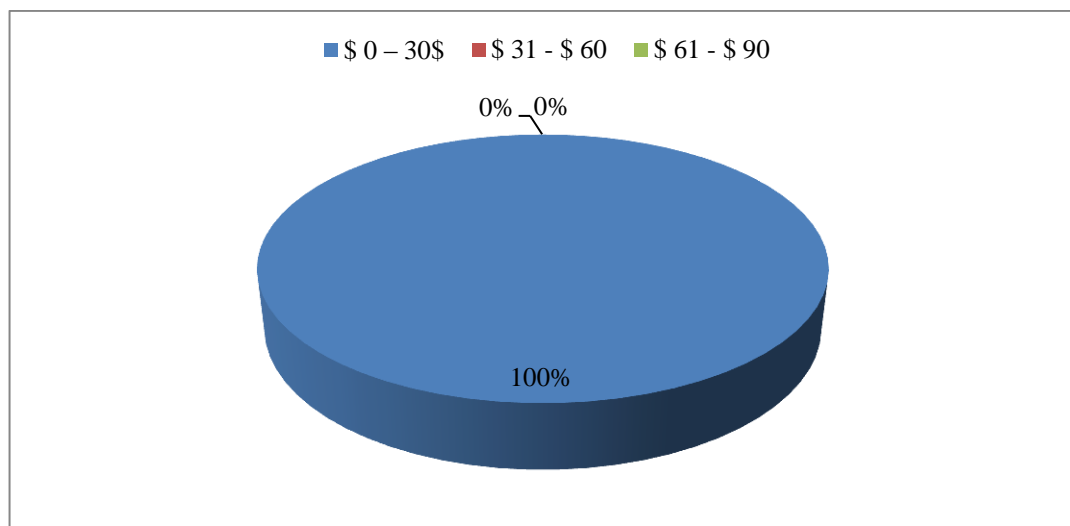


Gráfico No. 5: Pago por la capacitación

Fuente: Encuesta a consumidores

Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación

Como se puede evidenciar en el gráfico No. 06 el 100% de las personas encuestadas han pagado un curso de capacitación en un rango de cero a treinta dólares.

Todas las personas encuestadas han pagado un curso de capacitación en un rango de cero a treinta dólares.

Pregunta 6: ¿Cuándo fue la última vez que se capacitó?

Tabla No. 14: Última vez que se capacitó

Opciones	Frecuencia	%
Hace 1 mes	17	5
Hace 3 meses	141	43
Hace 6 meses	68	21
Hace 12 meses	59	18
Más de 12 meses	44	13
Total	329	100

Fuente: Encuesta a consumidores

Elaborado por: El Autor

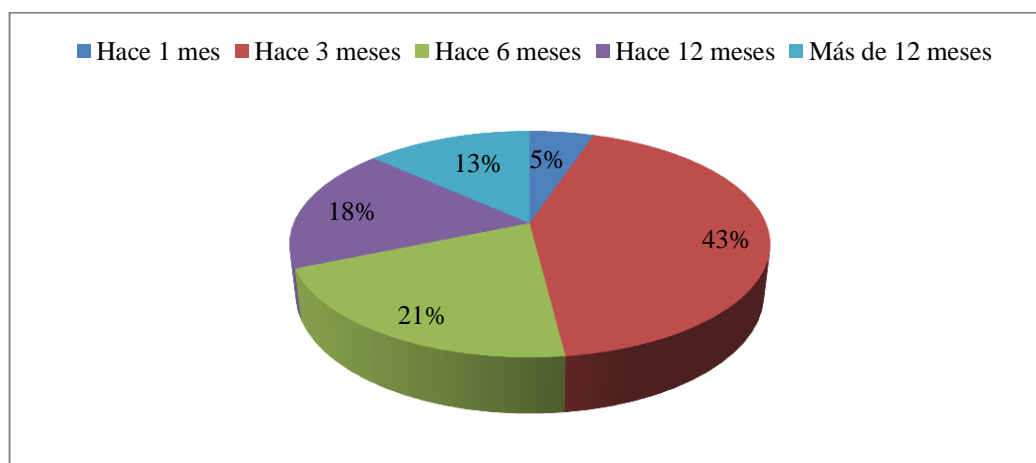


Gráfico No. 6: Última vez que se capacitó

Fuente: Encuesta a consumidores

Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación

Como se puede evidenciar en el gráfico No. 07 el 43% de las personas encuestadas se han capacitado hace tres meses, el 21% hace seis meses, el 18% hace doce meses, el 13% más de doce meses, y el 5% hace un mes.

La mayoría de las personas encuestadas, recientemente hace tres meses han recibido una capacitación, en tanto que un porcentaje minoritario han recibido capacitación hace más de un año.

Pregunta 7: ¿Estaría dispuesta/o a asistir a un programa de capacitación, que fortalezca el sistema organizacional de su negocio?

Tabla No. 15: Asistir a un programa de capacitación

Opciones	Frecuencia	%
Si	213	65
No	116	35
Total	329	100

Fuente: Encuesta a consumidores

Elaborado por: El Autor

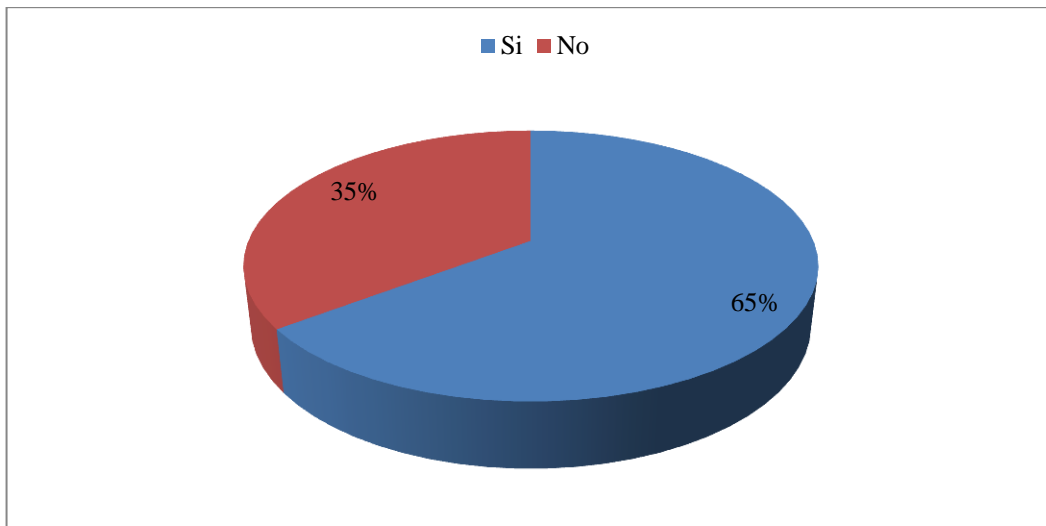


Gráfico No. 7: Asistir a un programa de capacitación

Fuente: Encuesta a consumidores

Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación

Como se puede evidenciar en el gráfico No. 08 el 65% de las personas encuestadas sí asistiría a un programa de capacitación que le permita fortalecer el sistema organizacional de su negocio, mientras que un 35% señala que no lo haría.

La mayoría de las personas encuestadas, sí asistirían a un curso de capacitación que le permitan fortalecer el sistema organizacional de su negocio, mientras que un grupo no tan minoritario indica que no asistiría.

Pregunta 8: ¿En qué temas le gustaría capacitarse?

Tabla No. 16: Temas que le gustaría

Opciones	Frecuencia	%
Contabilidad	85	26
Administración	72	22
Marketing	45	14
Sistema organizacional	22	7
Producción	44	13
Emprendimiento	61	19
Total	329	100

Fuente: Encuesta a consumidores

Elaborado por: El Autor

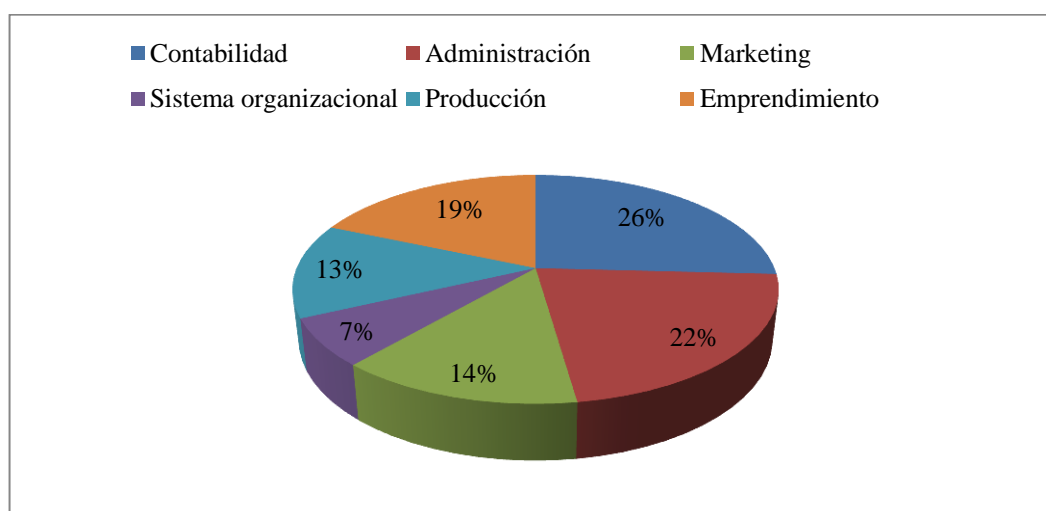


Gráfico No. 8: Temas que le gustaría

Fuente: Encuesta a consumidores

Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación

Como se puede evidenciar en el gráfico No. 09 el 26% de las personas encuestadas les gustaría capacitarse en contabilidad, el 22% en administración, el 19% en emprendimiento, el 14% en marketing, el 13% en producción, y el 7% en sistema organizacional.

La mayoría de las personas encuestadas, les gustaría capacitarse en contabilidad, administración, emprendimiento, marketing, producción, y muy pocas en sistema organizacional.

Pregunta 9: ¿Cómo financia sus capacitaciones?

Tabla No. 17: Financiamiento de capacitaciones

Opciones	Frecuencia	%
Recursos propios	237	72
Recursos de las asociaciones agro-productoras	67	20
Recursos públicos	25	8
Total	329	100

Fuente: Encuesta a consumidores

Elaborado por: El Autor

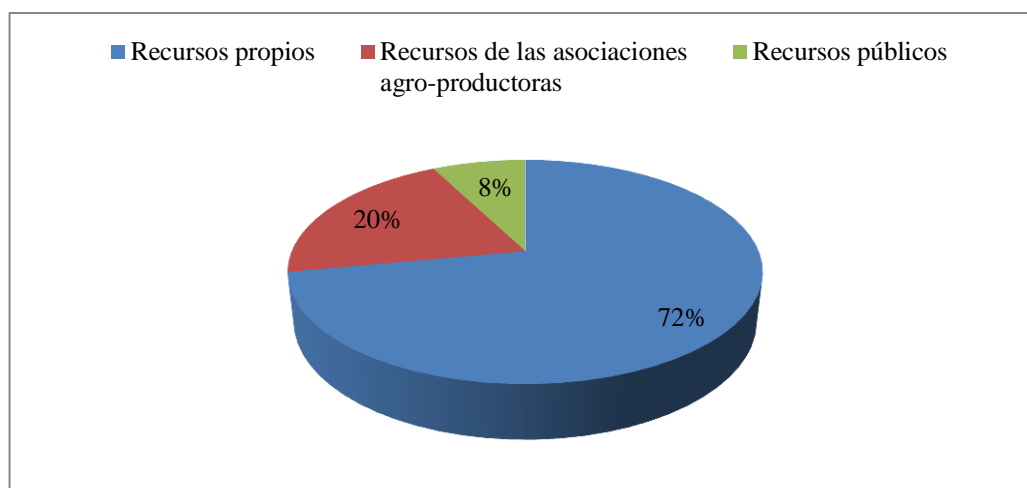


Gráfico No. 9: Financiamiento de capacitaciones

Fuente: Encuesta a consumidores

Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación

Como se puede ver en el gráfico No. 10 el 72% de las personas encuestadas financiaría sus capacitaciones con recursos propios; mientras que un 20% se apoyarían con recursos de las asociaciones agro-productivas, y 8% lo harían con recursos públicos.

La mayoría de las personas encuestadas, prefieren autofinanciar sus capacitaciones, mientras que otro grupo prefiere recursos de las asociaciones agro-productivas y una minoría lo haría con recursos públicos.

Pregunta 10: ¿Con qué frecuencia le gustaría recibir capacitación correspondiente al fortalecimiento y desarrollo organizacional de su negocio?

Tabla No. 18: Frecuencia de capacitación para el fortalecimiento organizacional

Opciones	Frecuencia	%
Una vez al mes	55	17
Dos veces al mes	81	25
Tres veces al mes	126	38
Más de cuatro veces al mes	67	20
Total	329	100

Fuente: Encuesta a consumidores

Elaborado por: El Autor

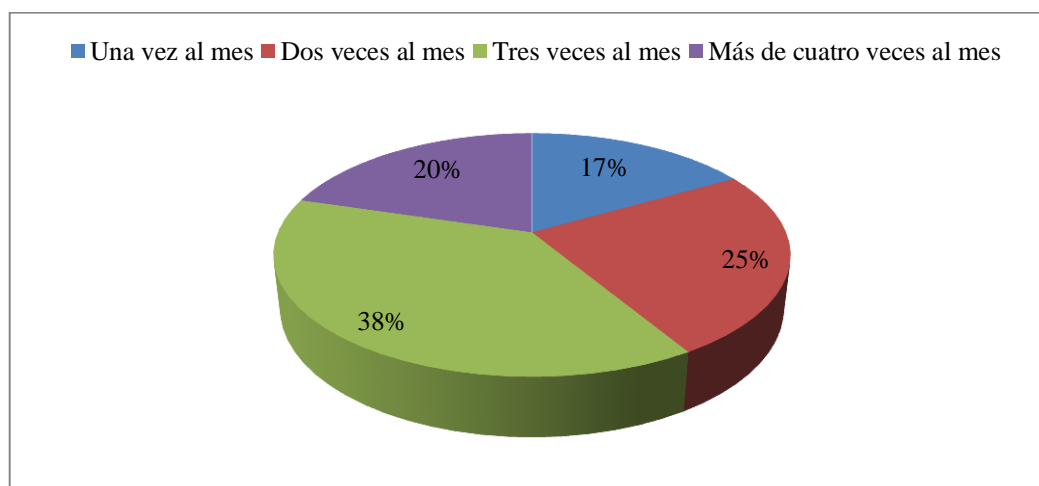


Gráfico No. 10: Frecuencia de capacitación para el fortalecimiento organizacional

Fuente: Encuesta a consumidores

Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación

Como se puede evidenciar en el gráfico No. 11 el 38% de las personas encuestadas desearían recibir capacitaciones tres veces al mes, el 25% desearía dos veces al mes, el 20% más de cuatro veces al mes, y el 17% una vez al mes.

La mayoría de las personas encuestadas, desearan recibir capacitación tres veces al mes, en tanto que un grupo minoritario desearía recibir una vez al mes.

Pregunta 11: ¿Los valores que usted ha pagado por capacitarse han sido?

Tabla No. 19: ¿Los valores que usted ha pagado por capacitarse han sido?

Opciones	Frecuencia	%
Altos	0	0
Medios	12	4
Bajos	317	96
Total	329	100

Fuente: Encuesta a consumidores

Elaborado por: El Autor

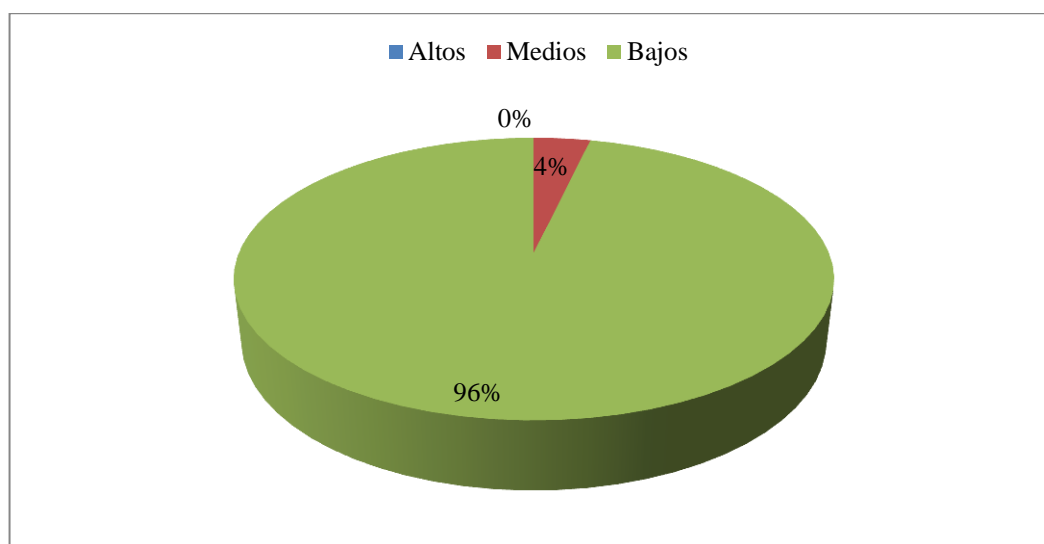


Gráfico No. 11: ¿Los valores que usted ha pagado por capacitarse han sido?

Fuente: Encuesta a consumidores

Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación

Como podemos evidenciar en el gráfico No. 12 el 96% de las personas encuestadas han pagado precios bajos, mientras que el 4% señalan que han pagado precios medios.

La mayoría de las personas encuestadas señalan que han pagado precios bajos por una capacitación, en tanto que un grupo muy pequeño han pagado precios medios por capacitarse.

Pregunta 12: ¿Se encuentra en algún programa de capacitación actualmente?

Tabla No. 20: ¿Se encuentra en algún programa de capacitación?

Opciones	Frecuencia	%
Si	0	0
No	329	100
Total	329	100

Fuente: Encuesta a consumidores

Elaborado por: El Autor

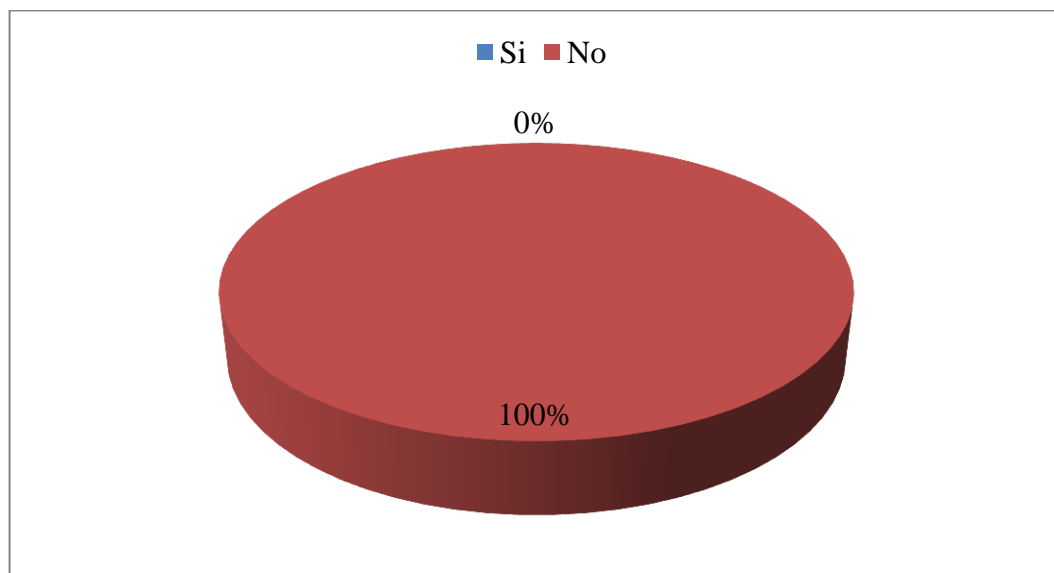


Gráfico No. 12: ¿Se encuentra en algún programa de capacitación?

Fuente: Encuesta a consumidores

Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación

Como podemos evidenciar en el gráfico No. 13 el 100% de las personas encuestadas, no se encuentra recibiendo ningún tipo de curso de capacitación.

La totalidad de las personas encuestadas no se encuentran recibiendo ningún tipo de capacitación.

Pregunta 13: ¿Conoce de algún centro de capacitación?

Tabla No. 21: ¿Conoce de algún centro de capacitación?

