



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**HUMANÍSTICAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**TESIS DE GRADO**

**TEMA:**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN  
CENTRO INTEGRAL DE CAPACITACIÓN EMPRESARIAL EN LA  
CIUDAD DE LATACUNGA”**

Tesis presentada previa a la obtención del Título de Ingeniero Comercial.

**Autor:**

Vega Ocaña Jaime Enrique

**Director:**

Ing. Wilson Fabián Trávez Moreno

Latacunga – Ecuador

Febrero 2012



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS**  
**Latacunga - Ecuador**

---

**AUTORÍA**

Los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO INTEGRAL DE CAPACITACIÓN EMPRESARIAL EN LA CIUDAD DE LATACUNGA”**; como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad del autor.

EL AUTOR

.....

Vega Ocaña Jaime Enrique

C.I. 050234789-1



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS**  
**Latacunga - Ecuador**

---

**AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS**

En calidad de Director del Trabajo de Investigación sobre el tema:

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO INTEGRAL DE CAPACITACIÓN EMPRESARIAL EN LA CIUDAD DE LATACUNGA”**; que el Señor, Vega Ocaña Jaime Enrique, egresado de la carrera de Ingeniería Comercial, considero que dicho informe investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aporte científicos – técnicos suficientes para ser sometidos a evaluación de tribunal de grado, que el Honorable Consejo Académico de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga febrero, 2012

El Director

.....  
Ing. Wilson Fabián Trávez Moreno



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI  
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS  
Latacunga - Ecuador

---

**APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

En calidad de Miembros del Tribunal de Grado aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas; por cuanto, el postulante Vega Ocaña Jaime Enrique con el título de tesis “ **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO INTEGRAL DE CAPACITACIÓN EMPRESARIAL EN LA CIUDAD DE LATACUNGA** ”, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Defensa de Tesis.

Por lo antes expuesto se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga Febrero, 2012.

Para constancia firman:

.....  
Ing. Walter Navas  
PRESIDENTE

.....  
Ing. Daniel Mejía  
MIEMBRO

.....  
Nombres del Miembro del Tribunal  
PROFESIONAL EXTERNO

.....  
Ing. Roberto Arias  
OPOSITOR

## **AGRADECIMIENTO**

*Primeramente doy infinitamente gracias a Dios, por haberme dado la vida, la fuerza y el valor para culminar con mis estudios.*

*Agradezco también la confianza y el apoyo de mis padres, hermanos y familia, porque han contribuido positivamente en la consecución de mis objetivos.*

*A mis compañeros de clase, especialmente a aquellos que me brindaron su cariño, comprensión y apoyo, dándome con ello, momentos felices y tristes, los mismos, que siempre serán recordados.*

*Igualmente a mi profesor asesor Ing. Wilson Travéz, quien me ha orientado en la realización de este proyecto que enmarca el ascenso de un escalón más hacia un futuro colmado de triunfos y derrotas.*

*A la UTC, prestigiosa universidad la cual abrió sus puertas para que jóvenes como yo nos preparemos y formemos como profesionales con miras a un futuro competitivo.*

*Finalmente un eterno agradecimiento a todas las personas que directa e indirectamente colaboraron con su valioso apoyo en la culminación exitosa de la presente investigación.*

*Jaime*

## **DEDICATORIA**

*Dedico este proyecto de tesis a Dios, a mis padres y hermanos.*

*A Dios, porque ha estado conmigo a cada paso que doy, quien ha iluminado mi sendero cuando más oscuro ha estado, cuidándome y dándome fortaleza para continuar.*

*A mis padres, quienes han sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores, quienes a lo largo de la vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo incondicional en todo momento, depositando su entera confianza en cada reto que se me presente, sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad.*

*A mis hermanos, por sus consejos y cuidados, quienes a lo largo de toda mi vida han apoyado y motivado mi formación académica, creyeron en mí en todo momento, enseñándome que no hay límites, que lo que me proponga lo puedo lograr y que solo depende de mí.*

*Jaime*

# ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

## PRELIMINARES

### PÁGS.

|                                 |       |
|---------------------------------|-------|
| PORTADA.....                    | i     |
| RESPONSABILIDAD O AUTORÍA.....  | ii    |
| AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS..... | iii   |
| APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....    | iv    |
| AGRADECIMIENTO.....             | v     |
| DEDICATORIA.....                | vi    |
| ÍNDICE DE CONTENIDOS.....       | vii   |
| RESUMEN.....                    | xviii |
| SUMMARY.....                    | xix   |
| INTRODUCCIÓN.....               | xx    |

## CAPÍTULO I

### FUNDAMENTOS TEÓRICOS

|  |          |
|--|----------|
| <b>1.1. EMPRESA.....</b>                                       | <b>1</b> |
| 1.1.1. Generación de nuevos negocios.....                      | 2        |
| 1.1.2. Ingredientes básicos del negocio.....                   | 2        |
| 1.1.2.1. Conocimiento técnico.....                             | 3        |
| 1.1.2.2. Oportunidad.....                                      | 3        |
| 1.1.2.3. Contactos personales.....                             | 3        |
| 1.1.2.4. Recursos.....   | 3        |
| 1.1.2.5. Clientes con pedidos.....                             | 4        |
| 1.1.3. Oportunidades de negocio.....                           | 4        |
| 1.1.4. Emprendedor.....  | 4        |
| <b>1.2. ADMINISTRACIÓN.....</b>                                | <b>5</b> |
| 1.2.1. Proceso administrativo.....                             | 6        |
| 1.2.1.1. Etapas del proceso administrativo.....                | 7        |
| 1.2.1.1.1. Planificación.....                                  | 7        |
| 1.2.1.1.2. Organización.....                                   | 8        |
| 1.2.1.1.3. Dirección.....                                      | 8        |
| 1.2.1.1.4. Control.....  | 9        |
| <b>1.3. CAPACITACIÓN.....</b>                                  | <b>9</b> |
| 1.3.1. Áreas esenciales donde se requiere la capacitación..... | 10       |
| 1.3.1.1. Área cognoscitiva.....                                | 10       |
| 1.3.1.2. Área psicomotriz.....                                 | 11       |
| 1.3.1.3. Área afectiva.....                                    | 11       |
| 1.3.2. Beneficios de la capacitación.....                      | 11       |
| 1.3.2.1. A las organizaciones.....                             | 11       |
| 1.3.2.2. Al personal.....                                      | 11       |