Opciones	Frecuencia	%
Si	28	9
No	301	91
Total	329	100

Fuente: Encuesta a consumidores

Elaborado por: El Autor

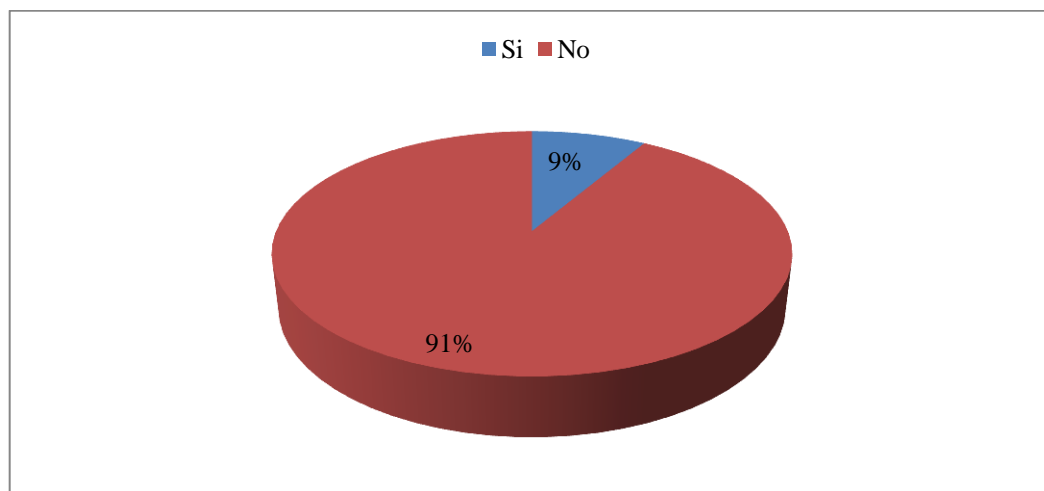


Gráfico No. 13: ¿Conoce de algún centro de capacitación?

Fuente: Encuesta a consumidores

Elaborado por: El Autor

Análisis e Interpretación

Como se puede ver en el gráfico No. 14 el 91% de las personas encuestadas, no conoce de algún centro de capacitación, mientras que el 9% de las personas encuestadas conocen de algún centro de capacitación regido por entidades de gobierno.

La mayoría de las personas encuestadas, no conoce de algún centro de capacitación, en tanto que un grupo minoritario conoce de alguna entidad de capacitación como los Gobiernos Autónomos Descentralizados, Ministerio de Agricultura y Ganadería, pero que no enfocan sus capacitaciones a este tipo de propuesta.

1.3.2. Demanda potencial

Para determinar la demanda potencial, se ha tomado la población del cantón Angochagua, ubicado en la provincia de Imbabura, cuyos pobladores en su mayoría son indígenas dedicados a la producción del agro, tomados entre un rango de 15 a 60 años de edad dando un total de 2.294 habitantes.

Al no existir datos históricos, se procedió a tomar información proporcionada por parte del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, del último censo 2010, en base a estos datos se calculó la tasa de crecimiento estimada correspondiente al 1,86% en la provincia de Imbabura.

$$tc = \sqrt[\text{Pob. Cantón Imbabura 2019}]{\text{Pob. Cantón Imbabura 2010}} - 1$$

$$tc = 1,86\%$$

Raíz novena de la población del cantón Imbabura 2019 dividido para la población del cantón Imbabura 2010 menos uno, se obtiene una tasa de crecimiento del 1,86%; la información se detalla de la siguiente manera:

Tabla No. 22: Tasa de crecimiento Imbabura

Descripción	Cantidad
Población Cantón Imbabura	470.129
Población Ibarra	213.861
Población Parroquia Angochagua	3.852
Población Parroquia Angochagua (15 a 60 años)	2.294
Tasa de crecimiento	1,86%

Fuente: INEC: Población nacional censo 2010

Elaborado por: El Autor

Para realizar la proyección de la demanda potencial, y al no contar con información histórica, se aplicará un método no estadístico, tomando como referencia la pregunta 7 de la encuesta aplicada; cuyos resultados señalan que el 65% de las personas de la muestra estarían dispuestas a capacitarse, siendo un indicador importante para determinar la demanda potencial de acuerdo al siguiente detalle:

Tabla No. 23: Tipos de demanda

Tipo de demanda	Cantidad
Demanda actual	2.294
Demanda potencial (pregunta 7; SI- 65%)	1.491

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

Con estos resultados se determina que la demanda potencial corresponde a 1.491 personas campesinas integrantes de las asociaciones agroproductivas; para proyectar a cinco años se considera el 1,86% correspondiente al crecimiento poblacional, de acuerdo al siguiente cuadro:

Tabla No. 24: Proyección de la demanda

Año	Proyección de la demanda
2019	1.491
2020	1.519
2021	1.547
2022	1.576
2023	1.605
2024	1.635

Fuente: Proyección de la demanda

Elaborado por: El Autor

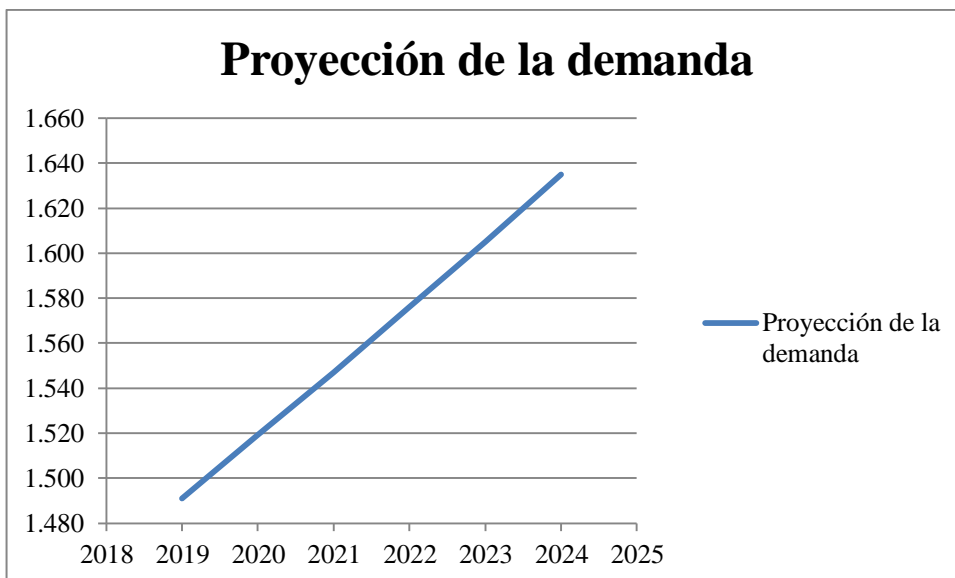


Gráfico No. 14: Proyección de la demanda
Fuente: Cálculo tasa de crecimiento poblacional (1,86%)
Elaborado por: El Autor

1.4. ANÁLISIS DEL MACRO Y MICRO AMBIENTE

1.4.1. Análisis del micro ambiente

Son fuerzas controlables dentro de la empresa con el fin de lograr el objetivo deseado, este entorno se encuentra conformado por proveedores, la empresa, intermediarios, público y clientes. A partir de este análisis nacen las fortalezas y debilidades de la organización. Para esto haremos un análisis breve de las cinco fuerzas de Porter.

Las cinco fuerzas de Porter incluyen tres fuerzas de competencia horizontal; amenazas de productos sustitutos, amenazas de nuevos entrantes, o competidores en la industria, y la rivalidad entre competidores, y también comprende dos fuerzas de competencia vertical; el poder de negociación de los proveedores, y el poder de negociación de los clientes. (Porter, 2006).

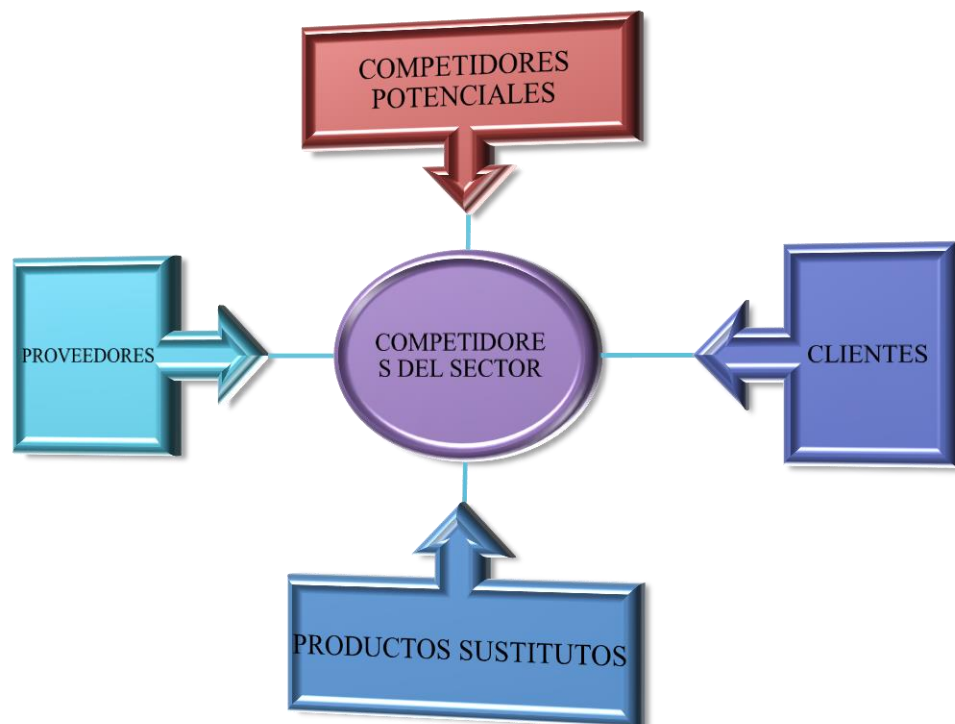


Gráfico No. 15: Cinco fuerzas de Porter

Fuente: Michael Porter, 2006

Elaborado por: El Autor

1.4.1.1. Competidores potenciales

Los competidores potenciales dentro de este tipo de negocio son las organizaciones públicas como Gobierno Autónomo Descentralizado GAD, Ministerio de Agricultura y Ganadería MAG, Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional SECAP; considerando que estas empresas públicas ponen en marcha programas de capacitación muy esporádicamente para las comunidades campesinas.

La particularidad del presente negocio es que se van a direccionar cursos de capacitación de enseñanza continua, con el propósito de ser efectivos en el desarrollo organizacional y el fortalecimiento de las asociaciones agro-productoras, manteniendo una misión social para el mejoramiento de la calidad de vida de los agricultores.

1.4.1.2. Competidores del sector

En realidad, no existen competidores en el cantón Angochagua, en la provincia de Imbabura, esta ventaja le hace competitiva a la empresa con este tipo de servicio, dedicado al desarrollo organizacional, con el objetivo de ampliar sus servicios al resto de comunidades dentro de la provincia.

1.4.1.3. Clientes

Los clientes potenciales para este tipo de negocio son las personas campesinas que integran las asociaciones agroproductivas, y principalmente que posean el deseo de superarse, y buscar el crecimiento para el desarrollo organizacional de sus negocios, de sus parcelas; mejorando la calidad de vida de las familias campesinas.

1.4.1.4. Proveedores

Para este tipo de negocio existen una amplia gama de proveedores, ya que se va a necesitar en su mayoría, suministros de oficina como; libretas de notas, esferos, lápices, marcadores, borradores, etc.; por lo tanto, no existen un amplio poder de negociación.

1.4.1.5. Productos sustitutos

Dentro de los productos sustitutos se puede ver que es baja la amenaza, debido a que los Gobiernos Autónomos Descentralizados GAD, Ministerio de Agricultura y Ganadería MAG, Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional SECAP; dictan ciertos programas de capacitación para el público en general; mas no se focalizan en programas de capacitación para el desarrollo organizacional de las asociaciones agroproductivas enfocados a la educación continua; y adicional no existen en el sector una empresa privada que se dedique a este tipo de actividad por el momento.

1.4.2. Análisis del macro ambiente

Pueden existir una serie de cambios por el macro entorno, siendo así que los factores demográficos y culturales pueden afectar a este tipo de negocio, por tal motivo se trata de llegar a las organizaciones campesinas, con el afán de impulsar el crecimiento organizacional del agro con visión futurista y así ampliar los conocimientos de la gente campesina; para que ya no sea explotada más por los intermediarios.

1.4.2.1. Matriz EFE

La matriz de evaluación de los factores externos, sirve para evaluar información relevante como: política, económica, social, tecnológica, ambiental, legal; de acuerdo a las oportunidades y amenazas a ser identificadas, siendo así que más adelante se estructurará la matriz F.O.D.A.

Oportunidades:

- Sumak Kawsay – Buen Vivir; existe el apoyo incondicional por parte del Estado Ecuatoriano para las personas y comunidades más vulnerables. (p)
- Empresas Públicas brindan capacitaciones muy básicas y no tan frecuentes. (p)
- Amplio portafolio de proveedores. (e)
- Cambio del pensamiento de la sociedad referente a proyectos de emprendimientos personales; y sobre todo a las comunidades campesinas con la nueva ley de emprendimiento. (s)
- Elevado interés de las personas campesinas para capacitarse. (s)
- No existen empresas privadas en el sector que dicten este tipo de capacitaciones. (s)

- Las personas campesinas no reciben capacitaciones enfocadas en el desarrollo organizacional, con visión en la educación continua. (s)
- Apoyo de sistemas de riego tecnificado para las tierras de las comunidades agroproductivas. (t)

Amenazas:

- Es muy lenta la gestión gubernamental, existe mucha burocracia, dando paso a la ineficiencia en la entrega de proyectos para el agro. (p)
- Decrecimiento económico en el último trimestre del año 2019 debido al paro nacional en el mes de octubre. (e)
- Implementación de herramientas tecnológicas para las personas campesinas (tablets, smartphone, etc.); se consideraría que no se adaptarían. (t)

Es así que se realiza el siguiente análisis PEST:

Tabla No. 25: Análisis PEST

Variable	Factor	Detalle	Oportunidades	Amenazas
POLÍTICO	Sumak Kawsay – Buen Vivir	Existe el apoyo incondicional por parte del Estado Ecuatoriano para las personas y comunidades más vulnerables.	X	
	Es muy lenta la gestión gubernamental, existe mucha burocracia, dando paso a la ineficiencia en la entrega de proyectos para el agro.	El sistema gubernamental es muy lento, mucha burocracia.		X

	Empresas Públicas brindan capacitaciones muy básicas y no tan frecuentes.	Ineficiente gestión pública en temas de capacitación para personas del agro.	X	
ECONÓMICO	Crecimiento y decrecimiento de los índices económicos en el primer y segundo semestre 2019.	Decrecimiento económico en el último trimestre del año 2019 debido al paro nacional en el mes de octubre.		X
	Amplio portafolio de proveedores.	Existen muchos proveedores para este tipo de servicio; lo que reactiva la matriz económica del país.	X	
	Cambio del pensamiento de las comunidades campesinas.	Apoyo a las comunidades campesinas con la nueva ley de emprendimiento.	X	
SOCIAL	Elevado interés de las personas campesinas para capacitarse.	Alto deseo de capacitarse por parte de las personas campesinas.	X	
	No existen empresas privadas en el sector que dicten este tipo de capacitaciones.	Inexistencia de empresas privadas que dicten este tipo de capacitaciones, enfocadas en el desarrollo organizacional	X	
	Las personas campesinas no reciben capacitaciones enfocadas en el desarrollo organizacional, con visión en la educación continua.	La sociedad campesina no recibe capacitaciones en una educación continua.	X	

TECNOLÓGICO	Dotar de Sistemas de riego tecnificado.	Se considera valioso el apoyo de organismos internacionales y de gobierno como alianzas para el desarrollo del agro.	X
	Concientizar la importancia de la tecnología dentro de las comunidades campesinas.	Riesgo a no adaptarse a herramientas tecnológicas.	X

Fuente: Matriz PEST

Elaborado por: El Autor

Una vez realizado el análisis PEST, se arma la Matriz de Evaluación de Factores Externos MEFE; de acuerdo al siguiente cuadro:

Tabla No. 26: Matriz EFE

Factor externo clave	Peso	Calificación	Peso Ponderado
OPORTUNIDADES			
Existe el apoyo incondicional por parte del Estado Ecuatoriano para las personas y comunidades más vulnerables.	0,10	4	0,40
Empresas Públicas brindan capacitaciones muy básicas y no tan frecuentes.	0,05	3	0,15
Amplio portafolio de proveedores.	0,10	4	0,40
Apoyo a las comunidades campesinas con la nueva ley del emprendimiento.	0,10	3	0,30
Elevado interés de las personas campesinas para capacitarse.	0,10	3	0,30

OPORTUNIDADES			
No existen empresas privadas en el sector que dicten este tipo de capacitaciones.	0,05	4	0,20
Las personas campesinas no reciben capacitaciones enfocadas en el desarrollo organizacional, con visión en la educación continua.	0,10	3	0,30
Apoyo de sistemas de riego tecnificado para las tierras de las comunidades agroproductivas.	0,10	3	0,30
AMENAZAS			
Es muy lenta la gestión gubernamental, existe mucha burocracia, dando paso a la ineficiencia en la entrega de proyectos para el agro.	0,10	4	0,40
Decrecimiento económico en el último trimestre del año 2019 debido al paro nacional en el mes de octubre.	0,10	3	0,30
Implementación de herramientas tecnológicas para las personas campesinas (tablets, smartphone, etc.); se consideraría que no se adaptarían.	0,10	3	0,30
TOTAL	1,00		3,35

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

Se puede determinar que un valor ponderado más alto para una empresa es de 4,0; donde la empresa responde de manera positiva frente a las oportunidades en relación a las amenazas existentes, mientras que 1,0 es el más bajo, siendo sinónimo de que las estrategias de la empresa no aprovechan las oportunidades, ni evitan las amenazas externas.

En este caso, se obtuvo un valor ponderado de 3,35 lo que significa que la empresa aprovecha las oportunidades y evita las amenazas con las estrategias adecuadas.

1.4.2.2. Matriz EFI

La matriz de la evaluación de factores internos, es un instrumento que permite evaluar las fortalezas y debilidades de manera estratégica de la empresa, de las áreas funcionales del negocio; para esto se hace un listado de fortalezas y debilidades que posee el plan de negocios de la siguiente manera:

Fortalezas

- El personal se encuentra altamente capacitado para dictar este tipo de cursos de capacitación en desarrollo organizacional.
- El centro de capacitación está ubicado en un punto estratégico de fácil llegada para las personas campesinas pertenecientes a las asociaciones agroproductivas.
- Metodología de las capacitaciones de fácil entendimiento para los participantes, siendo un entorno inclusivo, interactivo, y que los participantes se encuentren en un buen ambiente.
- Servicio de capacitación innovador, enfocado en el desarrollo organizacional de las comunidades agroproductivas.
- Se cuenta con todos los bienes y equipos necesarios para la puesta en marcha de este tipo de servicio.

Debilidades:

- No poseer infraestructura propia, esto da paso al arrendamiento del espacio físico.
- Recurso económico limitado, da paso a tener un equipo de trabajo pequeño.
- Proyecto nuevo en el mercado, puede tener aceptación, o no en otras provincias del país.
- Grupo social campesino, puede presentar dificultades en adaptarse a herramientas tecnológicas.
- Poca aceptación de la comunidad campesina, a la hora de presentar el servicio.

Tabla No. 27: Matriz EFI

Factor externo clave	Peso	Calificación	Peso Ponderado
FORTALEZAS			
Personal altamente capacitado	0,15	4	0,60
Ubicación estratégica de fácil llegada	0,15	3	0,45
Metodología de fácil entendimiento para los participantes	0,10	4	0,40
Servicio de capacitación innovador	0,10	3	0,30
Se cuenta con bienes y equipos para la puesta en marcha del servicio.	0,05	3	0,15
DEBILIDADES			
No se cuenta con infraestructura propia	0,10	3	0,30
Recursos económicos limitados	0,10	3	0,30
Proyecto nuevo en el mercado	0,10	3	0,30
Grupo campesino puede presentar dificultades en adaptarse a herramientas tecnológicas	0,05	3	0,15
Poca aceptación a la hora de presentar el servicio	0,10	2	0,20
TOTAL	1,00		3,15

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

Los puntajes por debajo del valor 2,50, caracterizan a las empresas que son débiles internamente, mientras que los puntajes superiores a 2,50 indican una posición sólida dentro de la empresa.

En este caso se obtuvo un total ponderado de 3,15 que significa que está por encima del promedio, esto quiere decir que la empresa es sólida al interior, pero se debe mejorar las estrategias para obtener un mejor puntaje.

1.4.3. Proyección de la Oferta

Al no tener datos históricos de servicios de cursos de capacitación, se aplicará un método no estadístico que consiste en tomar datos referenciales a través de la herramienta de la observación, dentro de entidades públicas como Ministerio de Agricultura MAG, Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional SECAP que brindan cursos de capacitación para personas del agro de acuerdo al siguiente cuadro:

Tabla No. 28: Empresas de capacitación

Empresa	Curso	No. asistentes	Frecuencia mensual	Frecuencia anual
Ministerio de Agricultura y Ganadería MAG	Manejo de Equipo agrícola	25	0	1
Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional SECAP	Buen manejo y fertilización de las tierras	15	Semestral	2
Gobiernos Autónomos Descentralizados GAD	Gestión de proyectos del desarrollo rural	20	Cuatrimestral	3
Total		60		6

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

Para determinar el cálculo de los cursos a ser ofertados, se calcula la media de los cursos dictados por estas empresas públicas, en base a la siguiente información:

Número de participantes 60

Empresas de capacitación 3

Total promedio de participantes en cursos 20

Número de curso 6

Empresas de capacitación 3

Total promedio de cursos impartidos en el año 2

Esto significa que se dictan aproximadamente 6 cursos al año con una capacidad de 20 participantes lo que da un total de 120 personas campesinas que reciben algún tipo de capacitación en el transcurso del año; siendo considerado este valor la proyección de la oferta.

Con esta información se hace el cálculo de la proyección de la oferta de acuerdo al siguiente cuadro; empleando la tasa de crecimiento poblacional del 1,86% para proyectar a los cinco años siguientes:

Tabla No. 29: Proyección de la oferta

Año	Proyección de la oferta
2019	120
2020	122
2021	124
2022	126
2023	128
2024	130

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

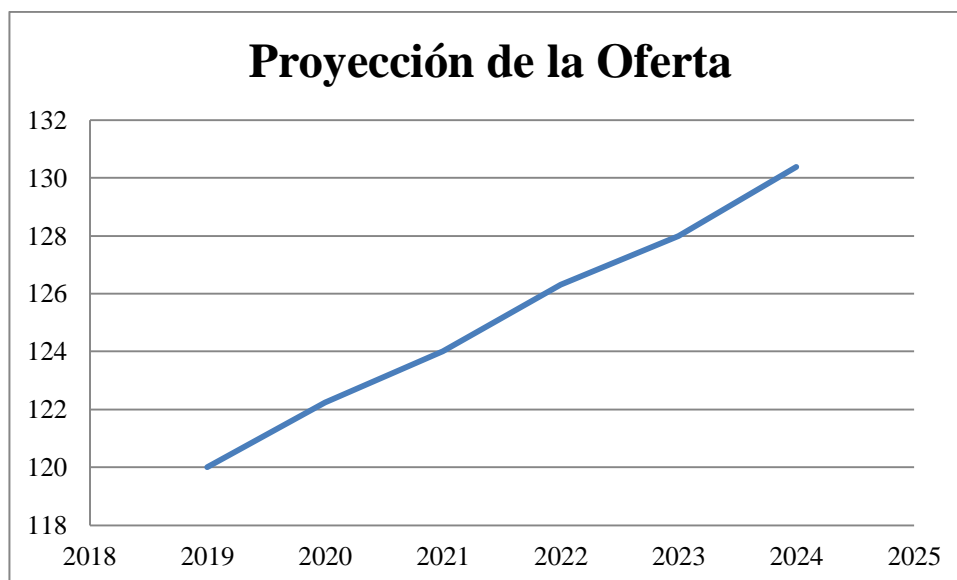


Gráfico No. 16: Proyección de la oferta

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

1.5. DEMANDA INSATISFECHA

Para el cálculo de la demanda potencial insatisfecha se toma los valores de la demanda potencial, y los valores de la oferta proyectada, de acuerdo al siguiente cuadro:

Tabla No. 30: Demanda Insatisfecha

Año	Proyección de la demanda	Proyección de la oferta	Demanda insatisfecha
2019	1.491	120	1.131
2020	1.519	122	1.151
2021	1.547	124	1.173
2022	1.576	126	1.196
2023	1.605	128	1.217
2024	1.635	130	1.240

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

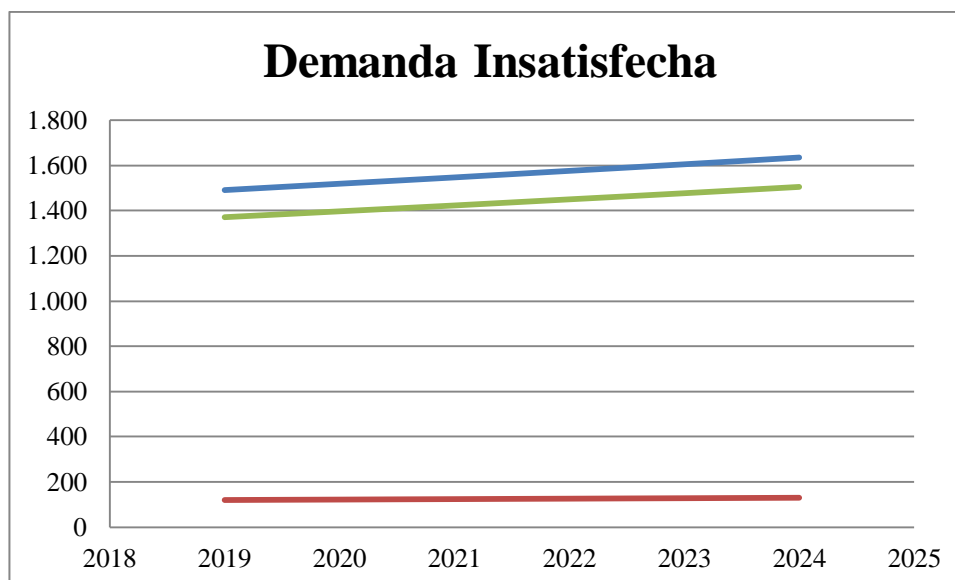


Gráfico No. 17: Demanda Insatisfecha

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

1.6. PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD QUE SE REALIZARÁ

Se tiene algunos aportes científicos de la publicidad y promoción como:

La publicidad es parte integral de nuestro sistema económico y está relacionada en forma directa con la fabricación, distribución, comercialización, y venta de productos y servicios. La publicidad es tan antigua como la misma civilización y el comercio, siempre ha sido necesaria para reunir a compradores y vendedores. Los negocios necesitan de la publicidad y la publicidad es un negocio vital en sí mismo. (Kleppner, 1994).

Las acciones promocionales que se realizan dependen, en gran medida del producto o el servicio de que se trata y la forma en que éste será comercializado. Estas acciones pueden incluso variar en los diferentes niveles del sistema de distribución, a medida que el producto o el servicio se desplaza desde el fabricante o el productor hasta el consumidor o usuario final. La actividad promocional desarrollada por una empresa constituye el soporte sobre el cual se llevan a cabo las operaciones de venta en el mercado considerado.

Todo programa promocional se desarrolla a partir de la información básica referente al producto o servicio, los mercados en los cuales será comercializado y la situación particular bajo la que se desarrollarán las acciones (Kotler, 2003).

La promoción y publicidad de la empresa de capacitación para las asociaciones agro-productivas, dará paso al fortalecimiento organizacional de las mismas, con el

objetivo de enriquecer los conocimientos de los integrantes de este tipo de asociaciones, y sobre todo, brindará más visión en cada uno de sus negocios para mantenerlos dentro del mercado, con un crecimiento progresivo, y mejorar la calidad de vida de las familias que lo conforman. Para esto se pondrán en marcha varias estrategias publicitarias y promocionales como:

- Promociones por radio
- Redes sociales
- Charlas introductorias de este tipo de capacitaciones
- Presencia en ferias agrícolas
- Alianzas con el Ministerio de Agricultura y Ganadería
- Alianzas con los Gobiernos Autónomos Descentralizados
- Alianzas con Organismos internacionales (BM, AECID, BID)
- Volantes, Flyers, dípticos, trípticos, roll up, gigantografías.

1.6.1. Nombre del emprendimiento

Tomando en cuenta que es un emprendimiento en la búsqueda del desarrollo continuo de los agricultores se expone a continuación el nombre, logotipo y eslogan:



Imagen No. 2: Logotipo

Fuente: Diseño personal

Elaborado por: El Autor

1.6.2. Plan de Medios

1.6.2.1. Objetivo

Lograr con éxito una campaña de publicidad, que aporte a la difusión, y el conocimiento del servicio de capacitación para las organizaciones agroproductivas en busca del desarrollo organizacional y el buen vivir de sus familias.

1.6.2.2. Target

El presente plan de negocios está dirigido para personas campesinas, de una edad comprendida entre los 15 a 60 años de edad, en la parroquia de Angochagua provincia de Imbabura pertenecientes a las asociaciones agro-productoras, y que deseen el fortalecimiento de sus actividades agrícolas.

1.6.2.3. Estrategia

La presencia de la empresa mediante charlas introductorias en las comunidades es muy importante, esta actividad se la realizaría previa a una cita con los dirigentes agrícolas y sus integrantes, en donde se hará una introducción y se dará a conocer la temática y la metodología a emplear durante el transcurso de los programas de capacitación.

Mediante la presencia de un stand en las ferias, se publicitará la empresa de capacitación dirigida para el desarrollo organizacional de los agricultores mediante la filosofía de desarrollo continuo de los agricultores.



Imagen No. 3: Presencia en ferias

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: El Autor

Se harán alianzas estratégicas con organizaciones internacionales, cuyo enfoque es ayudar a los sectores sociales más vulnerables, en este caso a las personas campesinas quienes necesitan un direccionamiento más personalizado para el desarrollo organizacional de sus tierras, de sus cultivos, de sus negocios.

Entre estas organizaciones se puede nombrar; Banco Mundial, Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

Una vez afianzado este proyecto, se harán acercamientos con otras organizaciones agrícolas en las distintas provincias del país, para capacitar en el desarrollo organizacional agro-productivo.



Imagen No. 4: Mercados alternativos

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

1.6.2.4. Presupuesto

Las promociones por radio generan un impacto positivo en los radioescuchas, es así que se harán propagandas en la emisora de mayor sintonía del sector, con un lapso de 3 cuñas radiales diarias de 20 segundos cada una, los cinco días de la semana por dos meses.

Se empleará las redes sociales y se creará una página web para la difusión de la empresa, en este caso al tratarse de personas agricultoras, la mayor herramienta tecnológica a emplear sería el **whatsApp** y el correo electrónico, y si en caso no disponen de una dirección de correo electrónico, se brindará la ayuda necesaria al campesino/a en crear una cuenta de correo electrónico.

El material publicitario es muy clave e importante, ya que se hará presencia con roll ups, gigantografías de la empresa, y se compartirá en el transcurso de las charlas, ferias, y demás reuniones, con los campesinos, agricultores el material publicitario como son los dípticos, trípticos, con el propósito de difundir y dar a conocer la existencia de este tipo de empresa de capacitación, destinada al desarrollo organizacional del campesino agricultor.

Siempre es importante tomar en cuenta un presupuesto para dar inicio al plan de medios, y de esta manera ir cumpliendo paulatinamente los objetivos trazados para la empresa de capacitación; para esto se detalla el listado del presupuesto requerido:

Tabla No. 31: Presupuesto Plan de Medios

Medio	Cantidad	Costo Unitario	Total	Frecuencia	Presupuesto Anual
Publicidad en radio	6	\$ 13,50	\$ 81,00	Bimestral	\$ 972,00
Plan de internet	1	\$ 42,00	\$ 42,00	Mensual	\$ 504,00
Estructura para el stand	1	\$ 55,00	\$ 55,00	Anual	\$ 55,00
Dípticos y trípticos	5.000	\$ 0,05	\$ 250,00	Anual	\$ 250,00
Roll ups	2	\$ 45,00	\$ 90,00	Anual	\$ 90,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

1.6.2.5. Cronograma

En el cronograma se registran las actividades, las herramientas que se emplean para la aplicación del plan de medios, la frecuencia con la que se va a desarrollar la actividad y la persona responsable, de acuerdo al siguiente cuadro:

Tabla No. 32: Cronograma Plan de Medios

Actividad	Herramienta	Frecuencia	Responsable
Monitoreo publicidad en radio	Emisora local	Bimestral (tres veces al día)	Administrador
Monitoreo página web y publicidad redes sociales	Internet	Diario	Administrador
Stand (presencia en ferias, armado y desarmado)	Publicidad	En ferias y charlas programadas	Administrador
Entrega de dípticos/trípticos	Material publicitario	En ferias y charlas programadas	Administrador
Roll ups, (presencia en ferias, armado y desarmado)	Publicidad	En ferias y charlas programadas	Administrador

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

1.7. SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN A UTILIZAR.

“Conjunto de personas y empresas comprendidas en la transferencia de derechos de un producto al paso de éste del productor al consumidor o usuario de negocio final” (Stanton, 2003)


“Conjunto de organizaciones interdependientes que participan en el proceso de poner un producto o servicio a disposición del consumidor o usuario de negocios” (Kotler, 2003).

La empresa dispondrá de un local fijo para las capacitaciones, en esta estructura se contará con todos los servicios necesarios para brindar el servicio, por lo tanto este es un canal directo; sin embargo se generará una diversificación de unidad móvil, la que consistirá en enviar grupos de trabajo a diferentes zonas del sector que requieran del servicio.

1.8. SEGUIMIENTO DE CLIENTES

Para el seguimiento a las personas capacitadas, se ha diseñado una ficha de seguimiento a clientes de acuerdo al siguiente formato:

"Centro de Desarrollo Continuo para Agro Emprendedores"
CEDE COPAE CÍA. LT DA.
"Capacitando tu desarrollo económico"



Ficha de Seguimiento a Clientes

DAT OS PERSONALES

Nombres: _____ Apellidos: _____ C.C. _____ Sexo: _____
 Fecha de nacimiento: _____ Dirección domicilio: _____ No. Telefónico: _____
 Dirección de correo electrónico: _____

CURSO RECIBIDO	Fecha del curso	Duración del curso
Contabilidad General <input type="checkbox"/>	_____	_____
Administración <input type="checkbox"/>	_____	_____
Marketing <input type="checkbox"/>	_____	_____
Sistema organizacional <input type="checkbox"/>	_____	_____
Producción <input type="checkbox"/>	_____	_____
Emprendimiento <input type="checkbox"/>	_____	_____

SUGERENCIAS _____

Imagen No. 5: Ficha seguimiento cliente

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

Por medio de esta ficha de seguimiento se levantará una base de datos de todas las personas que han recibido capacitación, con el propósito de:

- Llevar un control de los cursos que han tomado
- Verificar si están aplicando los conocimientos adquiridos
- Seguimiento de los cursos que deben tomar más adelante
- Conservar una base de datos de las personas capacitadas

1.9. ESPECIFICAR MERCADOS ALTERNATIVOS

Como mercados alternativos se pueden considerar los siguientes:

Tabla No. 33: Mercados alternativos

Mercados alternativos	Descripción
Consultorías	Se plantearán temas de consultoría para que la gente campesina aproveche los recursos naturales que poseen, y aprendan a optimizar los recursos que la tierra les ofrece
Planes comerciales y de marketing	La gente campesina al poseer campos fértiles, siendo productores de frutas, legumbres, hortalizas, y pioneros en la ganadería, se ofrecerán planes comerciales y de marketing

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

Tomando estas opciones como mercados alternativos, sirven de complemento para resaltar y sacar adelante a la gente campesina, quienes poseen un tesoro único y que no es valorado por todos los Ecuatorianos, y gracias a los conocimientos adquiridos en las aulas, los estudiantes de esta carrera de Administración de Empresa estamos preparados para aportar con el desarrollo organizacional del sector campesino y muchos sectores más.

CAPÍTULO II

2. ÁREA DE PRODUCCIÓN

2.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE PRODUCCIÓN

Determinar el levantamiento de los procesos, mediante la capacidad instalada de equipos, tecnología, recursos materiales, talento humano, para obtener la producción presente y futura del servicio.

2.2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

“Cualquier fenómeno que presente cambio continuo en el tiempo o cualquiera operación que tenga cierta continuidad o secuencia.” (Chiavenato, 2001).

Por tal motivo la descripción del proceso es un cambio y evolución constante sin principio ni fin; para lo cual los administradores deben estar preparados y así poner en marcha planes de acción que mitiguen cualquier acción que pueda ser negativa para la organización.

2.2.1. Descripción de proceso de transformación del servicio

Para el proceso de transformación del servicio, inicia el capacitador en conjunto con el administrador diseñando el sílabo de los programas de capacitación en desarrollo organizacional; en este caso se toman dos ejemplos de sílabos (Anexo 1).

Una vez listos los programas de capacitación, el asistente administrativo envía la invitación vía correo electrónico de los cursos de capacitación que van a ser dictados en el mes en curso a las personas que conforman las asociaciones agroproductivas de la parroquia Angochagua (Anexo 2).

Se reciben los correos de confirmación de la asistencia, el curso que van a tomar, y la confirmación del pago por parte de los aspirantes; se hace un registro de asistencia con el listado de los participantes de cada curso; y se emite el comprobante de pago para ser entregado el día del curso.

El día de la programación del curso de capacitación, se recibe a los participantes, reciben el curso, interactúan capacitados con el capacitador, al término del curso se hace una evaluación práctica de los conocimientos adquiridos, y finalmente se hace una encuesta del curso recibido y de la actuación del capacitador (Anexo 3).

Para esto se esquematiza el proceso del servicio de acuerdo a la cadena de valor que se describe a continuación; de acuerdo a las encuestas aplicadas en el sector, nace la necesidad de capacitar a las personas campesinas de la parroquia Angochagua, es así que el proceso para el servicio de capacitación es el siguiente:

Procesos gobernantes:

- Se verifican y se establecen los programas de capacitación a ser ofertados, y se establece la metodología que se empleará para los participantes.
- Se controla la gestión, en donde se estructura todo lo concerniente a los programas de capacitación.

Procesos agregadores de valor:

- Con el plan de capacitación, se oferta al cliente
- Se hace la convocatoria (e-mail), para ofertar a los cursos

Procesos de soporte:

- Se hace gestión contable, para el registro de cuentas, control de facturación
- Se hace gestión administrativa, para optimizar capacidades y recursos para cumplir los objetivos
- Se hace gestión financiera para conocer la realidad de los gastos e ingresos, para llevar un control de la empresa de manera correcta.



Gráfico No. 18: Mapa de procesos
Fuente: Michael Porter (Cadena de Valor)
Elaborado por: El Autor

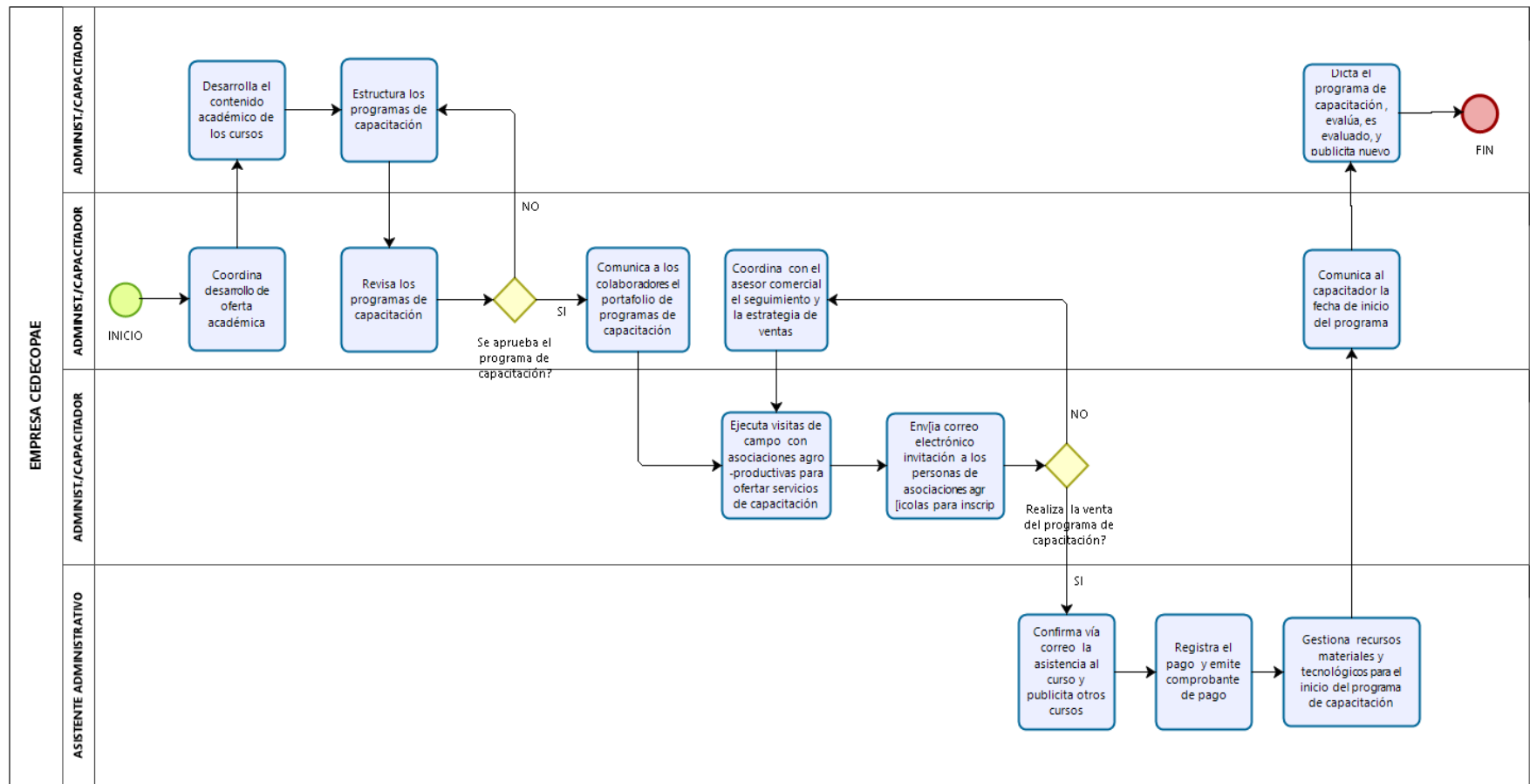


Gráfico No. 19: Flujograma general de la Empresa CEDECOPAE
Fuente: Investigación personal
Elaborado por: El Autor