|  |           |
|--|-----------|
| 1.3.2.3. Relaciones humanas, internas, externas y adopción de políticas..... | 12        |
| <b>1.4. PROYECTOS.....</b>   | <b>12</b> |
| 1.4.1. Etapas de un proyecto de factibilidad.....                            | 13        |
| 1.4.1.1. Estudio de mercado.....   | 13        |
| 1.4.1.1.1. Análisis de la demanda.....                                       | 14        |
| 1.4.1.1.2. Análisis de la oferta.....  | 15        |
| 1.4.1.1.3. Análisis de la competencia.....                                   | 16        |
| 1.4.1.1.4. Análisis del consumidor.....                                      | 17        |
| 1.4.1.1.5. Definición del producto o servicio.....                           | 17        |
| 1.4.1.1.6. Análisis de precios.....  | 18        |
| 1.4.1.1.7. Tamaño del mercado.....   | 19        |
| 1.4.1.1.8. Comercialización del producto.....                                | 20        |
| 1.4.1.1.9. Análisis de comercialización.....                                 | 20        |
| 1.4.2. Estudio técnico.....  | 22        |
| 1.4.2.1. Etapas del estudio técnico.....                                     | 22        |
| 1.4.2.1.1. Determinación del tamaño óptimo de la planta.....                 | 23        |
| 1.4.2.1.2. Factores que intervienen en el tamaño óptimo del proyecto.....    | 24        |
| 1.4.2.1.3. Localización óptima del proyecto.....                             | 24        |
| 1.4.2.1.4. Macro localización.....   | 25        |
| 1.4.2.1.5. Micro localización.....   | 25        |
| 1.4.2.1.6. Factores que influyen en la localización óptima del proyecto..... | 26        |
| 1.4.2.1.7. Factores determinantes del tamaño de la planta.....               | 27        |
| 1.4.2.1.8. Ingeniería del proyecto.....                                      | 28        |
| 1.4.2.1.8.1. Factores que intervienen en la ingeniería del proyecto.....     | 28        |
| 1.4.2.1.9. Distribución de la planta.....                                    | 29        |
| 1.4.2.1.10. Diagrama de flujo del proceso.....                               | 30        |
| 1.4.3. Análisis administrativo.....  | 31        |
| 1.4.3.1. Marco legal de la empresa.....                                      | 32        |
| 1.4.4. Estudio financiero.....   | 32        |
| 1.4.4.1. Inversiones.....  | 33        |
| 1.4.4.2. Inversión inicial, fija y diferida.....                             | 33        |
| 1.4.4.3. Capital de trabajo.....   | 34        |
| 1.4.4.4. Condiciones de los activos fijos.....                               | 34        |
| 1.4.4.4.1. Maquinaria y equipo.....  | 34        |
| 1.4.4.4.2. Construcciones e instalaciones.....                               | 35        |
| 1.4.4.4.3. Muebles y enseres.....  | 35        |
| 1.4.4.4.4. Activo tangible o fijo.....                                       | 35        |
| 1.4.4.4.5. Activo intangible o diferido.....                                 | 35        |
| 1.4.4.5. Punto de equilibrio.....  | 35        |
| 1.4.4.6. Gastos del estudio.....   | 36        |
| 1.4.4.7. Costos de producción.....   | 37        |
| 1.4.4.7.1. Costos fijos.....   | 37        |



|  |    |
|--|----|
| 1.4.4.7.2. Costos variables.....                             | 37 |
| 1.4.4.8. Estado de pérdidas y ganancias o de resultados..... | 38 |
| 1.4.4.9. Flujo de caja.....                                  | 38 |
| 1.4.4.10. Flujo de caja de rentabilidad.....                 | 39 |
| 1.4.4.11. Valor Actual neto (VAN).....                       | 40 |
| 1.4.4.12. Tasa Interna de retorno (TIR).....                 | 41 |
| 1.4.4.13. Períodos de recuperación.....                      | 42 |
| 1.4.4.14. Razón costo beneficio (C/B).....                   | 42 |

## **CAPITULO II**

### **DIAGNÒSTICO SITUACIONAL**

|  |           |
|--|-----------|
| <b>2.1. IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO.....</b>                     | <b>45</b> |
| 2.1.1. Definición del servicio.....                              | 45        |
| 2.1.2 Características del servicio.....                          | 48        |
| 2.1.3 Usos y especificaciones del servicio.....                  | 50        |
| 2.1.4 Servicios sustitutos.....                                  | 50        |
| 2.1.5 El servicio en el mercado.....                             | 50        |
| <b>2.2. ZONA DE INFLUENCIA DEL PROYECTO.....</b>                 | <b>51</b> |
| 2.2.1. Fuentes de información secundaria.....                    | 51        |
| 2.2.2 Fuentes de información primarias.....                      | 52        |
| 2.2.3. Segmentación de mercado.....                              | 52        |
| 2.2.3.1. Variable espacial.....                                  | 52        |
| 2.2.3.2. Variable demográfica.....                               | 53        |
| 2.2.3.3. Variable psicográfica.....                              | 53        |
| 2.2.3.4. Variable conductual.....                                | 53        |
| <b>2.3. APLICACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.....</b>     | <b>53</b> |
| 2.3.1. Recolección de datos.....                                 | 53        |
| 2.3.2. Diseño cuantitativo.....                                  | 54        |
| 2.3.3. Cálculo del tamaño de la muestra.....                     | 54        |
| 2.3.3.1. Plan Muestral.....                                      | 55        |
| 2.3.3.2. Distribución Muestral.....                              | 55        |
| 2.3.4. Procesamiento de datos.....                               | 56        |
| 2.3.4.1. Codificación y tabulación de datos.....                 | 56        |
| 2.3.4.2. Cuadros de interpretación y análisis de resultados..... | 56        |
| 2.3.4.3 Análisis de las Encuestas.....                           | 77        |
| <b>2.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....</b>                          | <b>77</b> |
| 2.4.1 Demanda histórica del servicio.....                        | 78        |
| 2.4.2 Demanda actual del servicio.....                           | 78        |
| 2.4.2.1. Aplicación de la fórmula de mínimos cuadrados.....      | 79        |
| 2.4.3. Demanda proyectada.....                                   | 81        |
| <b>2.5. ANÁLISIS DE LA OFERTA.....</b>                           | <b>84</b> |
| 2.5.1. Oferta histórica del servicio.....                        | 85        |
| 2.5.2. Proyección de la oferta.....                              | 87        |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>2.6 ANÁLISIS OFERTA – DEMANDA.....</b>            | <b>90</b> |
| 2.6.1. Demanda insatisfecha.....                     | 90        |
| <b>2.7. PRECIO DEL SERVICIO.....</b>                 | <b>92</b> |
| 2.7.1. Precios promedios actuales.....               | 92        |
| 2.7.2. Márgenes de precios.....                      | 92        |
| <b>2.8. ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN.....</b>        | <b>93</b> |
| 2.8.1. Canal de comercialización o distribución..... | 93        |
| 2.8.2. Promoción y publicidad.....                   | 94        |
| 2.8.3. Políticas de venta y precios.....             | 95        |

### **CAPITULO III**

### **ESTUDIO TÉCNICO Y FINANCIERO**

|  |            |
|--|------------|
| <b>3 ESTUDIO TÉCNICO.....</b>  | <b>97</b>  |
| <b>3.1. LOCALIZACIÓN Y TAMAÑO DE LA PLANTA.....</b>  | <b>97</b>  |
| 3.1.1. Macro localización del proyecto.....  | 97         |
| 3.1.1.1. Aspectos geográficos.....   | 99         |
| 3.1.1.2. Infraestructura.....  | 100        |
| 3.1.2. Micro localización del proyecto.....  | 101        |
| 3.1.3. Definición del tamaño de la planta.....   | 102        |
| 3.1.3.1. Tamaño propuesto.....   | 102        |
| 3.1.3.1.1. Capacidad diseñada.....   | 102        |
| 3.1.3.1.2. Capacidad utilizada.....  | 103        |
| 3.1.3.1.3. Capacidad instalada.....  | 103        |
| <b>3.2. INGENIERÍA DEL PROYECTO.....</b>   | <b>104</b> |
| 3.2.1. Procesos operativos.....  | 104        |
| 3.2.2. Entradas y salidas del proceso de servicio del centro integral de capacitación..... | 115        |
| 3.2.3. Maquinaria y equipo.....  | 116        |
| 3.2.3.1. Inversión en equipo de cómputo.....   | 116        |
| 3.2.4. Estudio de materiales e insumos.....  | 117        |
| 3.2.4.1. Requerimiento de muebles y enseres.....   | 117        |
| 3.2.4.2. Requerimiento de útiles de oficina.....   | 118        |
| 3.2.4.3. Requerimiento de útiles de limpieza.....  | 119        |
| 3.2.4.4. Requerimiento de mano de obra.....  | 120        |
| 3.2.4.4.1. Personal administrativo.....  | 120        |
| 3.2.4.4.2. Personal operativo.....   | 120        |
| 3.2.4.4.3. Personal de ventas.....   | 121        |
| 3.2.5. Gastos del proyecto.....  | 121        |
| 3.2.5.1. Gastos de ventas.....   | 121        |
| 3.2.5.2. Gasto instalaciones del proyecto.....   | 122        |
| 3.2.5.2.1. Gasto de servicios básicos.....   | 122        |
| <b>3.3. PLANTA DE PRODUCCIÓN DEL PROYECTO.....</b>   | <b>123</b> |
| 3.3.1. Área para la planta.....  | 123        |
| 3.3.2. Distribución de la planta.....  | 124        |

|  |     |
|--|-----|
| 3.3.3. Costos de obras civiles.....  | 125 |
| <b>4. PERFIL ORGANIZACIONAL Y ADMINISTRATIVO</b>                                 | 126 |
| <b>4.1. FILOSOFÍA CORPORATIVA DEL PROYECTO.....</b>                              | 126 |
| 4.1.1. Nombre o razón social.....  | 126 |
| 4.1.2. Logotipo de la empresa.....   | 126 |
| 4.1.2.1. Slogan.....   | 126 |
| 4.1.3. Sector del Tipo de Empresa.....   | 126 |
| 4.1.4. Visión.....   | 127 |
| 4.1.5. Misión.....   | 127 |
| 4.1.6. Objetivos.....  | 127 |
| 4.1.6.1. Objetivo general.....   | 127 |
| 4.1.6.2. Objetivos específicos.....  | 127 |
| 4.1.7. Principios y valores.....   | 128 |
| <b>4.2 DISEÑO ORGANIZACIONAL DEL PROYECTO.....</b>                               | 129 |
| 4.2.1. Organigrama estructural.....  | 129 |
| 4.2.2. Organigrama funcional.....  | 130 |
| 4.2.3. Organigrama posicional.....   | 131 |
| 4.2.2. Responsabilidades y funciones por áreas.....                              | 132 |
| <b>4.3. PRINCIPALES POLÍTICAS Y ESTRATÉGIAS.....</b>                             | 135 |
| 4.3.1 Políticas.....   | 135 |
| 4.3.2. Estrategias.....  | 136 |
| <b>4.4. ASPECTOS LEGALES CONSIDERADOS PARA LA ORGANIZACIÓN DEL PROYECTO.....</b> | 136 |
| 4.4.1. Disposiciones generales para la constitución de una compañía.....         | 137 |
| <b>5 ESTUDIO FINANCIERO</b>  |     |
| <b>5. INVERSIONES Y ORIGEN DE FONDOS.....</b>                                    | 139 |
| <b>5.1. INVERSIONES.....</b>   | 139 |
| 5.1.1. Inversión fija.....   | 139 |
| 5.1.2. Inversión diferida.....   | 139 |
| 5.1.3. Capital de trabajo.....   | 140 |
| 5.1.4. Resumen de inversiones.....   | 140 |
| <b>5.2. FINANCIAMIENTO.....</b>  | 142 |
| 5.2.1. Fuentes de financiamiento.....  | 142 |
| 5.2.2. Composición de capital.....   | 142 |
| 5.2.3. Condiciones de préstamo.....  | 142 |
| 5.2.4. Depreciaciones y amortizaciones.....                                      | 143 |
| 5.2.4.1. Amortización de la deuda.....   | 143 |
| <b>6. PRESUPUESTO Y EVALUACIÓN ECONÓMICA</b>                                     |     |
| <b>6.1. PRESUPUESTO.....</b>   | 147 |
| 6.1.1. Presupuesto de ingresos.....  | 147 |
| 6.1.2. Presupuesto de costos y gastos.....                                       | 148 |
| 6.1.3. Punto de equilibrio.....  | 149 |

|  |            |
|--|------------|
| 6.1.4. Estados financieros.....                            | 151        |
| 6.1.4.1 Estado de pérdidas y ganancias o d resultados..... | 151        |
| 6.1.4.2 Flujo de caja.....                                 | 152        |
| 6.1.4.3 Balance general.....                               | 153        |
| 6.1.4.4 Razones financieras.....                           | 155        |
| 6.1.4.4.1 Razones de liquidez.....                         | 155        |
| 6.1.4.4.2 Razones de apalancamiento.....                   | 156        |
| 6.1.4.4.3 Razones de rentabilidad.....                     | 156        |
| 6.1.4.5 Flujos nominales.....                              | 158        |
| <b>6.2. INDICADORES FINANCIEROS Y ECONÓMICOS.....</b>      | <b>160</b> |
| 6.2.1. Tasa mínima de rendimiento aceptable (TMAR).....    | 160        |
| 6.2.2. Valor Actual veto (VAN).....                        | 161        |
| 6.2.3. Tasa Interna de retorno (TIR).....                  | 161        |
| 6.2.4. Período de recuperación de la inversión.....        | 162        |
| 6.2.5. Relación costo beneficio.....                       | 162        |
| <b>6.3. ANÁLISIS DE IMPACTO.....</b>                       | <b>163</b> |
| 6.3.1. Generación de empleo.....                           | 163        |
| 6.3.2. Valor agregado.....                                 | 164        |
| 6.3.3. Impacto sobre el ente ejecutor.....                 | 164        |
| 6.3.4. Impacto sobre el servicio de capacitación.....      | 164        |
| <b>7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>                   |            |
| 7.1. Conclusiones.....                                     | 165        |
| 7.2. Recomendaciones.....                                  | 167        |
| <b>8. BIBLIOGRAFÍA</b>                                     |            |
| 8.1. Citada.....   | 169        |
| 8.2. Consultada.....                                       | 171        |
| 8.3. Electrónico.....                                      | 172        |
| <b>9. ANEXOS</b>   | <b>173</b> |