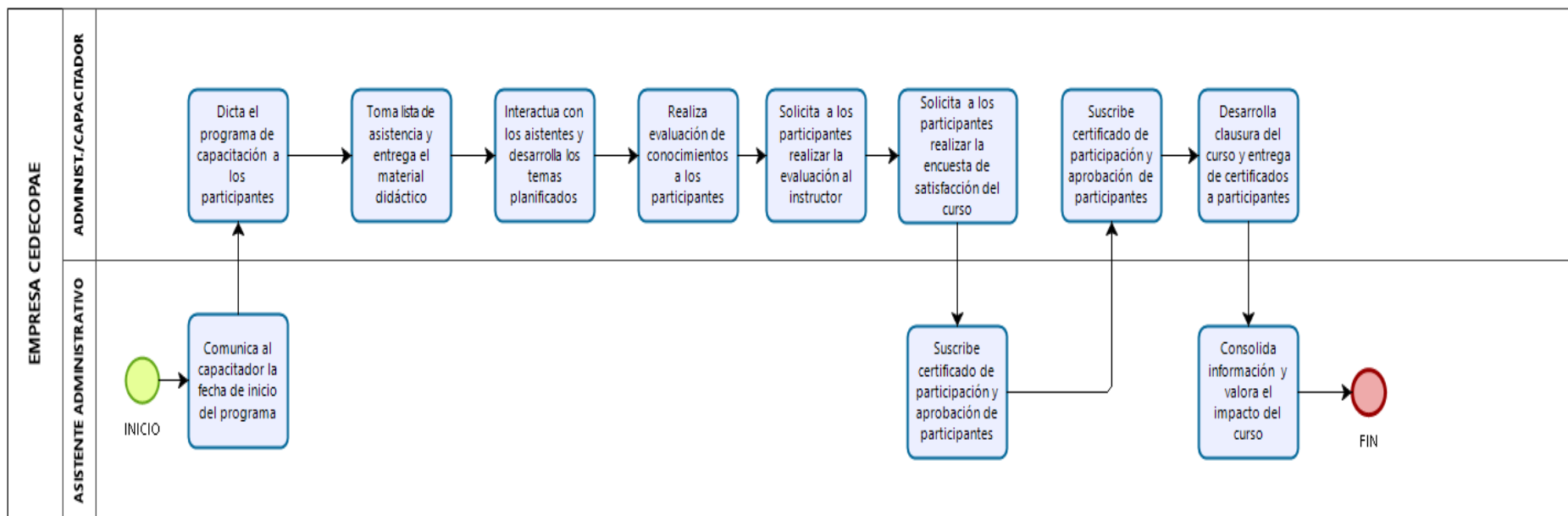


Gráfico No. 20: Flujograma de capacitación

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

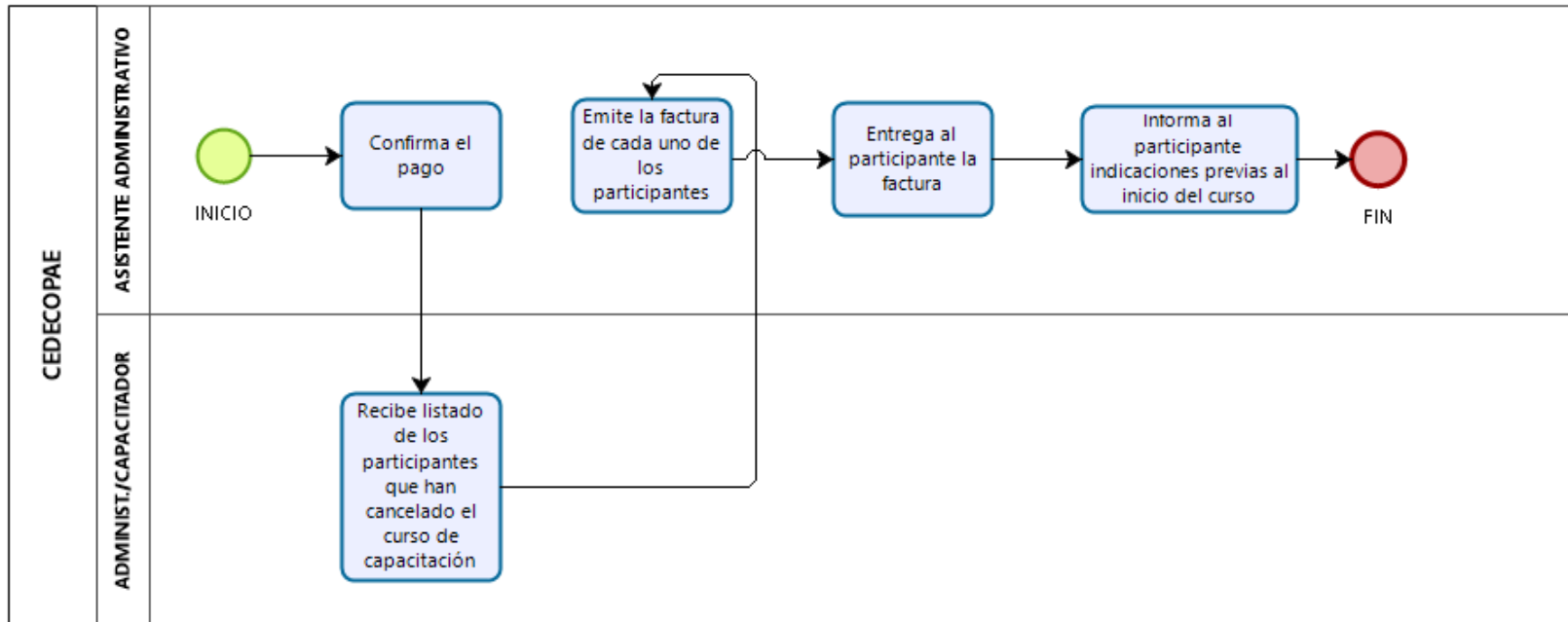


Gráfico No. 21: Flujograma de facturación

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

2.2.2. Descripción de instalaciones, equipos y personas

Básicamente se contará con un espacio de 580 metros cuadrados, distribuidas en un área de café-bar para los refrigerios, un espacio muy generoso para ubicar a las personas que se capacitarán, con sus respectivos módulos y material de trabajo necesario; un espacio para los capacitadores, es importante señalar que en este espacio podrán recibir capacitación un grupo de 35 personas aproximadamente.

A continuación se presenta una imagen recreacional de cómo se mantendría distribuido el espacio físico:

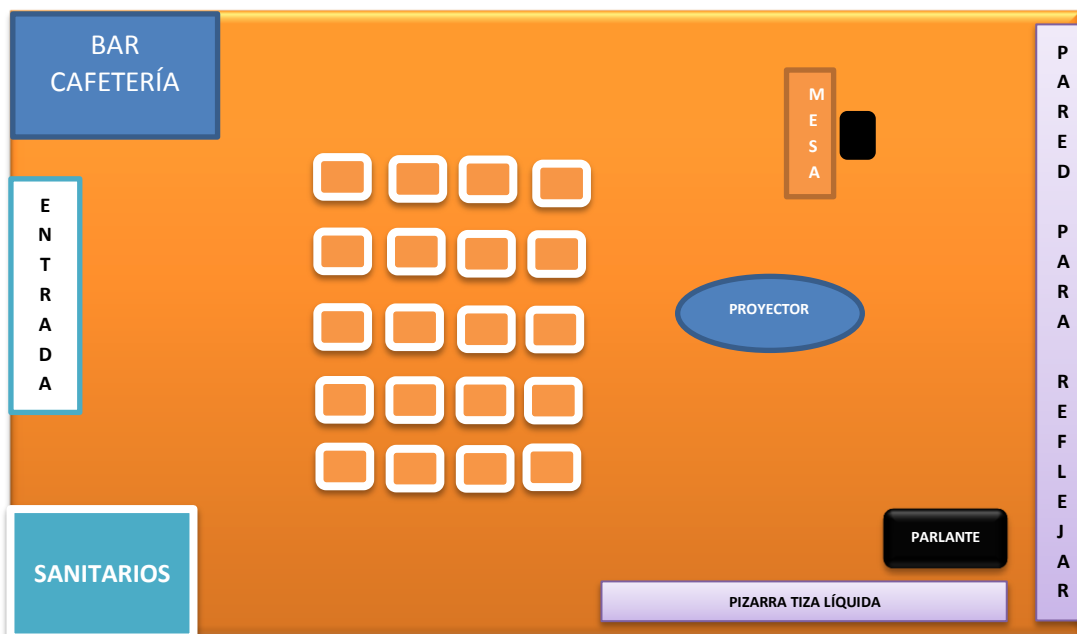


Imagen No. 6: Instalaciones

Fuente: Creación del autor

Elaborado por: El Autor

Con referencia al equipamiento requerido para el negocio serán detallados en los siguientes cuadros, en donde se describe la cantidad requerida y el costo de cada uno, de la siguiente manera:

Tabla No. 34: Equipos de computación

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
Computador portátil	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Computador de escritorio	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Disco externo 4 Tb	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Impresora multifunción	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Total			\$ 1.480,00

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

Tabla No. 35: Muebles y enseres

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
Mesa de escritorio	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Silla para escritorio	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Archivador de cuatro cajones	1	\$ 60,00	\$ 60,00
Pizarra tiza líquida	1	\$ 130,00	\$ 130,00
Total			\$ 340,00

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

Tabla No. 36: Maquinaria y equipo

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
Proyector	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Altoparlante	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Total			\$ 620,00

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

En el caso del personal requerido para el giro del negocio se detalla el personal necesario y las horas que emplearán cada uno de ellos, siendo así que:

- **Administrador/Capacitador.-** pertenece al personal fijo de la organización; se encargará de dirigir la organización, aprobar los programas de capacitación, aprobar los pagos a proveedores, declaraciones de impuestos, nómina, controla y dirige todo lo relacionado a actividades administrativas – financieras; diseño de sílabo y prepara los programas de capacitación, dicta los programas de capacitación, evalúa a las personas capacitadas. conseguir nuevos mercados, alianzas estratégicas.
- **Asistente administrativo.-** pertenece al personal fijo de la organización; las funciones que desempeñará son: registros contables, declaración de impuestos, facturación, contactarse con los aspirantes, control y seguimiento de los pagos de los cursos de capacitación, entrega de materiales de capacitación, hace publicidad en la página web de la organización, dirige las redes sociales, pago a proveedores, y apoyo al Administrador en actividades administrativas-financieras.

En el siguiente cuadro se detallan las horas hombre que se necesitan para poner en marcha los servicios de los cursos de capacitación:

Tabla No. 37: Personal

Personal	Número de personas	Hora jornada	Horas hombre
Administrador/Capacitador	1	8 horas	40 horas
Asistente Administrativo	1	8 horas	40 horas

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

Para la estructuración de los programas de capacitación, existen tiempos estimados de elaboración; para esto se considera el personal profesional suficiente para cubrir las necesidades de las personas que lo requieren; para esto se hace un detalle de las horas requeridas por curso en el siguiente cuadro:

Tabla No. 38: Tiempos por curso

Curso	Persona requerida	Horas requeridas
Contabilidad General	1	8
Producción	1	8
Marketing	1	8
Emprendimiento	1	8
Total horas		32


Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

2.2.3. Tecnología a aplicar

Para impartir las capacitaciones se requiere de tecnología que facilite y brinde un servicio de calidad, para esto se equipará con un computador portátil para elaborar los programas de capacitación y de apoyo para las exposiciones, una impresora para imprimir el material didáctico y de apoyo para las capacitaciones, un disco externo de 4 Tb para guardar la información de las capacitaciones, un infocus para proyectar la información preparada para las exposiciones, un parlante para amplificar la voz del expositor, y un dispositivo de internet inalámbrico para complementar dentro de las exposiciones.

Tabla No. 39: Tecnología

Equipo	Cualidades y beneficios
	Computador portátil <ul style="list-style-type: none">• Elaborar los programas de capacitación.• Apoyo para las capacitaciones.

Equipo	Cualidades y beneficios
	<p>Impresora multifunción</p> <ul style="list-style-type: none"> • Imprimir el material para los capacitados.
	<p>Disco externo 4 Tb</p> <ul style="list-style-type: none"> • Almacenar material de apoyo para las capacitaciones.
	<p>Infocus</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proyectar el material de las capacitaciones.
	<p>Altoparlante</p> <ul style="list-style-type: none"> • Para amplificar la voz del expositor.
	<p>Internet inalámbrico</p> <ul style="list-style-type: none"> • Para proveer de servicio de internet para él o los expositores

Fuente: Investigación personal
Elaborado por: El Autor

2.3. FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES

2.3.1. Ritmo de producción

Por tratarse de un servicio de capacitación, no existe un ritmo de producción establecido, por tal motivo se procederá a detallar un promedio de horas de capacitación mensual de acuerdo a los siguientes cuadros:

Aquí se puede evidenciar el ritmo de producción en horas hombre del capacitador/diseñador curricular.

Tabla No. 40: Ritmo de producción capacitador

Actividad	No. Personas	Tiempo Promedio (Horas)	Tiempo Normal (Horas)	Ritmo de trabajo %
Diseño cursos de capacitación	1	16	16	40%
Capacitación		8	8	20%
Elaboración de material para capacitación		8	8	20%
Revisión de evaluaciones		4	4	10%
Refuerzo de aprendizaje		4	4	10%
TOTAL		40	40	100 %

Fuente: Investigación personal**Elaborado por:** El Autor

En este cuadro se puede ver las horas hombre del Asistente Administrativo, quien sirve de apoyo dentro de la actividad para poner en marcha los cursos de capacitación:

Tabla No. 41: Ritmo de producción Asistente Administrativo

Actividad	No. Personas	Tiempo promedio (horas)	Tiempo normal (horas)	Ritmo de trabajo %
Contactar clientes	1	2	2	25%
Movimiento de redes sociales y pagina web		2	2	25%
Atención al cliente		3	3	37,50%
Manejo de archivo y ficha de capacitados		1	1	12,50%
TOTAL		8	8	100 %

Fuente: Investigación personal**Elaborado por:** El Autor

Dentro de las actividades que desarrolla el Asistente Administrativo, le compete también actividades inmersas a los cursos de capacitación como:

información del curso, registro de datos, lo cual se desglosa en el siguiente cuadro para determinar el tiempo que emplea en estas actividades, netamente dentro del servicio de capacitación:

Tabla No. 42: Tiempo promedio Asistente Administrativo

Actividad	No. Personas	Tiempo Promedio (minutos)
Información del curso	1	15
Registro de datos		5
Total		20

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

Con esta información se podrá determinar, el número de personas atendidas diariamente por parte del asistente administrativo; para esto se transforman a minutos las horas totales de trabajo, y se divide para los minutos que emplea para las actividades correspondientes a los cursos de capacitación, y así se determinará el número de personas atendidas.

Tabla No. 43: Personas que desean tomar los cursos

Descripción	Ponderaciones
Total minutos actividades para cursos de capacitación	20
Minutos jornada normal	420
Personas atendidas	21
Persona que sí desean capacitarse (Pregunta 7 encuesta 65% - Si)	14

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

Con esta información se puede determinar el ritmo de trabajo diario, en este caso se determina el número de personas efectivas, que sí desean tomar el curso de capacitación, de acuerdo al siguiente cuadro:

Tabla No. 44: Ritmo de trabajo mensual promedio

Descripción	Diario	Semanal	Mensual
Número de personas que sí desean tomar los cursos de capacitación	14	70	280

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

Se capacitarán a 280 personas mensuales; esto quiere decir que se dictarán ocho cursos al mes, los días sábado de cada fin de semana en dos jornadas, una en la mañana y otra en la tarde; con una capacidad de 35 personas por jornada.

2.3.2. Nivel de inventario promedio

Al no tratarse de una empresa de producción y no disponer de inventarios propios, para esta empresa de servicios, se va a detallar los materiales de apoyo que sirven para las capacitaciones como son libretas, lápices, borradores, sacapuntas, hojas de papel bond, tinta para la impresora y demás suministros empleados para la actividad; siendo de tallados a continuación:

Tabla No. 45: Inventario promedio

Detalle	Unidad de medida	Cantidad mensual requerida	Valor unitario	Valor total
Libreta a cuadros	unidad	60	\$ 0,35	\$ 21,00
Lápices	unidad	60	\$ 0,12	\$ 7,20
Borrador de queso	unidad	30	\$ 0,08	\$ 2,40
Sacapuntas	unidad	30	\$ 0,12	\$ 3,60
Hojas de papel bond	resma	10	\$ 2,80	\$ 28,00
Tinta para impresora	unidad	12	\$ 5,00	\$ 60,00
Marcador tiza líquida	unidad	8	\$ 0,65	\$ 5,20
Borrador tiza líquida	unidad	2	\$ 0,50	\$ 1,00
Esferos	unidad	40	\$ 0,45	\$ 18,00
Total				\$ 146,40

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

2.3.3. Número de trabajadores

Se cuenta con un total de 2 personas fijas dentro de la empresa de capacitación, quienes tendrán los puestos de: Administrador/Capacitador, Asistente Administrativo, detallados a continuación:

Tabla No. 46: Trabajadores

Área administrativa - operativa	Cantidad	Variabilidad	Tipo de trabajador
Administrador/Capacitador	1	Fijo	De planta
Asistente Administrativo	1	Fijo	De planta

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

2.4. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

2.4.1. Capacidad de producción futura

Para la capacidad de producción futura se tomará como referencia los cursos de capacitación estimados; que corresponden a 4 cursos por mes, se lo detalla en el siguiente cuadro:

Tabla No. 47: Capacidad de producción mensual

Descripción	Mensual	Anual
Cursos de capacitación en desarrollo organizacional	280	3.360

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

Para determinar la proyección de la capacidad de producción futura, se toma como referencia la tasa de crecimiento poblacional estimada en el sector donde se va a desarrollar la actividad, correspondiente al 1,86%; proyectándose a los cinco años siguientes, de acuerdo al siguiente cuadro:

Tabla No. 48: Capacidad de producción futura

Año	Unidades
2019	3.360
2020	3.422
2021	3.486
2022	3.551
2023	3.617
2024	3.684

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

2.5. DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN

2.5.1. Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar

Al tratarse de una empresa de servicios no se requiere de materia prima, en este caso se detallan los inventarios necesarios para brindar los cursos de capacitación, de acuerdo al siguiente cuadro:

Tabla No. 49: Materia primas y sustitutos

Materia prima	Sustitución	Proveedores
Libreta a cuadros	Cuaderno	Dilipa/Comercial Jara
Lápices	Portaminas	Dilipa/Comercial Jara
Borrador de queso	Borrador bicolor	Dilipa/Comercial Jara
Sacapuntas	No hay producto sustituto	Dilipa/Comercial Jara
Hojas de papel bond	Hoja papel borrador	Dilipa/Comercial Jara
Tinta para impresora	No hay producto sustituto	Dilipa/Comercial Jara
Marcador tiza líquida	No hay producto sustituto	Dilipa/Comercial Jara
Borrador tiza líquida	No hay producto sustituto	Dilipa/Comercial Jara
Esferos	No hay producto sustituto	Dilipa/Comercial Jara

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

2.6. CALIDAD

2.6.1. Método de control de calidad

Para que los agricultores pertenecientes a las asociaciones agroproductivas se encuentren satisfechos con este servicio de capacitación para el desarrollo organizacional; es de suma importancia conocer los factores que pueden afectar el desarrollo de los cursos de capacitación; y para esto se aplicará el análisis de Pareto, el que permite hacer un análisis de los datos de forma organizada de forma descendente, de izquierda a derecha, con el propósito de establecer un orden de prioridades; de acuerdo al siguiente cuadro:

Tabla No. 50: Factores que retrasan la producción

Problema	Efecto	No.	%	% Acumulado
Retraso en la entrega de suministros de oficina	Dictar capacitaciones sin material de apoyo	5	33,33	33,33%
Entrega de suministros de oficina incompleto	Dictar capacitaciones material de apoyo incompleto	5	33,33	66,66%
Incremento en impuestos de los suministros de oficina	Incremento del precio en capacitaciones	3	20	86,66%
Diseñador curricular no calificado	Retraso en entrega de programas de capacitación	2	13,34	100%
		15	100%	

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

Con este diagrama de Pareto se pueden identificar los problemas y las causas de mayor relevancia.