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

|               |  |     |
|---------------|--|-----|
| GRÁFICO No 1  | Etapas del proceso administrativo.....                         | 7   |
| GRAFICO No 2  | Tipos de demanda.....  | 15  |
| GRÁFICO No 3  | Tipos de canales de distribución.....                          | 21  |
| GRÁFICO No 4  | Tipos de capacidad.....  | 23  |
| GRAFICO No 5  | Factores que intervienen en el tamaño óptimo del proyecto...   | 24  |
| GRÁFICO No 6  | Factores que influyen en la localización óptima del proyecto.. | 26  |
| GRÁFICO No 7  | Factores determinantes del tamaño de la planta.....            | 27  |
| GRÁFICO No 8  | Factores que intervienen en la ingeniería del proyecto.....    | 29  |
| GRÁFICO No 9  | Diagrama de flujo del proceso.....                             | 30  |
| GRÁFICO No 10 | Clasificación de la inversión.....                             | 33  |
| GRÁFICO No 11 | Gastos del estudio.....  | 36  |
| GRÁFICO No 12 | Empresas que han capacitado a sus colaboradores.....           | 57  |
| GRÁFICO No 13 | Respuesta positiva.....  | 58  |
| GRÁFICO No 14 | Respuesta negativa.....  | 59  |
| GRÁFICO No 15 | Conocimiento de centros de capacitación.....                   | 60  |
| GRÁFICO No 16 | Indique cuáles respuesta si.....                               | 61  |
| GRÁFICO No 17 | Efectos falta de capacitación.....                             | 62  |
| GRÁFICO No 18 | Demanda del servicio pequeña empresa.....                      | 63  |
| GRÁFICO No 19 | Demanda del servicio mediana empresa.....                      | 64  |
| GRÁFICO No 20 | Demanda del servicio grande empresa.....                       | 65  |
| GRÁFICO No 21 | Necesidad de los servicios de capacitación pequeña empresa..   | 66  |
| GRÁFICO No 22 | Necesidad de los servicios de capacitación mediana empresa..   | 67  |
| GRÁFICO No 23 | Necesidad de los servicios de capacitación grande empresa...   | 68  |
| GRÁFICO No 24 | Requerimientos de servicios.....                               | 69  |
| GRÁFICO No 25 | Frecuencia de demanda de capacitación pequeña empresa.....     | 70  |
| GRÁFICO No 26 | Frecuencia de demanda de capacitación mediana empresa.....     | 71  |
| GRÁFICO No 27 | Frecuencia de demanda de capacitación grande empresa.....      | 72  |
| GRÁFICO No 28 | Horas adecuadas para capacitación.....                         | 73  |
| GRÁFICO No 29 | Costo estimado.....  | 74  |
| GRÁFICO No 30 | Horario adecuado.....  | 75  |
| GRÁFICO No 31 | Medio de difusión adecuado.....                                | 76  |
| GRÁFICO No 32 | Demanda proyectada empresas.....                               | 83  |
| GRÁFICO No 33 | Demanda proyectada participantes.....                          | 84  |
| GRÁFICO No 34 | Proyección de la oferta.....                                   | 89  |
| GRÁFICO No 35 | Proyección de la oferta por número de participantes.....       | 90  |
| GRÁFICO No 36 | Demanda insatisfecha proyectada por número participantes..     | 91  |
| GRÁFICO No 37 | Canal de distribución.....                                     | 94  |
| GRÁFICO No 38 | Proceso de comercialización del servicio de capacitación.....  | 94  |
| GRÁFICO No 39 | Mapa político del ecuador.....                                 | 98  |
| GRÁFICO No 40 | Mapa de la provincia de Cotopaxi.....                          | 98  |
| GRÁFICO No 41 | Mapa de la ciudad de Latacunga sector urbano y rural.....      | 100 |
| GRÁFICO No 42 | Diagrama de flujo de proceso de capacitación.....              | 105 |
| GRÁFICO No 43 | Cursograma de proceso capacitación.....                        | 106 |

|               |   |     |
|---------------|---|-----|
| GRÁFICO No 44 | Diagrama de flujo de proceso de evaluación.....               | 107 |
| GRÁFICO No 45 | Cursograma de proceso de evaluación.....                      | 108 |
| GRÁFICO No 46 | Diagrama de flujo de proceso de seguimiento.....              | 109 |
| GRÁFICO No 47 | Cursograma de proceso de seguimiento.....                     | 110 |
| GRÁFICO No 48 | Diagrama de flujo de proceso de contratación de instructores. | 111 |
| GRÁFICO No 49 | Cursograma de proceso de contratación de instructores.....    | 112 |
| GRÁFICO No 50 | Diagrama de flujo de proceso de facturación.....              | 113 |
| GRÁFICO No 51 | Cursograma de proceso de facturación.....                     | 114 |
| GRÁFICO No 52 | Entradas y salidas del servicio.....                          | 115 |
| GRÁFICO No 53 | Distribución de la planta “a”.....                            | 124 |
| GRÁFICO No 54 | Logotipo de la empresa.....                                   | 126 |
| GRÁFICO No 55 | Organigrama estructural.....                                  | 129 |
| GRÁFICO No 56 | Organigrama funcional.....                                    | 130 |
| GRÁFICO No 57 | Organigrama posicional.....                                   | 131 |
| GRÁFICO No 58 | Punto de equilibrio.....                                      | 150 |

## ÍNDICE DE CUADROS

|              |   |     |
|--------------|---|-----|
| CUADRO No 1  | Temas por área de capacitación.....   | 46  |
| CUADRO No 2  | Clasificación de las empresas según su tamaño.....  | 51  |
| CUADRO No 3  | Empresas de la ciudad de Latacunga.....   | 52  |
| CUADRO No 4  | Clasificación de las pequeñas, medianas y grandes empresas de la ciudad de Latacunga..... | 54  |
| CUADRO No 5  | Plan muestral.....  | 55  |
| CUADRO No 6  | Distribución muestral.....  | 55  |
| CUADRO No 7  | Demanda histórica por número de empresas.....   | 78  |
| CUADRO No 8  | Método mínimos cuadrados pequeña empresa.....   | 78  |
| CUADRO No 9  | Método mínimos cuadrados mediana empresa.....   | 80  |
| CUADRO No 10 | Método mínimos cuadrados grande empresa.....  | 80  |
| CUADRO No 11 | Demanda proyectada pequeña empresa.....   | 81  |
| CUADRO No 12 | Demanda proyectada mediana empresa.....   | 81  |
| CUADRO No 13 | Demanda proyectada grande empresa.....  | 81  |
| CUADRO No 14 | Demanda proyectada pequeña, mediana y grande empresa.....                                 | 82  |
| CUADRO No 15 | Demanda proyectada por número de empresas.....  | 83  |
| CUADRO No 16 | Principales centros de capacitación establecidos en la ciudad de Latacunga.....           | 85  |
| CUADRO No 17 | Oferta histórica FUNDEL.....  | 86  |
| CUADRO No 18 | Oferta histórica CÁMARA DE COMERCIO.....  | 86  |
| CUADRO No 19 | Oferta histórica GRUPO ECUADOR.....   | 87  |
| CUADRO No 20 | Oferta proyectada.....  | 87  |
| CUADRO No 21 | Proyección de la oferta por número de participantes.....                                  | 89  |
| CUADRO No 22 | Demanda insatisfecha proyectada por número de participantes.....                          | 91  |
| CUADRO No 23 | Precios promedios actuales de la competencia.....   | 92  |
| CUADRO No 24 | Servicio básicos en la ciudad de Latacunga.....   | 100 |
| CUADRO No 25 | Matriz para la localización óptima de la planta método de ponderación de factores.....    | 101 |
| CUADRO No 26 | Capacidad diseñada.....   | 102 |
| CUADRO No 27 | Capacidad utilizada.....  | 103 |
| CUADRO No 28 | Capacidad del proyecto propuesto.....   | 104 |
| CUADRO No 29 | Equipo cómputo / área administrativa.....   | 116 |
| CUADRO No 30 | Equipo de cómputo / área de capacitación.....   | 116 |
| CUADRO No 31 | Muebles y enseres / área administrativa.....  | 117 |
| CUADRO No 32 | Muebles y enseres / área de capacitación.....   | 117 |
| CUADRO No 33 | Útiles de oficina / área administrativa.....  | 118 |
| CUADRO No 34 | Útiles de oficina / área de capacitación.....   | 118 |
| CUADRO No 35 | Útiles de limpieza / área administrativa.....   | 119 |
| CUADRO No 36 | Útiles de limpieza / área de capacitación.....  | 119 |
| CUADRO No 37 | Personal administrativo.....  | 120 |
| CUADRO No 38 | Personal operativo.....   | 120 |
| CUADRO No 39 | Personal de ventas.....   | 121 |
| CUADRO No 40 | Gasto de ventas.....  | 121 |
| CUADRO No 41 | Instalaciones del proyecto / área administrativa.....                                     | 122 |