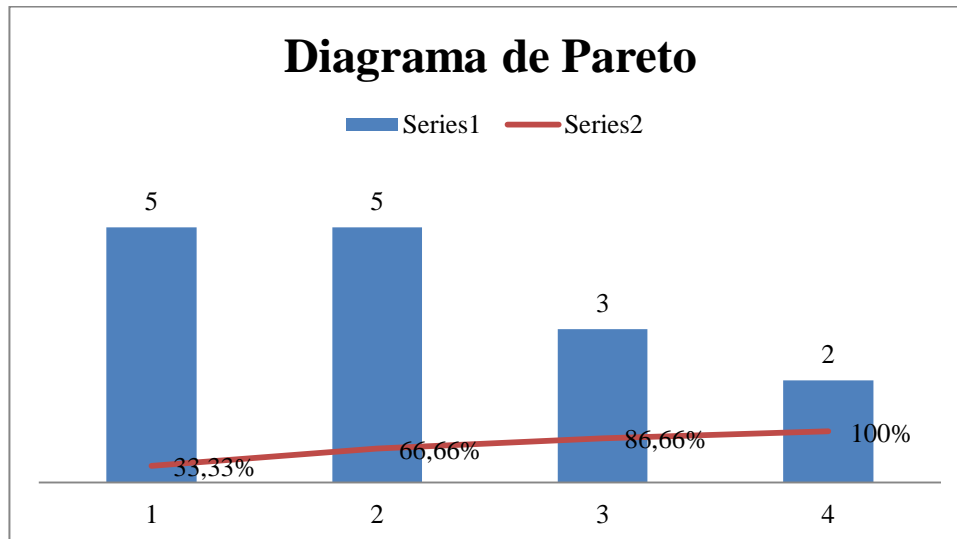


Gráfico No. 22: Diagrama de Pareto

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

Como se puede ver en el gráfico el incremento de impuestos en los suministros de oficina puede ser un factor que ocasione variables en los precios de los cursos de capacitación; por tal motivo se cuenta con un amplio listado de proveedores que puedan mitigar este tipo de inconveniente, así mismo para evitar el desabastecimiento.

2.7. NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN

2.7.1. Seguridad e higiene ocupacional

El presente proyecto se enfoca en el servicio de programas de capacitación, para las personas que integran las asociaciones agroproductivas en el desarrollo organizacional de sus negocios en la provincia de Imbabura, Cantón Angochagua, en donde se mantendrá una interacción constante con las personas de las asociaciones, es así que es importante mantener presentes siempre las normas de seguridad e higiene ocupacional,

y para esto se expone parte del material del Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y Mejoramiento del Medio Ambiente de Trabajo.

En este caso se hace alusión al Art. 34 correspondiente a limpieza de locales del reglamento mencionado, el cual señala:

1. Los locales de trabajo y dependencias anexas deberán mantenerse siempre en buen estado de limpieza.
2. En los locales susceptibles de que se produzca polvo, la limpieza se efectuará preferentemente por medios húmedos o mediante aspiración en seco, cuando aquélla no fuera posible o resultare peligrosa.
3. Todos los locales deberán limpiarse perfectamente, fuera de las horas de trabajo, con la antelación precisa para que puedan ser ventilados durante media hora, al menos, antes de la entrada al trabajo.
4. Cuando el trabajo sea continuo, se extremarán las precauciones para evitar los efectos desagradables o nocivos del polvo o residuos, así como los entorpecimientos que la misma limpieza pueda causar en el trabajo.
5. Las operaciones de limpieza se realizarán con mayor esmero en las inmediaciones de los lugares ocupados por máquinas, aparatos o dispositivos, cuya utilización ofrezca mayor peligro. El pavimento no estará encharcado y se conservará limpio de aceite, grasa y otras materias resbaladizas.
6. Los aparatos, máquinas, instalaciones, herramientas e instrumentos, deberán mantenerse siempre en buen estado de limpieza.
7. Se evacuarán los residuos de materias primas o de fabricación, bien directamente por medio de tuberías o acumulándolos en recipientes adecuados que serán incombustibles y cerrados con tapa si los residuos resultan molestos o fácilmente combustibles.
8. Igualmente, se eliminarán las aguas residuales y las emanaciones molestas o peligrosas por procedimientos eficaces.
9. Como líquido de limpieza o desengrasado se emplearán preferentemente detergentes. En los casos que sea imprescindible limpiar o desengrasar con gasolina y otros derivados del petróleo, se extremarán las medidas de prevención de incendios.
10. La limpieza de ventanas y tragaluces se efectuará, con la regularidad e intensidad necesaria.
11. Para las operaciones de limpieza se dotará al personal de herramientas y ropa de trabajo adecuadas y, en su caso, equipo de protección personal.

CAPÍTULO III

3. ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

3.1. OBJETIVO DEL ESTUDIO DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

Elaborar un estudio técnico administrativo dentro de la organización que gestione y garantice el correcto funcionamiento de la empresa de capacitación para el fortalecimiento organizacional de las asociaciones agroproductivas.

3.2. ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

3.2.1. Visión de la Empresa

Llegar a ser en el año 2024 una de las primeras empresas de capacitación de calidad, enfocada en el desarrollo organizacional de las asociaciones agroproductivas, en base a temas administrativos, contables, de marketing, liderazgo, sistema organizacional, producción, emprendimiento.

3.2.2. Misión de la Empresa

Capacitar a la gente campesina que conforma las asociaciones agroproductivas en la provincia de Imbabura, cantón Angochagua, en busca del desarrollo y fortalecimiento organizacional de sus negocios; y principalmente conseguir que tengan una mejor calidad de vida.

3.2.3. Objetivos y estrategias

A continuación se detallan las estrategias planteadas dentro de la matriz de fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas, FODA; en base al siguiente cuadro:

Tabla No. 51: Matriz F.O.D.A.

	<u>FORTALEZAS</u>	<u>DEBILIDADES</u>
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Personal altamente capacitado. 2. Ubicación estratégica de fácil llegada. 3. Metodología de fácil entendimiento para los participantes. 4. Servicio de capacitación innovador. 5. Se cuenta con bienes y equipos para la puesta en marcha del servicio. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. No se cuenta con infraestructura propia. 2. Recursos económicos limitados. 3. Proyecto nuevo en el mercado. 4. Grupo campesino puede presentar dificultades en adaptarse a herramientas tecnológicas. 5. Poca aceptación a la hora de presentar el servicio.
<u>OPORTUNIDADES</u>	<u>ESTRATEGIAS F-O</u>	<u>ESTRATEGIAS D-O</u>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Apoyo incondicional por parte del Estado Ecuatoriano para las personas y comunidades más vulnerables. 2. Empresas Públicas brindan capacitaciones muy básicas y no tan frecuentes. 3. Amplio portafolio de proveedores. 4. Apoyo a las comunidades campesinas con la nueva ley del emprendimiento. 5. Elevado interés de las personas campesinas para capacitarse. 6. No existen empresas privadas en el sector 	<p>F104: Unir experiencia y conocimientos con la nueva ley de emprendimiento, e impulsar a las comunidades campesinas con este tipo de proyectos.</p> <p>F305: Con la metodología de enseñanza crear en los participantes un elevado interés por capacitarse constantemente.</p> <p>F401: Alianzas con entidades de gobierno para dar a conocer este tipo de servicio en comunidades campesinas a nivel nacional.</p> <p>F302: Alianzas con las comunidades campesinas concientizando la importancia de la capacitación en desarrollo continuo.</p>	<p>D105: Crear alianzas con las asociaciones campesinas para conseguir un lugar para impartir las capacitaciones.</p> <p>D204: Presentar este proyecto ante la entidad gubernamental encargada de la nueva ley de emprendimiento para conseguir recursos económicos.</p> <p>D306: Concientizar dentro del sector campesino la importancia de capacitarse para el desarrollo organizacional.</p> <p>D405: Mediante la metodología de fácil entendimiento para este tipo de comunidades campesinas, captar la atención y el interés para adaptarse a herramientas tecnológicas complementarias para la capacitación.</p>

<p>que dicten este tipo de capacitaciones.</p> <p>7. Las personas campesinas no reciben capacitaciones enfocadas en el desarrollo organizacional, con visión en la educación continua.</p> <p>8. Apoyo de sistemas de riego tecnificado para las tierras de las comunidades agroproductivas.</p>	<p>F108: Reforzar los conocimientos de las personas campesinas, con herramientas tecnológicas que sirven de apoyo para el desarrollo del agro.</p>	<p>D507: Exponer mediante un cuadro comparativo las capacitaciones de los temas que dictan las entidades de gobierno, versus los temas que se van a dictar en este tipo de cursos, demostrando la practicidad y el enfoque en el desarrollo organizacional de estas comunidades campesinas.</p>
<p><u>AMENAZAS</u></p> <p>1. Es muy lenta la gestión gubernamental, existe mucha burocracia, dando paso a la ineficiencia en la entrega de proyectos para el agro.</p> <p>2. Decrecimiento económico en el último trimestre del año 2019, debido al paro nacional en el mes de octubre.</p> <p>3. Implementación de herramientas tecnológicas para las personas campesinas (tablets, Smartphone, etc.); se consideraría que no se adaptarían.</p>	<p>ESTRATEGIAS F-A</p> <p>F1A1: Poner en marcha inmediatamente los programas de capacitación, para que la gente campesina lo ponga en práctica.</p> <p>F5A2: Se pueden otorgar precios módicos en los cursos, debido a que se cuenta con bienes y equipamiento propio.</p> <p>F3A3: Se emplea metodologías de fácil entendimiento creando un buen ambiente y una mejor adaptabilidad con herramientas tecnológicas.</p> <p>F4A2: Fomentar este tipo de capacitaciones en el resto de comunidades campesinas a nivel país; con el propósito de incrementar la matriz productiva y generar más ingresos en el territorio ecuatoriano.</p>	<p>ESTRATEGIAS D-A</p> <p>D1A2: Fomentar este tipo de capacitaciones en el resto de comunidades campesinas a nivel país; con el fin de mantener presencia constante con instalaciones propias a nivel nacional.</p> <p>D2A1: Presentar el proyecto a organismos internacionales con fines de apoyo social, para agilizar trámites de liquidez.</p> <p>DEA3: Mediante charlas, se concientizará en las comunidades campesinas la importancia de las capacitaciones en desarrollo organizacional, para el crecimiento de sus negocios.</p> <p>D5A3: Emplear técnicas y metodologías de enseñanza de fácil entendimiento para los participantes creando un alto interés y principalmente complementar con herramientas tecnológicas.</p>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

Como se puede ver, se han planteado las estrategias de la matriz F.O.D.A; con el propósito de dar inicio a una empresa de capacitación confiable, sólida, y principalmente que brinde servicios de calidad ante los participantes de las asociaciones agroproductivas.

Es así que el planteamiento de estas estrategias serán complementadas con la matriz de objetivos estratégicos, en donde se establecerán los objetivos de cada año, concatenados con sus políticas y estrategias respectivas; de la siguiente manera:

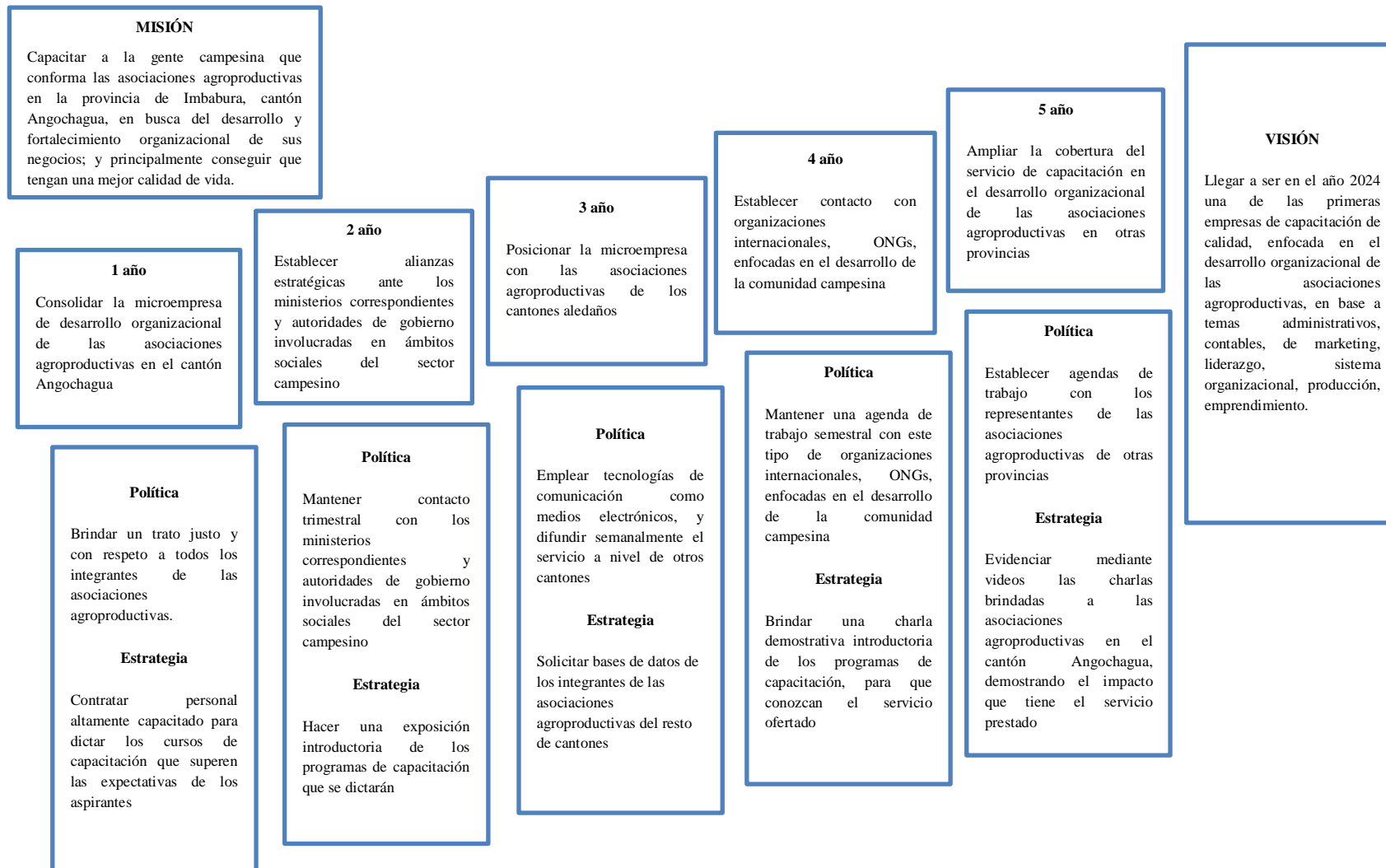


Gráfico No. 23: Matriz de objetivos estratégicos

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

3.3. ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA

3.3.1. Organización Interna

Aunque es una organización pequeña integrada por un equipo de trabajo reducido, con el cual se iniciarán las actividades de capacitación para las organizaciones agroproductivas en la provincia de Imbabura, cantón Angochagua, se define su estructura organizacional de la siguiente manera:

**“Centro de Desarrollo Continuo para Agro Emprendedores”
CEDECOPAE CÍA. LTDA.**

Organigrama Estructural



Gráfico No. 24: Organización estructural

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

“Centro de Desarrollo Continuo para Agro Emprendedores”
CEDECOPAE CÍA. LTDA.

Organigrama Funcional

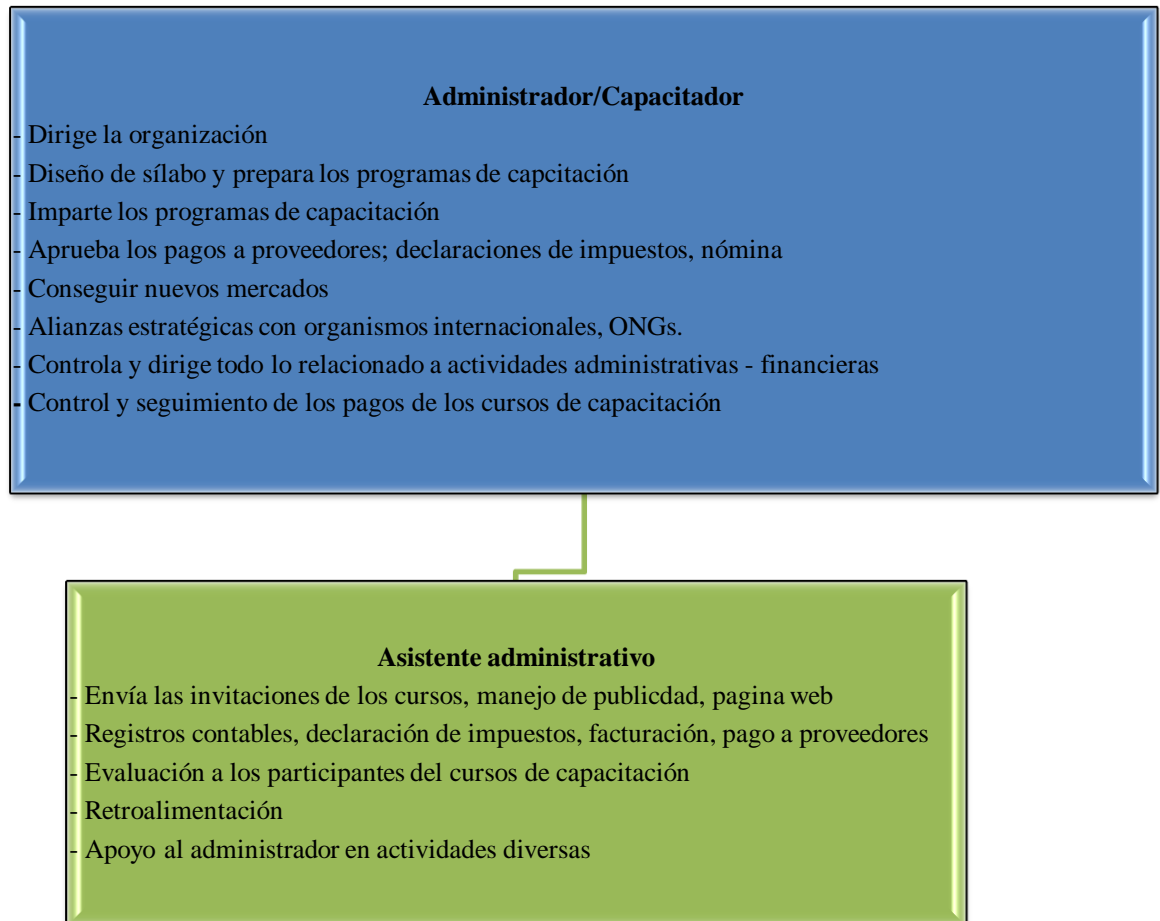


Gráfico No. 25: Organización funcional

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

3.3.2. Descripción del puesto

A continuación se hará una breve descripción de las funciones de cada uno de los puestos, de acuerdo a los siguientes cuadros:

Tabla No. 52: Descripción del Puesto – Administrador/Capacitador

I. INFORMACIÓN BÁSICA
Puesto: Administrador/Capacitador
Jefe inmediato superior N/A
Supervisa a Asistente Administrativo
II. NATURALEZA DEL PUESTO
<ul style="list-style-type: none">- Planificación estratégica- Alianzas estratégicas- Impartir cursos de capacitación- Controla, administra, dirige
III. FUNCIONES
<ul style="list-style-type: none">- Planifica cronograma y actividades- Diseña los programas de capacitación- Controla y dirige todas las actividades administrativas - financieras- Busca nuevos mercados/alianzas est.
IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO
Título profesional
<ul style="list-style-type: none">- Ing. Administración de Empresas- Economista- Ing. Comercial- Carreras afines
Experiencia 3- 5 años
Habilidades
<ul style="list-style-type: none">- Proactivo- Facilidad de negociación- Facilidad de palabra- Agilidad en los números
Formación
<ul style="list-style-type: none">- En Administración de Empresas- En Economía- En Comercial

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

Tabla No. 53: Descripción del Puesto – Asistente Administrativo

I. INFORMACIÓN BÁSICA
Puesto: Asistente Administrativo
Jefe inmediato superior Administrador
Supervisa a N/A
II. NATURALEZA DEL PUESTO <ul style="list-style-type: none">- Manejo de publicidad, redes sociales, página web- Actividades Administrativas y operativas
III. FUNCIONES <ul style="list-style-type: none">- Invitaciones de los cursos, página web- Control de pagos de participantes- Registros contables, facturación- Apoyo al Administrador
IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO
Título profesional <ul style="list-style-type: none">- Ing. Administración de Empresas (Planificación Estratégica)- Lic. en Docencia (especializado en los temas de capacitación propuestos)- Tecnólogo en Administración de Empresas- Carreras afines
Experiencia 1- 2 años
Habilidades <ul style="list-style-type: none">- Proactivo- Facilidad de palabra- Iniciativa
Formación <ul style="list-style-type: none">- Administración de Empresas- Marketing

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

3.4. CONTROL DE GESTIÓN

3.4.1. Indicadores de gestión

Tabla No. 54: Indicadores de gestión

Área	Tiempo	Responsable	Fórmula	Meta
Administrador/ Capacitador	Anual	Administrador/ Capacitador	(# Capacitaciones cumplidas/# capacitaciones proyectadas)*100	90%
	Anual	Administrador/ Capacitador	(# participantes capacitados/# total capacitados)*100	100%
	Anual	Administrador/ Capacitador	(# horas de formación ejecutadas/ # horas de formación planificadas)*100	90%
	Anual	Administrador/ Capacitador	(# cursos ejecutados / # cursos planificados)*100	100%
	Anual	Administrador/ Capacitador	(# de clientes visitados o llamados/Total clientes)*100	100%
	Anual	Administrador/ Capacitador	(# de diseños curriculares actualizados / # total de diseños curriculares de oferta formativa)*100	90%
	Anual	Administrador/ Capacitador	(# de nuevos programas capacitación /Total de programas de oferta de capacitación)*100	90%

Asistente Administrativo	Anual	Asistente Administrativo	(#total de facturas confirmadas el pago/ # total de participantes por asistir a la capacitación)*100	80%
	Anual	Asistente Administrativo	(#total de facturas de por pagar a proveedores / # total de proveedores pendientes de pago)*100	90%

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

En el presente cuadro se describen los indicadores de gestión de las distintas áreas, por medio de los cuales se va a medir de manera cuantitativa el cumplimiento de los objetivos.

3.5. NECESIDADES DE PERSONAL

Tabla No. 55: Necesidad de personal

Puesto	Cantidad	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Administrador/Capacitador	1					
Asistente Administrativo	1					
Capacitador	1					

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

El Centro de Desarrollo Continuo para Agro Emprendedores CEDECOPAE Cía. Ltda. tendrá presencia en la provincia de Imbabura, exactamente en el cantón Angochagua; una vez que se ha organizado la capacidad productiva de la organización se iniciaría con una estructura organizacional pequeña, una vez cimentada la organización en el primer año; será necesario contratar un Capacitador para el segundo año y posteriormente se hará el análisis para reestructurar la organización y analizar la contratación de otros profesionales involucrados en este tipo de negocio que complementen el equipo de trabajo.

CAPÍTULO IV

4. ÁREA JURÍDICA LEGAL

4.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO JURÍDICO LEGAL

Determinar las bases jurídicas legales, que sustenten la viabilidad y puesta en marcha de este tipo de empresas de capacitación para el desarrollo organizacional de las asociaciones agroproductivas.

4.2. Determinación de la forma jurídica

La microempresa Centro de Desarrollo Continuo para el Agro Emprendedor CEDECOPAE, será creada con una figura jurídica de Compañía de Responsabilidad Limitada, la cual contará para su inicio y desarrollo con su propio capital, para esto se detalla a continuación el proceso de constitución:

Tabla No. 56: Proceso de Constitución de Compañías de Responsabilidad Limitada

Requisito	Descripción
Reserva de nombre	Con el nombre de la empresa, se dirige a la Superintendencia de Compañías. Revisar que no exista otra empresa con el mismo nombre.
Elaborar un estatuto	Se realiza un contrato social que regirá a la sociedad y se valida mediante una minuta firmada por un abogado.

Requisito	Descripción
Abrir una cuenta	En cualquier banco del país con estos requisitos: <ul style="list-style-type: none"> • Poseer un capital mínimo de \$400. • Una Carta de socios, se debe detallar la participación de cada uno de los socios. • Presenta por cada socio 2 copias de cedula y papeleta de votación. • Solicitar un certificado de cuentas de integración de Capital.
Eleva a escritura pública	Acudir ante cualquier notario público, llevando los siguientes papeles: <ul style="list-style-type: none"> • Reserva de nombre de la empresa. • Certificado de cuenta de integración de Capital • La minuta con los estatutos.
Aprueba el estatuto	Ir a la Superintendencia de Compañías con la escritura pública para su revisión y aprobación según la resolución.
Publicar en un diario	La Superintendencia de Compañías entregará 4 copias de la resolución y un extracto para realizar la publicación, puede publicar en el diario de circulación nacional de su gusto.
Obtener los permisos municipales	Solicitar en el Municipio de Quito, donde el dueño de la empresa realizar lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> • Pagar la patente municipal. • Pedir el certificado de cumplimiento y obligaciones.
Inscribir la compañía	Para la inscripción de la compañía se debe llevar todos los documentos antes mencionados al Registro Mercantil de Quito, para inscribir la Sociedad.
Realizar la junta general de accionistas	En esta junta se elegirá al representante de la empresa, (Gerente, presidente, administrador etc.) según se haya definido en el estatuto.
Obtener los documentos habilitantes	Con la inscripción en el Registro Mercantil, en la Superintendencia de Compañías se hará la entrega de los documentos para abrir el RUC de la empresa.
Inscribir el nombramiento del representante	Dentro de los 30 días posteriores a su designación, acudir nuevamente al Registro Mercantil para inscribir el nombramiento del administrador de la empresa designado en la Junta de Accionistas, con su razón de aceptación

Requisito	Descripción
Obtener el RUC	El Registro Único de Contribuyente RUC, se lo solicita en el Servicio de Rentas Internas SRI, para dar inicio a cualquier actividad comercial, en base a los siguientes requisitos: <ul style="list-style-type: none"> • Formulario debidamente lleno • Original y copia de la escritura de la constitución • Original y copia de los nombramientos • Copia de cédula y papeleta de votación de los socios • Carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite.
Carta para el banco	Con el RUC, en la Superintendencia de Compañías te entregarán una carta dirigida al banco donde abriste la cuenta, para que puedas disponer del valor depositado.

Fuente: Lexpro Ecuador

Elaborado por: El Autor

4.3. Patentes y marcas

La patente de invención evita el plagio de las creaciones y permite que el inventor se beneficie de la distribución comercial de su trabajo. Esta medida no solamente garantiza los derechos de los inventores, sino que promueve la creatividad y la publicación de las nuevas ideas. (Pérez J., 2009).

La marca es el signo que distingue en el mercado los productos o servicios de un empresario. Pueden ser marcas las palabras o combinaciones de palabras, imágenes, figuras, símbolos, gráficos, letras, cifras, formas tridimensionales, etc. Su función es la de diferenciar e individualizar en el mercado unos productos o servicios de otros productos o servicios idénticos o similares, así como identificar su origen empresarial, y en cierta manera ser un indicador de calidad y un medio de promoción de ventas. (Andrade P, 1997)

Para el registro de la patente en el Ecuador hay que seguir los siguientes pasos:

Tabla No. 57: Patentes Personas Naturales

Tipo de personas	Descripción
Personas naturales NO obligadas a llevar contabilidad	<ul style="list-style-type: none">• Formulario de la declaración de Patente Municipal debidamente lleno. Éste se puede obtener en la página www.quito.gob.ec• Copia de la cédula y certificado de votación de las últimas elecciones.• Copia del Registro Único de Contribuyentes. En el caso de que posea, registro de comerciantes. No necesita el RUC actualizado.• Original y copia de la licencia de conducir, categoría profesional, en el caso de que realice actividades de transporte.• Original y copia del carné del CONADIS en el cual se verifique el grado de discapacidad que posea el administrado.

Fuente: Prensa Quito

Elaborado por: El Autor

Tabla No. 58: Patentes Personas Jurídicas

Tipo de personas	Descripción
Personas naturales obligadas a llevar contabilidad y personas jurídicas	<ul style="list-style-type: none">• Formulario de la declaración de Patente Municipal debidamente lleno y suscrito por el representante legal. www.quito.gob.ec• Copia de la cédula y certificado de votación de las últimas elecciones del representante legal.• Copia de la escritura protocolizada de constitución de la persona jurídica (en el caso de las empresas nuevas).• Copia del nombramiento del representante legal.

Fuente: Prensa Quito

Elaborado por: El Autor

En el caso de la constitución en el presente trabajo, se tomarían los requisitos para personas naturales obligadas a llevar contabilidad y personas jurídicas.

Con respecto a las marcas, tanto los ciudadanos nacionales como extranjeros, lo pueden hacer sin ningún problema, a continuación se detallan los pasos para registrar una marca:

Tabla No. 59: Requisitos para las marcas

Requisito	Descripción
1.- Definir el tipo de marca que deseas registrar	Debes saber que el registro de marcas está definido bajo la categoría de Signos Distintivos de la Ley de Propiedad intelectual vigente y que existen distintos tipos de marcas.
Literales	
a) Denominación de Origen.-	Este tipo de marca se usa para aquellos productos procedentes de una determinada región y que contienen características propias como factores naturales o humanos.
b) Lema Comercial.-	Es la frase que acompaña o acompañará tu marca.
c) Marca de certificación.-	Es el signo que certifica la calidad, origen y componentes de los productos o servicios elaborados o distribuidos por personas autorizadas.
d) Marca Tridimensional.-	Es el signo que posee entre sus características: alto, ancho y profundidad y que ocupa en sí mismo un espacio determinado.
e) Marca Colectiva.-	Es el signo que distingue el origen y características de los productos o servicios de diferentes empresas que utilizan una misma marca bajo el control del titular.
f) Nombre Comercial.-	Es la enseña o rótulo que identifica un determinado local comercial, así como las actividades que desenvuelve.
2.- Consultar si no existen impedimentos para el registro de tu marca o si existe algún duplicado.	Una vez que has hecho la consulta sobre si tu marca se encuentra libre de uso, podrás continuar con el proceso.
3.- Solicitud de tu Casillero Virtual	En la página web del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual Al ingresar deberás llenar los datos que el sistema solicite.
4.- Entrar en la opción “Solicitud de Servicios en Línea”	Ingresa en el tipo de trámite que deseas realizar. En tú caso corresponderá, Registro de Signos Distintivos, que es el que recae en el registro de marcas.

Requisito	Descripción
5.- Llenar el Formulario.	Podrás hacerlo en la misma computadora y a través de la vista previa, tendrás la posibilidad de revisar si todos los datos están correctos.
6.- Imprime el Comprobante de Pago.	Al verificar que tu formulario está correcto, haz clic en generar Comprobante de Pago. Imprime el documento y prepárate para hacer el pago correspondiente, en el Banco del Pacífico.
7.- Registrar el pago.	Una vez realizaste el pago, deberás volver a ingresar en tu Casillero Virtual. Entra en la lista de solicitudes enviadas, ubica la que habías generado y haz clic en el “botón iniciar proceso”. Te solicitará el número de comprobante de pago, el cual deberás subir en archivo PDF.
8.- Armar tu carpeta.	<ul style="list-style-type: none"> • Anexar a la misma, la Solicitud de Registro de Signos Distintivos debidamente firmada, tres copias en blanco y negro de la solicitud y dos copias del comprobante del depósito realizado para el pago del trámite. • Además, deberás adjuntar, en el caso de que hagas la solicitud como persona natural: dos copias en blanco y negro de la cédula de identidad. • Si quieres hacer la solicitud como persona jurídica, tendrás que adjuntar una copia notariada del nombramiento de la persona que es Representante Legal de la organización. • Adjuntar la marca que deseas registrar, si la marca está compuesta de imágenes y logotipos o de imágenes, logotipos y letras deberás contar con 6 prototipos a color que deberán tener 5 cm de ancho por 5 cm de alto, impresos en papel adhesivo. • Podrás estar atento al estado de tu trámite, ingresando a la página del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, en la sección “Trámites en Línea”. • La protección de tu marca tendrá una vigencia de 10 años y tendrás la posibilidad de renovarla de manera indefinida. Ten en cuenta, que la renovación podrá realizarse 6 meses antes del vencimiento de la misma o en su defecto, hasta un máximo de 6 meses después de la fecha de su vencimiento.

Fuente: SENADI – Servicio Nacional de Derechos Intelectuales

Elaborado por: El Autor

4.4. Licencias necesarias para funcionar y documentos legales

Para que la microempresa inicie sus actividades, son necesarias las siguientes licencias y documentaciones legales:

Tabla No. 60: Registro Único de Contribuyente RUC

Registro Único de Contribuyente RUC
1. Formulario RUC 01-A y RUC 01-B
2. Escritura pública de constitución, inscrita en el Registro Mercantil
3. Hoja de registro de sociedades otorgado por la Superintendencia de Compañías
4. Nombramiento del representante legal, inscrito en el Registro Mercantil
5. Copia de cédula y papeleta de votación del representante legal
6. Carta de pago de luz, agua, teléfono, de cualquiera de los tres últimos meses

Fuente: Servicio de Rentas Internas SRI

Elaborado por: El Autor

Tabla No. 61: Registro Mercantil

Registro Mercantil
1. Escritura de constitución de la empresa
2. Pago de la patente municipal
3. Exoneración del impuesto del 1 por mil de activos
4. Publicación en la prensa del extracto de la escritura de constitución
5. Certificado de afiliación a una de las cámaras de la producción

Fuente: Registro Mercantil

Elaborado por: El Autor

Tabla No. 62: Patente Municipal

Patente Municipal
1. Permiso de funcionamiento, la petición se lo hace al comisario de Ibarra
2. Copia de la escritura pública de la compañía
3. Permisos de los bomberos
4. Certificado de no adeudar al municipio
5. Formulario de la patente
6. Solicitud del trámite para el permiso de funcionamiento
7. Copia de cédula de identidad del representante legal de la compañía

Fuente: Municipio de Ibarra

Elaborado por: El Autor

Tabla No. 63: Permiso de funcionamiento

Permiso de funcionamiento
1. Nombramiento del representante legal de la compañía
2. Copia de la escritura pública de la compañía
3. Copia de cédula de identidad del representante legal de la compañía
4. Solicitud del trámite
5. Permiso de bomberos
6. Pago del predio actualizado
7. Certificado de no adeudar al municipio

Fuente: Municipio de Ibarra

Elaborado por: El Autor

CAPÍTULO V

5. ÁREA FINANCIERA

5.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE FINANCIERO

Analizar la viabilidad económica – financiera que oriente hacia la creación de esta empresa de capacitación.

5.2. PLAN DE INVERSIONES

Si tiene dinero en una cuenta de ahorros, ya tiene al menos una inversión a su nombre. Una inversión es simplemente cualquier instrumento en el que se pueden colocar unos fondos con la esperanza de que generarán rentas positivas y/o su valor se mantendrá o aumentará. Los rendimientos de las inversiones se reciben por dos vías: las rentas que paguen y el incremento del valor. (Gitman, 2005)

Para poder brindar este servicio de capacitación para el desarrollo organizacional de las asociaciones agro-productivas por parte de la microempresa Centro de Desarrollo Continuo para Agro Emprendedores CEDECOPAE Cía. Ltda., es necesaria la inversión detallada en el siguiente cuadro:

Tabla No. 64: Tabla de inversión y financiamiento

ACTIVOS				
CANT.	DESCRIPCIÓN	V. UNITARIO	V. TOTAL	T. GENERAL
	INSTALACIONES Y REMODELACIÓN			1.000,00
1	Adecuación de local y oficina	1.000,00	1.000,00	
	MAQUINARIA Y EQUIPO			750,00
1	Altoparlante con pedestal	150,00	150,00	
1	Proyector	600,00	600,00	
	SUMINISTROS DE OFICINA			41,45
2	Grapadora	10,00	20,00	
2	Perforadora	7,50	15,00	
3	Carpetas archivadoras	2,15	6,45	
	MUEBLES Y ENSERES			1.250,00
1	Archivador de cuatro cajones	200,00	200,00	
1	Archivador aéreo	150,00	150,00	
1	Escritorio Gerencial	150,00	150,00	
1	Counter Recepción	250,00	250,00	
2	Sillas para escritorio	75,00	150,00	
1	Juego de tres sillas	150,00	150,00	
1	Pizarra tiza líquida	200,00	200,00	
	EQUIPO DE COMPUTACIÓN			1.480,00
1	Laptop	600,00	600,00	
1	Computadora de mesa	400,00	400,00	
1	Impresora multifunción	400,00	400,00	
1	Disco externo 4TB	80,00	80,00	
	EQUIPO DE OFICINA			300,00
1	Central telefónica	50,00	50,00	
2	Celular	125,00	250,00	
	INVENTARIO (suministros de capacitación)			146,40
60	Libreta a cuadros	0,35	21,00	
60	Lápices	0,12	7,20	
30	Borrador de queso	0,08	2,40	
30	Sacapuntas	0,12	3,60	
10	Resma de papel bond	2,80	28,00	
12	Tintas para impresora (6 colores)	5,00	60,00	
8	Marcador tiza líquido	0,65	5,20	
2	Borrador tiza líquida	0,50	1,00	
40	Esferos	0,45	18,00	
	ACTIVO DIFERIDO			1.196,79
1	Estudio del proyecto	100,00	100,00	
1	Permisos de funcionamiento	200,00	200,00	
1	Gastos de constitución	400,00	400,00	
1	Imprevistos (10%) Act. Del total	496,79	496,79	
	CAPITAL DE TRABAJO			7.264,67
1	Capacitador	1.021,07	3.063,22	
1	Asistente Administrativo	650,48	1.951,45	
1	Arriendo	500,00	1.500,00	
1	Servicios Básicos	250,00	750,00	
	TOTAL ACTIVO	8.228,06	13.429,31	13.429,31
	TOTAL INVERSIÓN			13.429,31

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

Es necesaria una inversión inicial correspondiente a un valor de \$ 6.164,64; con un capital de trabajo por un monto de \$ 7.264,67 para una operación de tres meses; esto quiere decir que aproximadamente se necesita una inversión total de \$ 13.429,31.

Tabla No. 65: Inversión

Descripción	Valor
Inversión inicial	\$ 6.164,64
Capital de trabajo	\$ 7.264,67
Total	\$ 13.429,31

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

5.3. PLAN DE FINANCIAMIENTO

“Financiamiento es la obtención de recursos de fuentes internas o externas, a corto, mediano, o largo plazo, que requiere para su operación normal y eficiente una empresa pública, privada, social o mixta.” (Perdomo, 1998).

a) Forma de financiamiento

El recurso requerido para el proyecto, será propio; evitando así el financiamiento externo o la participación de terceros en el mismo; el presente plan de negocio estará financiado de la siguiente forma:

Tabla No. 66: Plan de financiamiento

Descripción	Total (USD)	Total %
Recursos Propios - Efectivo	\$ 13.429,31	100
Total	\$ 13.429,31	100

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

Contando con un aporte propio para el presente proyecto por un valor de \$ 13.429,31.

5.4. CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS

a) Detalle de Costos

El costo está representado por la suma de los recursos expresados en términos monetarios que se invierten para poder producir un bien o prestar un servicio que genere beneficios económicos futuros y éste se recupera en el momento de la venta de los productos o servicios. (López, 2018).

A continuación, se presenta el detalle de los costos del proyecto en la siguiente tabla:

Tabla No. 67: Detalle de costos

DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL REQUERIDA	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
MATERIA PRIMA		252	10,07	146,40	1.756,80
Libreta a cuadros	unidad	60	0,35	21,00	252,00
Lápices	unidad	60	0,12	7,20	86,40
Borrador de queso	unidad	30	0,08	2,40	28,80
Sacapuntas	unidad	30	0,12	3,60	43,20
Resma de papel bond	unidad	10	2,80	28,00	336,00
Tintas para impresora (6 colores)	unidad	12	5,00	60,00	720,00
Marcador tiza líquido	unidad	8	0,65	5,20	62,40
Borrador tiza líquida	unidad	2	0,50	1,00	12,00
Esferos	unidad	40	0,45	18,00	216,00
MANO DE OBRA		2	1.671,56	1.671,56	20.058,68
Capacitador	\$	1	1.021,07	1.021,07	12.252,88
Asistente Administrativo	\$	1	650,48	650,48	7.805,80
COSTOS INDIRECTOS		2	750,00	750,00	9.000,00
Arriendo	\$	1	500,00	500,00	6.000,00
Servicios Básicos	Plan	1	250,00	250,00	3.000,00
TOTAL		256,00	2.431,63	2.567,96	30.815,48

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

Los costos mensuales del proyecto asciende a un valor de \$ 2.567,96 y los costos anuales corresponden a un valor de \$ 30.815,48.

b) Proyección de Costos

El cálculo de la proyección de costos para los siguientes años, se lo realizó de acuerdo al promedio de los últimos cinco años de la tasa de inflación acumulada en el país, información del Banco Central del Ecuador 2019, correspondiente al 1,33%, como se detalla en el siguiente cuadro:

Tabla No. 68: Proyección de costos

DESCRIPCIÓN	COSTOS MENSUALES	COSTOS		TOTAL AÑO 1	COSTOS		TOTAL AÑO 2	COSTOS		TOTAL AÑO 3	COSTOS		TOTAL AÑO 4	COSTOS		TOTAL AÑO 5
		FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES	
MATERIA PRIMA	146,40			1.540,80			1.561,29			1.582,06			1.603,10			1.624,42
Libreta a cuadros	21,00		21,00	252,00		21,28	255,35		21,56	258,75		21,85	262,19		22,14	265,68
Lápices	7,20		7,20	86,40		7,30	87,55		7,39	88,71		7,49	89,89		7,59	91,09
Borrador de queso	2,40		2,40	28,80		2,43	29,18		2,46	29,57		2,50	29,96		2,53	30,36
Sacapuntas	3,60		3,60	43,20		3,65	43,77		3,70	44,36		3,75	44,95		3,80	45,54
Resma de papel bond	28,00		28,00	336,00		28,37	340,47		28,75	345,00		29,13	349,59		29,52	354,23
Tintas para impresora (6 colores)	60,00		60,00	720,00		60,80	729,58		61,61	739,28		62,43	749,11		63,26	759,07
Marcador tiza líquido	5,20		5,20	62,40		5,27	63,23		5,34	64,07		5,41	64,92		5,48	65,79
Borrador tiza líquida	1,00		1,00	12,00		1,01	12,16		1,03	12,32		1,04	12,49		1,05	12,65
Esferos	18,00		18,00	216,00		18,24	218,87		18,48	221,78		18,73	224,73		18,98	227,72
MANO DE OBRA	1.671,56			12.252,88			12.415,84			12.580,97			12.748,30			12.917,85
Capacitador	1.021,07	1.021,07		12.252,88	1.034,65		12.415,84	1.048,41		12.580,97	1.062,36		12.748,30	1.076,49		12.917,85
COSTOS INDIRECTOS	750,00			9.000,00			9.119,70			9.240,99			9.363,90			9.488,44
Arriendo	500,00	500,00		6.000,00	506,65		6.079,80	513,39		6.160,66	520,22		6.242,60	527,14		6.325,62
Servicios Básicos	250,00	250,00		3.000,00	253,33		3.039,90	256,69		3.080,33	260,11		3.121,30	263,57		3.162,81
TOTAL	2.567,96	1.771,07	146,40	22.793,68	1.794,63	148,35	23.096,84	1.818,50	150,32	23.404,02	1.842,68	152,32	23.715,30	1.867,19	154,35	24.030,71

Fuente: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf201905.pdf>

Elaborado por: El Autor

c) Detalle de Gastos

Define gasto como el costo expirado, es decir, cualquier partido o clase de costo de una actividad (o pérdida sufrida en su realización); erogación presente o pasada sufragando el costo de una operación presente, o representando un costo irre recuperable o una pérdida; un gasto derivado de castigar (o rebajar) el valor en libros de una partida de activo fijo se usa con frecuencia dicho término conjuntamente con alguna palabra o expresión calificativa que denota una función, una organización o un período de tiempo; como gastos de venta, gastos de fábrica, o gastos mensuales. (Abanto M., 2013).