|              |  |     |
|--------------|--|-----|
| CUADRO No 42 | Instalaciones del proyecto / área de producción.....                             | 122 |
| CUADRO No 43 | Servicios básicos de administración.....   | 122 |
| CUADRO No 44 | Servicios básicos de producción.....   | 123 |
| CUADRO No 45 | Terrenos y obra civil.....   | 125 |
| CUADRO No 46 | Principios y valores.....  | 128 |
| CUADRO No 47 | Funciones del personal.....  | 132 |
| CUADRO No 48 | Trámites de constitución.....  | 137 |
| CUADRO No 49 | Requisitos para la constitución de una compañía de responsabilidad limitada..... | 138 |
| CUADRO No 50 | Presupuestación.....   | 139 |
| CUADRO No 51 | Inversiones.....   | 141 |
| CUADRO No 52 | Composición del capital.....   | 142 |
| CUADRO No 53 | Financiamiento.....  | 143 |
| CUADRO No 54 | Tabla de amortización.....   | 143 |
| CUADRO No 55 | Amortización de la deuda.....  | 144 |
| CUADRO No 56 | Depreciaciones y amortizaciones.....   | 146 |
| CUADRO No 57 | Presupuesto de ingresos.....   | 147 |
| CUADRO No 58 | Presupuesto costos y gastos.....   | 148 |
| CUADRO No 59 | Punto de equilibrio.....   | 149 |
| CUADRO No 60 | Estado de pérdidas y ganancias.....  | 151 |
| CUADRO No 61 | Flujo de caja.....   | 152 |
| CUADRO No 62 | Balance general.....   | 154 |
| CUADRO No 63 | Flujos nominales.....  | 159 |
| CUADRO No 64 | Cálculo de la TMAR.....  | 160 |
| CUADRO No 65 | Cálculo del VAN.....   | 161 |
| CUADRO No 66 | Cálculo del TIR.....   | 162 |
| CUADRO No 67 | Cálculo del Período de recuperación de la inversión.....                         | 162 |
| CUADRO No 68 | Cálculo de la Relación costo beneficio.....                                      | 163 |



## ÍNDICE DE TABLAS

|             |   |    |
|-------------|---|----|
| TABLA No 1  | Empresas que han capacitado a sus colaboradores.....            | 57 |
| TABLA No 2  | Respuesta positiva.....   | 58 |
| TABLA No 3  | Respuesta negativa.....   | 59 |
| TABLA No 4  | Conocimiento de centros de capacitación.....                    | 60 |
| TABLA No 5  | Indique cuáles respuesta si.....                                | 61 |
| TABLA No 6  | Efectos falta de capacitación.....                              | 62 |
| TABLA No 7  | Demanda del servicio pequeña empresa.....                       | 63 |
| TABLA No 8  | Demanda del servicio mediana empresa.....                       | 64 |
| TABLA No 9  | Demanda del servicio grande empresa.....                        | 65 |
| TABLA No 10 | Necesidad de los servicios de capacitación pequeña empresa..... | 66 |
| TABLA No 11 | Necesidad de los servicios de capacitación mediana empresa..... | 67 |
| TABLA No 12 | Necesidad de los servicios de capacitación grande empresa.....  | 68 |
| TABLA No 13 | Requerimientos de servicios.....                                | 69 |
| TABLA No 14 | Frecuencia de demanda de capacitación pequeña empresa.....      | 70 |
| TABLA No 15 | Frecuencia de demanda de capacitación mediana empresa.....      | 71 |
| TABLA No 16 | Frecuencia de demanda de capacitación grande empresa.....       | 72 |
| TABLA No 17 | Horas adecuadas para capacitación.....                          | 73 |
| TABLA No 18 | Costo estimado.....   | 73 |
| TABLA No 19 | Horario adecuado.....   | 75 |
| TABLA No 20 | Medio de difusión adecuado.....                                 | 76 |
| TABLA No 21 | Detalle del material a ser entregado a los participantes.....   | 93 |



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS**  
**Latacunga - Ecuador**

---

**TEMA: TEMA: “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO INTEGRAL DE CAPACITACIÓN EMPRESARIAL EN LA CIUDAD DE LATACUNGA”**

**Autor: Jaime Vega**

**RESUMEN**

El proyecto permitirá conocer la factibilidad para la creación de un Centro Integral de Capacitación en la ciudad de Latacunga, este servicio está dirigido principalmente para el personal que trabaja en las empresas pequeñas, medianas y grandes, sean estas públicas o privadas. Se utilizó el método analítico deductivo que permitió partir de verdades previamente establecidas como principios generales, para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez, el método empírico a través de la encuesta determinó la obtención de datos primarios por medio de preguntas para conocer las preferencias y necesidades de los clientes.

El estudio de mercado estableció la existencia de demanda insatisfecha, la misma, que debe ser aprovechada a través de la ejecución de este proyecto. Los resultados obtenidos del estudio técnico permitieron conocer los requerimientos de materiales y equipos recursos necesarios para poner en marcha la empresa.

El estudio administrativo sintetizó la necesidad de recursos humanos (administrativos y operativos) asignándoles sus funciones y responsabilidades, los mismos, que proporcionarían los conocimientos en base a las necesidades del mercado objetivo. Los datos obtenidos en el análisis del estudio financiero, determinaron que, el rendimiento del proyecto es superior a cualquier alternativa de inversión, lo que ratifica la factibilidad del mismo.

Factibilidad – Empresas – Estudio de Mercado, Técnico y Financiero.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS**  
**Latacunga - Ecuador**

---

**TOPIC:” PROYECT OF FEASIBILITY FOR THE CREATION OF A TRAINING INTEGRAL CENTER ENTERPRISE IN THE CITY OF LATACUNGA”**

**Author:**

Jaime Vega

**SUMMARY**

The project will allow knowing the feasibility of the creation of a Training Integral Center in Latacunga, this service is aimed at the staff that works in small, medium and big enterprises whether public or private. The deductive, analytical method was used which allowed to start off from previously established facts as general principles, then to be applied in individual cases and to prove its validity, the empiric method, through the survey, facilitated the attainment of primary data by means of questions in order to get the preferences and needs of the clients.

The market study established the unsatisfied demand, which must be taken advantage through the execution of this project. The obtained results from the technical study allowed to know the requirements of the material, equipment and resources needed to put the enterprise into action.

The managerial study synthesized the need of human resources (managerial and operative) giving them functions and responsibility, which yielded knowledge based on the target market needs. The obtained data on the analysis of financial study determined that the performance of the project is superior to any other investment alternative, which ratified its feasibility.

Feassibility – Enterprises – Proyect – Market study, Technical and Financial.

## INTRODUCCIÓN

El proceso de aprendizaje es tan antiguo como el hombre mismo, eje de toda acción educativa y de entrenamiento, es claro que los intentos por enseñar e intercambiar habilidades se originó entre los pueblos primitivos.

A partir de la aparición de Revolución industrial los, mercados se fueron expandiendo, por lo tanto se requirió más maquinaria y materiales, a medida que los empresarios adquirieron mayor crecimiento y desarrollo para sus empresas, fueron entrenando a sus trabajadores no solo en las actividades en las que trabajaban sino que también en diversas actividades y es así como comienzan a participar más en los procesos que se llevan a cabo.

En el año de 1970 en México la Ley federal del trabajo establece como obligación de las empresas el capacitar a sus empleados, y para 1977 la capacitación para el trabajo se convierte en un derecho para el trabajador, en 1978 se origina el sistema de capacitación y desarrollo.

En los últimos años los países del medio oriente han logrado un trascendental desarrollo debido a la inversión y a la importancia que le han dado al capital humano, han procurado y tomado conciencia de la gran necesidad que existe de la capacitación, adiestramiento, entrenamiento de sus trabajadores para mejorar su desempeño y así mejorar las condiciones y calidad de vida de cada individuo.

El Ecuador en la actualidad cuenta con el Centro Nacional de Capacitación y Formación Profesional -CNCF- que fue creado por Decreto Ejecutivo 1821 en el año 2001 y luego actualizado por el Decreto Ejecutivo 1509 del año 2008.

CNCF es el órgano regulador encargado de la definición de políticas del Sistema Nacional de Formación Profesional, es una entidad de derecho público, con personería jurídica propia, autonomía administrativa y financiera con patrimonio y fondos propios, se financia con la contribución pagada mensualmente por todos

los empleadores del sector privado. Es importante la existencia de un ente regulador que esté trabajando por brindar a la colectividad en general servicios de capacitación acorde a las necesidades de un mundo globalizado.

En la provincia de Cotopaxi existen varios centros de capacitación que ofertan sus servicios a la ciudadanía y muchos de ellos se encuentran constituidos en la ciudad de Latacunga, estos centros tienen una importante aceptación de la ciudadanía, la misma, que cada día se encuentra más interesada en actualizar sus conocimientos alcanzando así ser entes productivos.

La presente investigación se denomina "Proyecto de factibilidad para la creación de un centro integral de capacitación empresarial en la ciudad de Latacunga" el análisis de cada uno de los capítulos determinará la viabilidad de la creación del proyecto.

El problema de estudio que se plantea es ¿La ausencia de un Centro Integral de Capacitación Empresarial en la ciudad de Latacunga, ocasiona malestar e inconformidad en el personal y ejecutivos que demandan este servicio?, los objetivos del estudio se basan en analizar los fundamentos teóricos necesarios en la elaboración de un proyecto de factibilidad, establecer la demanda y la necesidad insatisfecha del sector empresarial de la ciudad de Latacunga y por último a través de un Estudio Técnico y Financiero determinar la factibilidad del Proyecto.

Las preguntas científicas están encaminadas a resolver los problemas de investigación en cada capítulo de la tesis, así, el CAPÍTULO I contiene los fundamentos teóricos cuya variable es el proyecto, enfocado en la empresa, la administración y en el estudio de mercado, técnico y financiero.

La segunda pregunta científica se desarrolla en el CAPÍTULO II con la variable demanda insatisfecha del sector empresarial cuyos indicadores son los factores culturales, políticos, técnicos, económicos y la herramienta a aplicarse será la encuesta dirigida a los gerentes de las empresas pequeñas, medianas y grandes con un tamaño muestral de 275 empresas, este instrumento se aplicará con la

finalidad de obtener información, analizarla, elaborarla y simplificarla para que pueda ser interpretada eficazmente dentro de la investigación. La proyección de la oferta y demanda determinarán la necesidad de la creación del proyecto; se realizará un estudio de los precios, canales de distribución y se darán a conocer las políticas de venta y de precios, así como también la promoción y publicidad que permitirá ser competitivo en el mercado.

La tercera pregunta científica corresponde al CAPÍTULO III sustentado en el Estudio Técnico en el que se analizó los factores que determinan el tamaño de la empresa, su ubicación, los procesos a desarrollarse para brindar un servicio de calidad, así como también el diseño de la planta, los requerimientos de materiales, insumos, tecnología y de personal, culminando con un estudio del marco legal y su estructura organizacional.

El Estudio Financiero definió el monto de la inversión, la necesidad de financiamiento, los costos e ingresos y los estados financieros que permitieron obtener información para realizar los indicadores financieros y económicos que gracias a la aplicación de métodos como: valor actual neto, la tasa interna de retorno, período de recuperación de la inversión y la relación costo beneficio se podrá establecer la factibilidad o no del proyecto.

Con la culminación del estudio y análisis de los tres capítulos se pudo comprobar que existe un importante segmento del mercado objetivo que requiere de los servicios de un centro integral de capacitación empresarial en la ciudad de Latacunga, el mismo que contribuirá al desarrollo profesional de los trabajadores que laboran en las diferentes empresas pequeñas, medianas y grandes constituidas en la ciudad de Latacunga, así como también generará rentabilidad económica para los inversionistas.

# CAPÍTULO I

## FUNDAMENTOS TEÓRICOS

### 1.1 Empresa.

La empresa tiene como finalidad poner bienes y/o servicios a disposición de los consumidores para que puedan satisfacer sus necesidades en las mejores condiciones de calidad, precio y situación.

Una empresa o compañía cuando se constituye posee una serie de activos, obligaciones y derechos que cumplir, es por tal motivo que hay que redactar una serie de documentos públicos en los que se definirá el objetivo de la misma, cuál es su razón social, su domicilio fiscal, quiénes son los socios fundadores, cuál es el volumen de capital social inicial, en cuántas acciones o participaciones se divide el capital social y cuáles son los estatutos de la sociedad, entre otros; la actividad y la estructura legal de las empresas se regula mediante el Derecho mercantil, que establece los requisitos contables, las obligaciones de los gestores o administradores y los derechos de los accionistas.