En el siguiente cuadro se detallan los gastos del plan de negocios para la empresa de capacitación:

Tabla No. 69: Detalle de gastos

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	FRECUENCIA DEL GASTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
SUELDO PERSONAL				650,48	7.805,80
Asistente Administrativo	\$	650,48	1	650,48	7.805,80
DEPRECIACIONES				68,61	823,28
Instalaciones y remodelación	unidades	1.000,00	1	8,33	100,00
Maquinaria y equipo	unidades	750,00	1	6,25	75,00
Muebles y enseres	unidades	1.250,00	1	10,42	125,00
Equipo de computación	unidades	1.480,00	1	41,11	493,28
Equipo de oficina	unidades	300,00	1	2,50	30,00
AMORTIZACIONES				19,95	239,36
Activo diferido	\$	1.196,79	1	19,95	239,36
SUMINISTROS DE OFICINA				19,65	235,80
Grapadora	Unidad (resma)	10,00	1	10,00	120,00
Perforadora	Unidad	7,50	1	7,50	90,00
Carpetas archivadoras	Caja (24 U)	2,15	1	2,15	25,80
VALOR TOTAL				758,69	9.104,24

GASTOS DE VENTAS

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	FRECUENCIA MENSUAL DEL GASTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Promoción y Publicidad	\$	200,00	1	200,00	2.400,00
TOTAL GASTOS DE VENTAS				200,00	2.400,00

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

Es así que se determinan los gastos generales mensuales por un valor de \$ 758,69; y anuales por un valor de \$ 9.104,24; mientras que los gastos de ventas mensuales por un valor de \$ 200, y un valor anual de \$ 2.400,00.

d) Proyección Gastos

El cálculo de la proyección de gastos para los siguientes años, se lo realizó de acuerdo al promedio de los últimos cinco años de la tasa de inflación acumulada en el país, datos del Banco Central del Ecuador 2019, correspondiente al 1,33% como se detalla en el siguiente cuadro:

Tabla No. 70: Proyección de gastos

GASTO ADMINISTRATIVO

DETALLE	GASTO MENSUAL	GASTOS FIJOS	GASTOS VARIABLES	TOTAL AÑO 1	GASTOS FIJOS	GASTOS VARIABLES	TOTAL AÑO 2	GASTOS FIJOS	GASTOS VARIABLES	TOTAL AÑO 3	GASTOS FIJOS	GASTOS VARIABLES	TOTAL AÑO 4	GASTOS FIJOS	GASTOS VARIABLES	TOTAL AÑO 5
SUELDO PERSONAL	650,48	650,48		7.805,80			7.909,62			8.014,82			8.121,41			8.229,43
Asistente Administrativo	650,48	650,48		7.805,80	659,13		7.909,62	667,90		8.014,82	676,78		8.121,41	685,79		8.229,43
DEPRECIACIONES	68,61	68,61		823,28			834,23			845,33			856,57			867,96
Instalaciones y remodelación	8,33	8,33		100,00	8,44		101,33	8,56		102,68	8,67		104,04	8,79		105,43
Maquinaria y equipo	6,25	6,25		75,00	6,33		76,00	6,42		77,01	6,50		78,03	6,59		79,07
Muebles y enseres	10,42	10,42		125,00	10,56		126,66	10,70		128,35	10,84		130,05	10,98		131,78
Equipo de computación	41,11	41,11		493,28	41,65		499,84	42,21		506,49	42,77		513,23	43,34		520,05
Equipo de oficina	2,50	2,50		30,00	2,53		30,40	2,57		30,80	2,60		31,21	2,64		31,63
AMORTIZACIONES	19,95	19,95		239,36			242,54			245,77			249,03			252,35
Activo diferido	19,95	19,95		239,36	20,21		242,54	20,48		245,77	20,75		249,03	21,03		252,35
SUMINISTROS DE OFICINA	19,65	19,65		235,80			238,94			242,11			245,33			248,60
Grapadora	10,00	10,00		120,00	10,13		121,60	10,27		123,21	10,40		124,85	10,54		126,51
Perforadora	7,50	7,50		90,00	7,60		91,20	7,70		92,41	7,80		93,64	7,91		94,88
Carpetas archivadoras	2,15	2,15		25,80	2,18		26,14	2,21		26,49	2,24		26,84	2,27		27,20
TOTAL	758,69	758,69	0,00	9.104,24	768,78	0,00	9.225,33	779,00	0,00	9.348,02	789,36	0,00	9.472,35	799,86	0,00	9.598,34

GASTOS DE VENTAS

DETALLE	VALOR MENSUAL	GASTOS FIJOS	GASTOS VARIABLES	TOTAL AÑO 1	GASTOS FIJOS	GASTOS VARIABLES	TOTAL AÑO 2	GASTOS FIJOS	GASTOS VARIABLES	TOTAL AÑO 3	GASTOS FIJOS	GASTOS VARIABLES	TOTAL AÑO 4	GASTOS FIJOS	GASTOS VARIABLES	TOTAL AÑO 5
Promoción y Publicidad	200,00		200,00	200,00		219,72	219,72		241,38	241,38		265,18	265,18		291,33	291,33
TOTAL GASTOS DE VENTAS	200,00	0,00	200,00	200,00	0,00	219,72	219,72	0,00	241,38	241,38	0,00	265,18	265,18	0,00	291,33	291,33

Fuente: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf201905.pdf>

Elaborado por: El Autor

Mano de Obra

“Constituye el segundo elemento del costo de producción y representa el esfuerzo físico e intelectual del hombre o la fuerza de trabajo aplicada a la transformación de materia prima en producto terminado o semielaborado.” (Vallejos H., 2017).

Para que el “Centro de Desarrollo Continuo para Agro Emprendedores” CEDECOPAE Cía. Ltda.; pueda brindar los servicios de capacitación, se detalla en el siguiente cuadro el sueldo que percibirían los colaboradores más los beneficios de ley:

Tabla No. 71: Mano de obra

NOMBRES Y APELLIDOS	CARGO	CÓD.	INGRESOS			DESCUENTOS			VALOR A PAGAR
			SUELDO	OTROS	TOTAL	VARIOS	APORTE PERSONAL 9,45%	TOTAL	
Pablo Floril	Capacitador	CT	800,00	0,00	800,00	0,00	75,60	724,40	724,40
Víctor Bravo	Asistente Administrativo	CT	500,00	0,00	500,00	0,00	47,25	452,75	452,75
TOTAL			1.300,00	0,00	1.300,00	0,00	122,85	1.177,15	1.177,15

PROVISIONES PATRONALES					TOTAL PROVISIÓN	COSTO MANO DE OBRA	COSTO ANUAL
IESS APORTE PATRONAL 12,15%	PROVISIÓN XIII	PROVISIÓN XIV	VACACIONES	FONDO DE RESERVA			
97,20	66,67	32,83	33,33	66,64	296,67	1.021,07	12.252,88
60,75	41,67	32,83	20,83	41,65	197,73	650,48	7.805,80
157,95	108,33	65,67	54,17	108,29	494,41	1.671,56	20.058,68

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

Los costos correspondientes a la mano de obra mensuales ascienden a un valor de \$ 1.671,56; y los costos anuales por un valor de \$ 20.058,68.

Depreciación

“Los activos fijos tienen una vida útil que abarca varios períodos contables, por lo que su costo debe afectar los resultados de todos estos. El valor a asignar a cada período se llama depreciación.” (González, 2003).

El cálculo de la depreciación se lo hará a todos los activos de la organización, siendo detallados en el siguiente cuadro:

Tabla No. 72: Depreciación

DEPRECIACIÓN				
DETALLE DEL BIEN	VIDA ÚTIL (AÑOS)	VALOR	PORCENTAJE DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL
Instalaciones y Remodelación	10	1.000,00	10%	100,00
Maquinaria y Equipo	10	750,00	10%	75,00
Muebles y Enseres	10	1.250,00	10%	125,00
Equipo de Computación	3	1.480,00	33%	493,33
Equipo de Oficina	10	300,00	10%	30,00
TOTAL				823,33

AMORTIZACIÓN				
DETALLE DEL BIEN	VIDA ÚTIL (AÑOS)	VALOR	PORCENTAJE DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL
Activo Diferido	5	1.196,79	20%	239,36
TOTAL				239,36

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

Como se puede ver el cálculo de las depreciaciones de activos fijos para el primer año corresponde a un valor de \$ 823,33; y para los activos diferidos una amortización de \$ 239,36.

Proyección de la depreciación

Una vez que se ha calculado el valor de la depreciación del primer año de los activos fijos de la empresa, se procede a proyectar para los años futuros que se detalla en el siguiente cuadro:

Tabla No. 73: Proyección de la depreciación

DEPRECIACIÓN					
DETALLE DEL BIEN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Instalaciones y Remodelación	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Maquinaria y Equipo	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00
Muebles y Enseres	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00
Equipo de Computación	493,33	493,33	493,33	0,00	0,00
Equipo de Oficina	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
TOTAL	823,33	823,33	823,33	330,00	330,00

AMORTIZACIÓN					
DETALLE DEL BIEN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activo Diferido	239,36	239,36	239,36	239,36	239,36
TOTAL	239,36	239,36	239,36	239,36	239,36

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

5.5. CÁLCULO DE INGRESO

La decisión de cubrir el mercado insatisfecho con los servicios ofrecidos luego del estudio de mercado y una vez determinados los programas de capacitación que va a ofrecer el negocio, se establecerán el nivel de ingresos del mismo, para lo cual es necesario determinar el precio unitario del servicio y el margen de rentabilidad; de acuerdo al siguiente cuadro.

Tabla No. 74: Cálculo de ingreso

DETALLE		VALOR
TOTAL COSTO MENSUAL		2.567,96
TOTAL GASTO MENSUAL		758,69
TOTAL		3.326,64
UNIDADES PRODUCIDAS POR MES		280
COSTO POR UNIDAD		11,88

PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO MENSUAL	MARGEN DE UTILIDAD		INGRESOS MENSUALES	UNIDADES PRODUCIDAS	PRECIO DE VENTA UNITARIO
			%	\$			
Curso de capacitación en desarrollo organizacional	Unidad	3.326,64	10	332,66	3.659,31	280	13,07

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

En base a los estudios realizados en el proyecto, durante el año se dictarán los cursos a 280 participantes, esto significa un total de 3.360 participantes al año; con un valor del curso por \$ 13,07, obteniendo un margen de rentabilidad del 10%; e ingresos mensuales por \$ 3.659,31.

Proyección de Ingresos

Con la información de los ingresos se hará la proyección para los siguientes años, teniendo en cuenta el promedio de los últimos cinco años de la tasa de inflación acumulada en el país, datos del Banco Central del Ecuador 2019, correspondiente al 1,33%, como se detalla en el siguiente cuadro:

Tabla No. 75: Proyección de ingresos

PRODUCTOS	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL AÑO 1	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL AÑO 2
Curso de capacitación en desarrollo organizacional	3.360	13,07	43.911,69	3.405	13,24	45.087,51

CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL AÑO 3	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL AÑO 4	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL AÑO 5
3.450	13,42	46.294,82	3.496	13,60	47.534,45	3.542	13,78	48.807,27

Fuente: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf201905.pdf>

Elaborado por: El Autor

5.6. Flujo de Caja

“El estado de flujo de efectivo tiende a satisfacer las necesidades de los usuarios puesto que proporciona información contable sobre las habilidades para generar dinero y aplicar éstas de manera eficaz.” (Zapata, 1996)

Para el flujo de caja del presente proyecto se lo detallará en el siguiente cuadro:

Tabla No. 76: Flujo de Caja

	DESCRIPCIÓN	AÑO (0)	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
	INGRESOS						
A	OPERACIONALES	13.429,31	43.911,69	45.087,51	46.294,82	47.534,45	48.807,27
	Recursos propios	13.429,31	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Recursos de terceros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Ingresos por ventas	0,00	43.911,69	45.087,51	46.294,82	47.534,45	48.807,27
	EGRESOS						
B	OPERACIONALES		32.097,92	32.541,88	32.993,43	33.452,84	33.920,38
	Materia prima		1.540,80	1.561,29	1.582,06	1.603,10	1.624,42
	Mano de obra		12.252,88	12.415,84	12.580,97	12.748,30	12.917,85
	Costos indirectos		9.000,00	9.119,70	9.240,99	9.363,90	9.488,44
	Sueldo personal		7.805,80	7.909,62	8.014,82	8.121,41	8.229,43
	Instalaciones y remodelación		100,00	101,33	102,68	104,04	105,43
	Maquinaria y equipo		75,00	76,00	77,01	78,03	79,07
	Muebles y enseres		125,00	126,66	128,35	130,05	131,78
	Equipo de computación		493,28	499,84	506,49	513,23	520,05
	Equipo de oficina		30,00	30,40	30,80	31,21	31,63
	Amortizaciones		239,36	242,54	245,77	249,03	252,35
	Suministros de oficina		235,80	238,94	242,11	245,33	248,60
	Gastos de ventas		200,00	219,72	241,38	265,18	291,33
	FLUJO OPERACIONAL						
C	(A - B)		11.813,77	12.545,63	13.301,38	14.081,61	14.886,89
	INGRESOS NO						
D	OPERACIONALES		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
	Otros ingresos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	EGRESOS NO						
E	OPERACIONALES		-4.725,51	-5.018,25	-5.320,55	-5.632,64	-5.954,76
	Gastos financieros		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Pago de créditos a largo plazo		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Pago de participación de utilidades		-1.772,07	-1.881,84	-1.995,21	-2.112,24	-2.233,03
	Pago de impuestos		-2.953,44	-3.136,41	-3.325,35	-3.520,40	-3.721,72
	Otros egresos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	FLUJO NO						
F	OPERACIONAL (D - E)		4.725,51	5.018,25	5.320,55	5.632,64	5.954,76
	FLUJO NETO GENERADO						
F	(C - F)		7.088,26	7.527,38	7.980,83	8.448,97	8.932,14
	SALDO INICIAL DE						
G	CAJA	13.429,31					
	SALDO FINAL DE CAJA						
H	(G + H)	-13.429,31	7.088,26	7.527,38	7.980,83	8.448,97	8.932,14

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

5.7. Punto de equilibrio

El Punto de Equilibrio o Punto de Ruptura o Punto de Quiebra es el punto donde el importe de las ventas netas absorbe los costos variable y los costos fijos, es decir, es el momento económico donde se produce un equilibrio entre los ingresos y los costos totales, en ese punto se ha dejado de tener pérdida y no se ha empezado a tener beneficio. (Moreno P. , 2001).

Para el cálculo del punto de equilibrio es el punto justo donde la empresa comienza cubrir sus costos; a partir de este punto, se podrá determinar los niveles en los que la producción va a causar una pérdida o una utilidad; de esta forma se determina el punto de equilibrio con las siguientes formulas.

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

$$\text{PE \$} = \frac{\$ 1.771,07}{1 - \frac{\$ 146,40}{\$ 43.911,69}}$$

$$\text{PE \$} = \frac{\$ 1.771,07}{1 - 0,0033}$$

$$\text{PE \$} = \frac{\$ 1.771,07}{1,00}$$

PE \$ = \$ 1.777,00

Al aplicar la formula se obtuvo un valor de \$ 1.777,00, correspondiente al punto de equilibrio en dólares del presente plan, este valor permitirá cubrir los costos y gastos de negocio.

Para el cálculo del punto de equilibrio en unidades se utiliza la siguiente fórmula:

$$\mathbf{PEu} = \frac{\mathbf{CF}}{\mathbf{PVU - CVU}}$$

$$\mathbf{PEu} = \frac{\$ 1.771,07}{\$ 13,07 - \$11,88}$$

$\mathbf{PEu} = 1.490,69$

Como resultado del cálculo del punto de equilibrio en unidades se obtuvo la cantidad de 1.490,69 participantes.

Para el cálculo del punto de equilibrio en porcentajes se aplica la siguiente fórmula:

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

$$\mathbf{PE\%} = \frac{\$ 1.777,00}{\$ 43.911,69} \times 100$$

$\mathbf{PE\%} = 4,05$

Como resultado del cálculo del punto de equilibrio en porcentaje, se verifica la viabilidad del proyecto con un porcentaje de 4,05%.

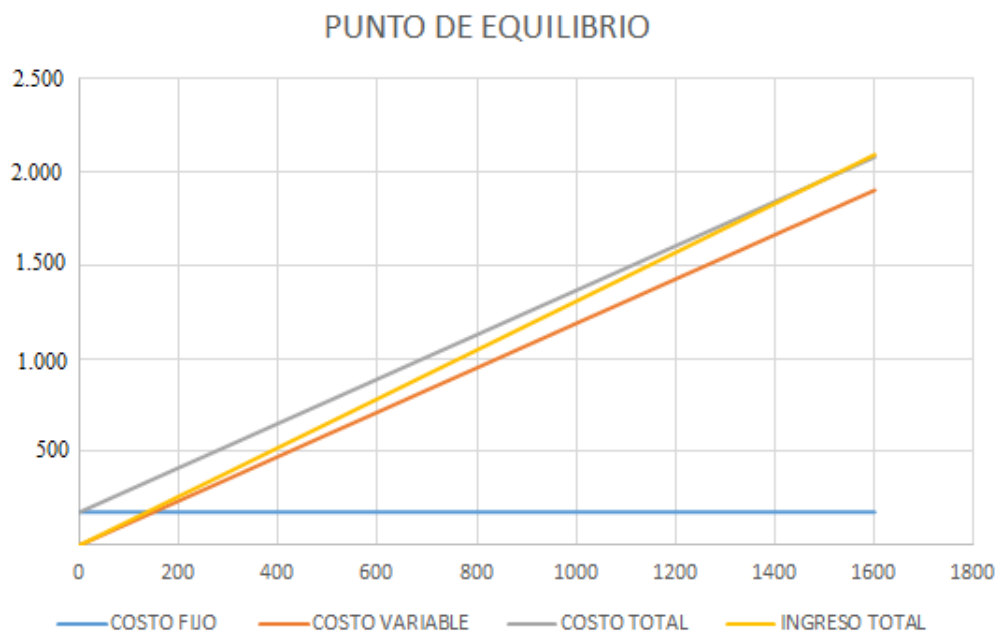


Gráfico No. 26: Punto de Equilibrio

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: La Autora

5.8. Estado de Resultados proyectado

El estado de resultados, también conocido como estado de ganancias y pérdidas es un reporte financiero que en base a un periodo determinado muestra de manera detallada los ingresos obtenidos, los gastos en el momento en que se producen y como consecuencia, el beneficio o pérdida que ha generado la empresa en dicho periodo de tiempo para analizar esta información y en base a esto, tomar decisiones de negocio. (Castro, 2015)

En el presente estado de resultados proyectado se determinará la utilidad o pérdida del ejercicio, de acuerdo al siguiente cuadro:

Tabla No. 77: Estado de Resultados proyectado

Cuentas	AÑO				
	1	2	3	4	5
Ventas	\$ 43.911,69	\$ 45.087,51	\$ 46.294,82	\$ 47.534,45	\$ 48.807,27
(-) Costo de Ventas	\$ 22.793,68	\$ 23.096,84	\$ 23.404,02	\$ 23.715,30	\$ 24.030,71
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 21.118,01	\$ 21.990,68	\$ 22.890,79	\$ 23.819,15	\$ 24.776,56
(-) Gasto de Venta	\$ 200,00	\$ 219,72	\$ 241,38	\$ 265,18	\$ 291,33
(=) UTILIDAD NETA EN VENTAS	\$ 20.918,01	\$ 21.770,96	\$ 22.649,41	\$ 23.553,96	\$ 24.485,23
(-) Gastos Administrativos	\$ 9.104,24	\$ 9.225,33	\$ 9.348,02	\$ 9.472,35	\$ 9.598,34
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 11.813,77	\$ 12.545,63	\$ 13.301,38	\$ 14.081,61	\$ 14.886,89
(-) Gastos Financieros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Otros Ingresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Otros Egresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	\$ 11.813,77	\$ 12.545,63	\$ 13.301,38	\$ 14.081,61	\$ 14.886,89
(-) 15% Participación Trabajadores	\$ -1.772,07	\$ -1.881,84	\$ -1.995,21	\$ -2.112,24	\$ -2.233,03
(=) UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO	\$ 10.041,71	\$ 10.663,78	\$ 11.306,18	\$ 11.969,37	\$ 12.653,86
(-) Impuesto a la Renta	\$ -2.510,43	\$ -2.665,95	\$ -2.826,54	\$ -2.992,34	\$ -3.163,46
(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 7.531,28	\$ 7.997,84	\$ 8.479,63	\$ 8.977,03	\$ 9.490,39

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

Se puede evidenciar que en las proyecciones arroja resultados positivos para los cinco años.