Para **PALLADARES y OTROS.** (2004) , autores del libro Hacer Empresa un reto, ” la empresa se le puede considerar como un sistema dentro de la cual una persona o grupo de personas desarrollan un conjunto de actividades encaminadas a la producción y/o distribución de bienes y/o servicios enmarcados en un objetivo determinado”. (Pág. 2).

Como señala también **M DE BEAS ANTONIO** (2001), Organización y Administración de Empresa “empresa es la naturaleza (o tierra), el trabajo y el capital que constituyen los factores de producción de los bienes económicos, entendiéndose por tales los que, siendo escasos y que por consiguiente requieren de un esfuerzo para su consecución permiten la satisfacción de las necesidades humanas” (Pág. 1).

El postulante considera que la empresa es una entidad social conformada básicamente por personas que realizan un conjunto de actividades mediante el uso de recursos que le permitirá ofertar bienes y/o servicios de calidad.

### ***1.1.1. Generación de nuevos negocios***

Un país en vías de desarrollo requiere de la creación de todo tipo de negocios sin importar si son pequeñas, medianas o grandes industrias, para crear una empresa que agregue valor a los productos se requiere de tecnología y ésta implica una serie de conocimientos sobre cómo hacer determinado producto y/ servicio.

La persona que se plantea el reto de poner en marcha un negocio propio debe desarrollar múltiples habilidades psicológicas para superar con éxito las duras fases del diseño, puesta en marcha y primeros meses de vida de la empresa. Las ideas de negocio se dan cuando el futuro empresario relaciona y orienta sus capacidades imaginativas, creativas, inventivas, innovadoras a una perspectiva de negocio y empieza a asociar esa idea con mercados, clientes, tecnología, recursos, contactos, etcétera.

La idea de negocios es la etapa que inicia el proceso de dar valor económico a las ideas, es empezar a revisar realmente con una concepción concreta la idea, es ver en el futuro una luz.

### ***1.1.2. Ingredientes básicos del negocio***

Es muy importante identificar cinco ingredientes básicos que todo negocio debe tener para garantizarle la posibilidad de éxito, el emprendedor debe buscar la fusión óptima considerando las circunstancias en las que la empresa se va a desempeñar.



Los cinco ingredientes básicos son:

#### ***1.1.2.1. Conocimiento técnico***

Es necesario para la empresa contar con proveedores de tecnología específica para su empresa y su producción que le permita obtener un bien de calidad y brindar un servicio eficiente, la misma, debe estar disponible en el momento que se requiera, a su mejor nivel acorde con los requerimientos de la empresa, proporcionándole una ventaja competitiva minimizando los costos y tiempos en la producción y/o servicio.

#### ***1.1.2.2. Oportunidad***

Es estar en el lugar, en la hora y con la actitud necesaria para aprovechar en buena forma la oportunidad que el mercado brinda, la preparación del empresario juega un papel fundamental para el desarrollo y progreso de la empresa.

#### ***1.1.2.3. Contactos personales***

El éxito del negocio dependerá en gran medida de la relación de la firma con el grupo empresarial, por tal motivo es muy trascendental que el empresario tome la iniciativa y busque alianzas o asociaciones que puedan serles útiles en los procesos empresariales.

#### ***1.1.2.4. Recursos***

La función del emprendedor es determinar las necesidades de los diferentes recursos que la empresa requiere como son físicos, financieros, humanos, informáticos, los mismos que deben estar en la cantidad, calidad y al momento adecuado con las exigencias y potencialidades del proyecto que permita conservar la armonía en el puesto de trabajo.

#### ***1.1.2.5. Clientes con pedidos***

Existe una gran posibilidad de éxito para la empresa si los potenciales clientes realizan y colocan pedidos que retiran, pagan y vuelven a repetir el ciclo, de lo contrario, no tiene ningún sentido producir, por tal motivo, se debe contar con productos y/o servicios de calidad conforme a las requerimientos de los clientes alcanzando su fidelidad con la empresa.

#### ***1.1.3. Oportunidades de negocio***

Se dan cuando las ideas de negocio están basadas en las necesidades de los clientes, en ventajas competitivas, en la identificación del lugar adecuado, del momento oportuno y de la forma apropiada, cuando se visualizan los recursos humanos, físicos y materiales necesarios y cuando se cuenta con el impulso vital de empresarios que la hagan realidad.

Una vez que la idea ha sido evaluada cualitativamente en forma positiva, el empresario generalmente muestra una tenacidad impresionante para llevar a cabo esa idea de negocio y una tendencia obsesiva a no dejar ir esa idea; serenidad y tenacidad son las características empresariales básicas en este momento.

#### ***1.1.4. Emprendedor***

El emprendedor es una persona que sabe descubrir y encontrar cosas novedosas, que ve lo que, por ahí, otras personas no ven, y que a partir de eso da forma a una idea y la convertirte en una empresa exitosa.

**M DE BEAS ANTONIO** (2001), Organización y Administración de Empresa señala que “emprendedor es el agente económico director de una unidad de explotación, que adopta las decisiones que estima más convenientes encaminadas a hacer uso de los factores de producción de los que dispone” (Pág. 10).

Se denomina emprendedor a aquella persona que identifica una oportunidad y organiza los recursos necesarios para ponerla en marcha, es habitual emplear este término para designar a una persona que crea una empresa o que encuentra una oportunidad de negocio.

Los emprendedores son personas que toman decisiones, las llevan a la acción, y creen que pueden controlar su propio destino, frecuentemente están motivados por un espíritu de independencia la cual los lleva a creer que el éxito depende de su esfuerzo y trabajo duro, no de suerte y es capaz de enfrentar obstáculos y riesgos para lograr lo que quiere; aprende de sus errores, que no se inmoviliza o abandona cuando se equivoca o fracasa, que intenta salir adelante pese a las dificultades que encuentra

El postulante describe al emprendedor como el factor decisivo en la creación y desarrollo de las empresas, es quién invierte o gestiona el capital necesario para el establecimiento y funcionamiento de las mismas; su trabajo está encaminado en lograr mediante la instauración de políticas y estrategias los objetivos plasmados por la empresa o negocio.

En consecuencia, la empresa constituye la unidad básica de producción, mientras que el emprendedor es el agente económico que tiene bajo su responsabilidad la administración eficiente de los recursos con los que cuenta, maximizando los niveles de producción y servicio alcanzando ser competitivos en el mercado.

## **1.2. Administración**

Para **EMERY** Douglas y **FINNERTY** Jhon. (2001), autores del libro Administración corporativa financiera “definen a la administración como el trabajar con personas para determinar, interpretar y alcanzar los objetivos organizacionales desempeñando las funciones de planeación, organización, contratación de personal, dirección y control” (Pág. 44).

Como menciona también **ROJAS** Miguel (2004) en su libro Administración para Ingenieros “administración es la integración dinámica y óptima de las funciones de planeación, organización, dirección y control para alcanzar un fin grupal, de la manera más económica y en el menor tiempo posible” (Pág.2).