5.9. Evaluación financiera

La evaluación financiera es fundamental, porque mediante indicadores financieros, permitirá determinar la rentabilidad del proyecto.

a) Indicadores

Las razones o indicadores financieros son el producto de establecer resultados numéricos basados en relacionar dos cifras o cuentas bien sea del Balance General y/o del Estado de Pérdidas y Ganancias. Los resultados así obtenidos por si solos no tienen mayor significado; sólo cuando los relacionamos unos con otros y los comparamos con los de años anteriores o con los de empresas del mismo sector y a su vez el analista se preocupa por conocer a fondo la operación de la compañía, podemos obtener resultados más significativos y sacar conclusiones sobre la real situación financiera de una empresa. Adicionalmente, nos permiten calcular indicadores promedio de empresas del mismo sector, para emitir un diagnóstico financiero y determinar tendencias que nos son útiles en las proyecciones financieras (R.Anthony, 1974).

a.1) Valor Actual Neto

El Valor Actual Neto (VAN), es el que nos dice a cuanto equivale hoy una suma de dinero, que se tendrá que pagar dentro de un periodo de tiempo determinado. También podemos decir que es un indicador que mide los flujos de los fondos futuros, ingresos y egresos que tendrá un proyecto. (Patricio Bonta, 2002).

Permite evaluar los resultados obtenidos del flujo de caja, y brinda resultados del proyecto para determinar si a lo largo de su vida útil arroja un valor actualizado que certifique en términos monetarios los beneficios reales del proyecto; antes que nada primeramente se calcula el TMAR, conocido como la tasa de descuento de la siguiente manera:

Tabla No. 78: TMAR

DATOS DE LA TMAR		
Tasa pasiva	0,0598	5,98
Riesgo	10	1000
Inflación promedio	0,0133	1,33
Fondos propios	1	100
TMAR	10,01	

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

Para calcular el TMAR, se consideró la tasa pasiva referencial del Banco Central del Ecuador 2019, puntos de cierre al mismo año, y el promedio de inflación entre los años 2015 al 2019, con esta se obtiene una TMAR de 10,01 para el cálculo del VAN.

Una vez con la información lista, se hace el cálculo del VAN, de acuerdo al siguiente cuadro:

Tabla No. 79: Cálculo del VAN

AÑOS	FLUJO	FACTOR DESCUENTO	FLUJO DESCONTADO
0	\$ -13.429,31	1	\$ -13.429,31
1	\$ 7.088,26	0,909090909	\$ 6.443,88
2	\$ 7.527,38	0,826446281	\$ 6.220,97
3	\$ 7.980,83	0,751314801	\$ 5.996,12
4	\$ 8.448,97	0,683013455	\$ 5.770,76
5	\$ 8.932,14	0,620921323	\$ 5.546,15
TOTAL	\$ 26.548,27		\$ 16.548,57
Valor actual neto al 10,01%			\$ 16.548,57

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

En este caso se obtuvo un VAN al 10,01% de 16.548,57; pudiendo llegar a la conclusión de que el proyecto es rentable dentro de la vida útil de cinco años.

a.2) 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 o empresa, determinando la rentabilidad de los cobros y pagos actualizados generados por una inversión. (Torres, 2016)

La tasa interna de retorno permite obtener el valor porcentual de rentabilidad del proyecto; de acuerdo a la siguiente fórmula se calcula el TIR.

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{F_n}{(1+i)^n} = 0$$

Tabla No. 80: Cálculo de la TIR

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Flujo neto	-13.429,31	7.088,26	7.527,38	7.980,83	8.448,97	8.932,14	26.548,27

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

Se tiene una Tasa Interna de Retorno del 49%.

a.3) Beneficio Costo

El costo beneficio se define como una herramienta financiera que permite analizar y medir la relación de los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con la finalidad de evaluar su rentabilidad.

De la misma forma ayuda en la toma de decisiones acerca del proyecto, permitiendo analizar si el proyecto es viable; para esto se aplica la siguiente fórmula:

Tabla No. 81: Beneficio costo

AÑOS	INVERSIÓN	INGRESOS	TOTAL COSTO	FNE
0	13.429,31	0,00	0,00	-13.429,31
1		43.911,69	32.097,92	11.813,77
2		45.087,51	32.541,88	12.545,63
3		46.294,82	32.993,43	13.301,38
4		47.534,45	33.452,84	14.081,61
5		48.807,27	33.920,38	14.886,89
ΣI			\$174.690,79	
ΣC			\$124.740,94	
ΣC + Inv.			138.170,25	

$$B/C = 1,26$$

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

Se hace el cálculo del beneficio costo, obteniendo un valor del 1,26; como es mayor que 1, en conclusión esto quiere decir que el proyecto seguirá siendo rentable en los próximos 5 años; y haciendo el análisis correspondiente, significa que por cada dólar que se invierta en el proyecto, se obtendrá una ganancia de \$0,26.

a. 4) Período de Recuperación

El periodo de recuperación permite saber el tiempo en el cual se recupera la inversión del proyecto. En la siguiente tabla se detalla el periodo de recuperación.

Tabla No. 82: Período de recuperación

AÑOS	FLUJO DE CAJA	FLUJO ACUMULADO
1	7.088,26	7.088,26
2	7.527,38	14.615,64
3	7.980,83	22.596,47
4	8.448,97	31.045,44
5	8.932,14	39.977,57

INVERSIÓN INICIAL	13.429,31
ÚLTIMO FLUJO	7.527,38
POR RECUPERAR	6.341,04
PR: AÑOS	0,84
PR:	1,08

0,8 x 12 =	9,6
------------	-----

0,6 x 30 =	18
------------	----

1 año, 9 meses y 18 días

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

El período de recuperación de este proyecto corresponde a un año, nueve meses, y diez y ocho días.

BIBLIOGRAFÍA

- Abanto M., L. L. (2013). *El gasto, el costo, y el costo computable* . Perú: Gaceta Jurídica S.A.
- Andrade P. (2 de Junio de 1997). *Derecho.com*. Recuperado el 29 de Enero de 2020, de Derecho.com: <https://www.derecho.com/registro-marcas/mas-informacion/definicion-de-marca.html>
- Bonta, P. (2003). *199 Preguntas sobre Marketing y Publicidad*. Bogotá: Norma.
- Burguillo, R. V. (2016). Depreciación. En R. V. Burguillo, *Depreciación*.
- Castro, J. (18 de Febrero de 2015). *CORPONET*. Recuperado el 23 de Julio de 2019, de <https://blog.corponet.com.mx/que-es-el-estado-de-resultados-y-cuales-son-sus-objetivos>
- Chiavenato, I. (2001). *Administración teoría, proceso y práctica*. Bogotá: McGrawHill.
- Constitución de la República. (2008). Ecuador.
- GESTIÓN, P. F. (2005). *Reisdorfer, Vitor K.; Koschewska, Sandra R.; Salla, Neusa G.* Misiones, Argentina: Revista Científica "Visión de Futuro".
- GITMAN, J. J. (2009). *FUNDAMENTO DE INVESTIGACIÓN*. MÉXICO: PEARSON EDUCACIÓN.
- Gitman, L. J. (2005). *Fundamentos de inversión*. Madrid: Pearson Educación S.A.
- González, G. (2003). *Contabilidad General*. Cali: Saavedra.
- Kleppner, O. (1994). *Publicidad*. México: Prentice Hall Hispanoamericana.
- Kotler, P. (2003). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Educación.
- Kotler, P. (2003). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson.
- Leyton, R. U. (18 de Febrero de 2015). *Gestiopolis* . Recuperado el 24 de Julio de 2019, de <https://www.gestiopolis.com/calculo-del-periodo-de-recuperacion-de-la-inversion-o-payback/>
- López, M. (2018). *Gestión de costos y precios*. México: Grupo Editorial Patria.
- Mankiw, G. (2012). *Principios de Economía*. México: McGrawHill.

- Montero, M. (17 de Octubre de 2017). *Emprende pyme.net*. Recuperado el 6 de Julio de 2019, de <https://www.emprendepyme.net/que-es-el-plan-de-financiacion.html>
- Moreno, P. (2001). *Métodos y Modeos Básicos de Planeación Financiera*. México: PEMA.
- Nuño, P. (16 de Agosto de 2017). *Emprende pyme.net*. Recuperado el 6 de Julio de 2019, de <https://www.emprendepyme.net/diferencia-entre-costes-y-gastos.html>
- Nuño, P. (17 de Agosto de 2017). *Emprendepyme.net*. Recuperado el 6 de Julio de 2019, de <https://www.emprendepyme.net/diferencia-entre-costes-y-gastos.html>
- Olalla García, R. (28 de Marzo de 2018). *BLOG FINUTIVE*. Recuperado el 13 de Septiembre de 2019, de <https://blog.finutive.com/formacion/diccionario/asesoria/contabilidad/que-es-el-flujo-de-caja/>
- Patricio Bonta, M. F. (2002). *Gerencia 199 preguntas sobre marketing y publicidad*. Bogotá: Norma.
- Perdomo, A. (1998). *Planeación financiera*. México: Ecafsa.
- Pérez J., G. A. (15 de Enero de 2009). *Definiciones*. Recuperado el 29 de Enero de 2020, de Definiciones: <https://definicion.de/patente/>
- Polimeni, F. y. (2005). ESTUDIAS CONTABILIDAD DE COSTOS? ¿TE INTERESA SABER MÁS SOBRE LA MANO DE OBRA. En F. y. Polimeni, *ESTUDIAS CONTABILIDAD DE COSTOS? ¿TE INTERESA SABER MÁS SOBRE LA MANO DE OBRA*.
- Porter. (2006).
- R.Anthony. (1974). *La COntabilidad en la Administración de Empresas*. México: Hispano - Americana.
- Rodriguez, J. (22 de Noviembre de 2018). *Rankía*. Recuperado el 11 de Septiembre de 2019, de <https://www.rankia.co/blog/analisis-colcap/4090007-como-determinar-perfil-inversionista>
- Roldán, P. N. (2019). *ECONOMIPEDIA*.

- Saez, D. (20 de Julio de 2016). *Formulación y Evaluación de Proyecto*. Recuperado el 23 de Julio de 2019, de https://proyectoform.blogspot.com/2016/07/porque-es-importante-la-evaluacion_20.html
- Stanton, W. (2003). *Fundamentos de Marketing*. México: McGrawHill.
- Torres, M. (18 de Noviembre de 2016). *Rankia*. Recuperado el 6 de Julio de 2019, de <https://www.rankia.cl/blog/mejores-opiniones-chile/3391122-tasa-interna-retorno-tir-definicion-calculo-ejemplos>
- Tubay, F. T. (2017). Revista Observatorio de la Economía. En F. T. Tubay, *Revista Observatorio de la Economía*.
- Vallejos H., C. M. (2017). *Costos Modalidad Ordenes de Producción*. Ibarra: UTN Universidad Técnica del Norte.
- Vallejos H., C. M. (2017). *Costos Modalidad Órdenes de Producción*. Ibarra: UTN Universidad técnica del Norte.
- Zapata, P. (1996). *Contabilidad General*. Colombia: McGrawHill.

ANEXOS

“Centro de Desarrollo Continuo para Agro Emprendedores”
CEDECOPAE CÍA. LTDA.
“Capacitando tu desarrollo económico”



ANEXO 1

Sílabo Gestión Administrativa

Código: ADM-01

Capacitador: Pablo Floril

Período: Marzo 2020 – Agosto 2020

Eje de formación: Técnico

Módulo: 1

No. horas presencial: 4

1. Objetivo del módulo

Dar una visión integral de la Administración en organizaciones sociales agrícolas, considerando la importancia de fortalecimiento de la estructura organizacional dentro de sus actividades frente al agro, para el desarrollo del País.

2. Competencias generales del módulo

Fusionar y fortalecer los conocimientos técnicos administrativos con la experiencia de las personas agricultoras dando un enfoque de mejora continua y responsabilidad social; buscando una filosofía de competitividad sana y equitativa dentro de las organizaciones campesinas.

3. Resultados de aprendizaje del módulo

- Cimentar bases administrativas dentro de las personas que conforman las asociaciones agroproductivas
- Fortalecer la estructura organizacional de las asociaciones agrícolas
- La persona campesinas lograrán la experticia para hacer crecer sus negocios enfocados en el Agro

“Centro de Desarrollo Continuo para Agro Emprendedores”
CEDECOPAE CÍA. LTDA.
“Capacitando tu desarrollo económico”



4. Contenido de aprendizaje

1. Importancia de la Administración dentro de las actividades del Agro
 - 1.1. Desarrollo organizacional
 - 1.1.1. Grupos de interés internos y externos
 - 1.2. Retos actuales del Agro frente a la globalización
 - 1.2.1. Impacto de la tecnología para una mejor gestión
 - 1.2.2. El emprendimiento
 - 1.3. Estrategias para el desarrollo organizacional eficiente
 - 1.3.1. La eficacia de trabajo en equipo
 - 1.4. Ética en los negocios

5. Evaluación

La evaluación será formativa durante el desarrollo del módulo y acumulativa a la finalización del mismo; la evaluación de los aprendizajes se realizará sobre la base de los siguientes parámetros:

Aportes durante las clases presenciales sobre la base de la evaluación de los resultados de aprendizaje	5 puntos
Resultado del aprendizaje autónomo	2,5 puntos
Evaluación de fin de módulo	2,5 puntos
Total	10 puntos

**“Centro de Desarrollo Continuo para Agro Emprendedores”
CEDECOPAE CÍA. LTDA.
“Capacitando tu desarrollo económico”**



Sílabo Marketing

Código: MK-01

Capacitador: Pablo Floril

Período: Marzo 2020 – Agosto 2020

Eje de formación: Técnico

Módulo: 1

No. horas presencial: 4

1. Objetivo del módulo

Orientar el enfoque hacia la satisfacción de las necesidades del consumidor o cliente, estudiando la filosofía del Marketing, estableciendo los conceptos básicos y su organización, en base de casos prácticos.

2. Competencias generales del módulo

Dar a las personas campesinas capacitadas los elementos de juicio que demuestran con claridad conceptos, definiciones, estructuras de marketing, marketing mix, identificar la estructura de los mercados del agro, liderazgo, conocimientos técnicos y prácticos.

3. Resultados de aprendizaje del módulo

- Fundamentar los temas del marketing para el Agro
- Satisfacer las necesidades de los clientes en base a un plan de marketing
- Establecer planes de acción en la comercialización de los productos agrícolas

“Centro de Desarrollo Continuo para Agro Emprendedores”
CEDECOPAE CÍA. LTDA.
“Capacitando tu desarrollo económico”



4. Contenido de aprendizaje

1. Definición del Marketing aplicado al Agro
 - 1.1. Análisis estructural dentro del Agro
 - 1.2. Mercado
 - 1.3. Necesidad
2. Tipos de marketing
 - 2.1. 4ps
 - 2.2. Neuromarketing
 - 2.3. Análisis FODA
3. Ejercicios de casos prácticos

5. Evaluación

La evaluación será formativa durante el desarrollo del módulo y acumulativa a la finalización del mismo; la evaluación de los aprendizajes se realizará sobre la base de los siguientes parámetros:

Aportes durante las clases presenciales sobre la base de la evaluación de los resultados de aprendizaje	5 puntos
Resultado del aprendizaje autónomo	2,5 puntos
Evaluación de fin de módulo	2,5 puntos
Total	10 puntos

**“Centro de Desarrollo Continuo para Agro Emprendedores”
CEDECOPAE CÍA. LTDA.
“Capacitando tu desarrollo económico”**



Sílabo Contabilidad General

Código: CG-01

Capacitador: Pablo Floril

Período: Marzo 2020 – Agosto 2020

Eje de formación: Técnico

Módulo: 1

No. horas presencial: 4

6. Objetivo del módulo

Adquirir un conocimiento básico y práctico sobre los conceptos fundamentales de registro contable, demostrando la evolución, ingenio, creatividad para trabajar de manera individual y grupal de las personas capacitadas, así como la importancia de esta materia en el desarrollo organizacional de las asociaciones agroproductivas.

7. Competencias generales del módulo

Dar a las personas capacitadas los elementos de juicio necesarios para poder comprender los fundamentos de las ciencias contables y familiarizarse con los procedimientos y las aplicaciones básicas en la práctica, dentro del ciclo contable, en empresas comerciales.

8. Resultados de aprendizaje del módulo

- Aplicar las bases y fundamentos de la contabilidad dentro del Agro
- Resolver los procesos contables de empresas comerciales, de acuerdo a talleres prácticos en el curso y en casa
- La persona capacitada estará en la capacidad de resolver los problemas contables en su negocio

“Centro de Desarrollo Continuo para Agro Emprendedores”
CEDECOPAE CÍA. LTDA.
“Capacitando tu desarrollo económico”



9. Contenido de aprendizaje

- 2. Introducción a la contabilidad para actividades del Agro
 - 2.1. La empresa
 - 2.1.1. Definición
 - 2.2. La contabilidad
 - 2.2.1. Definición
 - 2.2.2. La transacción
 - 2.2.3. La ecuación contable
 - 2.3. Proceso contable
 - 2.3.1. Jornalización
 - 2.4. Ejercicios prácticos

10. Evaluación

La evaluación será formativa durante el desarrollo del módulo y acumulativa a la finalización del mismo; la evaluación de los aprendizajes se realizará sobre la base de los siguientes parámetros:

Aportes durante las clases presenciales sobre la base de la evaluación de los resultados de aprendizaje	5 puntos
Resultado del aprendizaje autónomo	2,5 puntos
Evaluación de fin de módulo	2,5 puntos
Total	10 puntos

ANEXO 2

Invitación vía correo electrónico para participar de los cursos de capacitación

Estimados Participantes:

El Centro de Desarrollo Continuo para Agro Emprendedores CEDECOPAE; le hace una cordial invitación al evento de capacitación en los programas de desarrollo organizacional: Contabilidad General y Marketing a desarrollarse los días sábado y domingo de acuerdo al siguiente cronograma establecido:

Día	Horario	Programa de capacitación	Valor
Sábado	08:00 a.m. hasta 12:30	Contabilidad General	\$ 31,75
	14:00 p.m. hasta 18:30	Marketing	\$ 31,75
Domingo	08:00 a.m. hasta 12:30	Marketing	\$ 31,75
	14:00 p.m. hasta 18:30	Contabilidad General	\$ 31,75

En las instalaciones de su conocimiento, impartido por los instructores: Eco. Américo Garrido y el Ing. Pablo Floril.

Para la confirmación de la asistencia, se requiere la contestación del presente correo y escaneado el depósito del pago del curso en la cuenta corriente No. 2345679856 del Banco Pichincha; o en su defecto traer el dinero en efectivo el día que inicia el curso.

Se agradece su presencia y puntualidad.

Atentamente,

CEDECOPAE

Calles: Alonso de Angulo y Cuscus

Teléfono: 0998905482

Imbabura – Ecuador



ANEXO 3

Encuesta de valoración del curso y el capacitador

La presente encuesta es para medir el grado de satisfacción ante el curso recibido y su opinión del capacitador que dictó el curso de capacitación

Para el curso:

a. ¿Cuál es el nombre del curso de capacitación que recibiste?

b. Señale con una x, su grado de satisfacción con respecto al curso recibido:

1 Totalmente insatisfecho

2 Insatisfecho

3 Neutral

4 Satisfecho

5 Totalmente satisfecho

c. ¿Cree que la duración del curso, fue lo suficientemente buena para cubrir sus expectativas?

Si

No

¿Por qué? _____

d. Explica tres cosas en las que te beneficiaras al haber tomado este curso

1. _____ 2. _____ 3. _____

Para el capacitador:

a. Por favor, califica tu grado de satisfacción del capacitador; en donde 1 es totalmente insatisfecho, y 5 es totalmente satisfecho.

Es organizado al dar el curso Facilidad de palabra

Conocimiento del tema Da a entender los temas expuestos

Respetuoso Brinda un buen entorno

b. ¿Tomaría otro curso de capacitación con el capacitador?

Si

No

¿Por qué? _____

c. La metodología de enseñanza del capacitador te pareció:

Excelente Buena Mala Muy mala

d. ¿Tienes alguna sugerencia o comentario para el capacitador?