Desde la perspectiva del investigador se considera que la administración es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos y las actividades de trabajo con el propósito de lograr los objetivos o metas de la organización de manera eficiente y eficaz, además, es la utilización óptima de los insumos que entran a la empresa para formar parte de un proceso de producción o servicios generando valor a los mismos.

Se determina que su importancia es en gran medida la consecución y satisfacción de muchos objetivos como: económicos, sociales, culturales, políticos, religiosos; toda organización depende de la administración para llevar a cabo sus fines, de esto depende que los recursos sean productivos.

### ***1.2.1. Proceso administrativo***

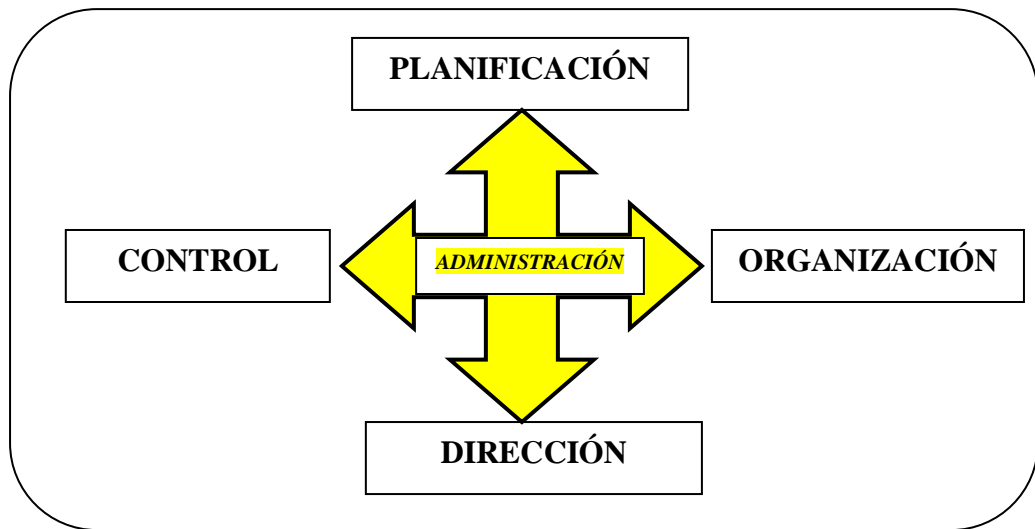
**HAROLD** Koontz y **HEINZ** Wehrick, (2006) en su libro Elementos de la Administración, “las funciones del administrador son: Planificación, Organización, Dirección y Control que conforman el Proceso Administrativo cuando se las considera desde el punto de vista sistémico”. (Pág.46).

Se considera que para que la empresa cumpla con los objetivos establecidos a corto, mediano o largo plazo, es muy importante aplicar acciones para normalizar las actividades de la empresa, es decir una correcta planificación, organización, dirección y control , establecerán los mecanismos necesarios para que la empresa cumpla con sus responsabilidades y genere la rentabilidad esperada.

### 1.2.1.1. Etapas del proceso administrativo

Según **IDALBERTO** Chiavenato (2004) autor del libro la Administración en los nuevos tiempos “organiza el proceso administrativo de la siguiente manera”: (Pág. 225).

**GRÁFICO N° 1: ETAPAS DEL PROCESO ADMINISTRATIVO**



**FUENTE:** Introducción a la teoría general de la Administración. Autor: Idalberto Chiavenato.  
**ELABORADO POR:** El Autor

#### 1.2.1.1.1. Planificación

Consiste básicamente en elegir y fijar las tareas y objetivos de la organización, después, determinar las políticas, proyectos, programas, procedimientos, métodos, presupuestos, normas y estrategias necesarias para alcanzarlos incluyendo la toma de decisiones, al tener que escoger entre diversos cursos de acción futuros, es decir, con anticipación lo que se quiere lograr en el futuro y el cómo se lo va a lograr.

Expresa **HAROLD** koontz y **HEINZ** Weinrich. (2006) en su libro Administración una Perspectiva Global “la planeación implica calcular las

condiciones y circunstancias futuras y con base en estas estimaciones tomar decisiones sobre el trabajo que debe realizar el administrador y todos aquellos que están bajo su responsabilidad.” (Pág. 25).

El autor considera que la planeación es decir por adelantado qué, cómo, cuándo y quién va a realizar una determinada actividad, la planeación cubre la brecha que va desde donde estamos hasta donde queremos ir.

#### **1.2.1.1.2. Organización**

Es la función administrativa relacionada con la asignación y distribución de las tareas a los equipos y departamentos, establecer autoridad y asignar los recursos necesarios entre los miembros de la empresa para llevar a cabo lo planeado.

Organizar es establecer o reformar una cosa sujetando a las reglas el número, orden, armonía y dependencia de las partes que la componen o han de componerla.

Para el postulante la organización está encaminada en asignar eficientemente tareas y recursos que permitan cumplir con objetivos planteados por la entidad a corto, mediano y largo plazo.

#### **1.2.1.1.3. Dirección**

Representa la puesta en marcha de lo que fue planeado y organizado, es la función administrativa que incluye el empleo de la influencia para activar y motivar a las personas a alcanzar los objetivos organizacionales.

**HAROLD** koontz y **HEINZ** Weihrich. (2006) Administración una perspectiva global, “es el proceso de influir sobre las personas para que contribuyan a las metas de la organización y del grupo, es en esta área en que las ciencias de la conducta hacen su principal aportación a la administración”. (Pág. 494).

En conclusión la dirección se encarga de comunicar las tareas e influenciar y motivar a las personas para que ejecuten los trabajos asignados, el administrador debe crear condiciones adecuadas para que los individuos trabajen en conjunto a favor del cumplimiento de los objetivos comunes de la organización.

#### **1.2.1.1.4. Control**

Consiste en medir y corregir el desempeño individual y organizacional para garantizar que los hechos se apeguen a los planes; implica la medición del desempeño con base en metas y planes, la detección de desviaciones respecto de normas, estándares y la contribución a la corrección de éstas.

Se considera que control es garantizar que se han cumplido los objetivos de la empresa y los planes ideados para alcanzarlos, con el acompañamiento, monitoreo y evaluación del desempeño organizacional para verificar si las tareas se ejecutan de acuerdo con lo planeado, organizado y dirigido.

### **1.3. Capacitación**

En la actualidad la capacitación de los recursos humanos es la respuesta a la necesidad que tienen las empresas o instituciones de contar con un personal calificado y productivo porque contribuye al desarrollo personal y profesional de los individuos, a la vez que redundan en beneficios para la empresa, respecto a las funciones laborales que deben desempeñar en el puesto de trabajo que ocupan; la capacitación procura actualizar sus conocimientos con las nuevas técnicas y métodos que garantizan eficacia y eficiencia para los trabajadores.

Las organizaciones pequeñas, medianas o grandes tienen algo en común, generan productos y servicios orientados a satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes, la capacitación se debe entender como una inversión de la empresa ya que contribuye al desarrollo personal y profesional de los individuos para que puedan realizar eficientemente su trabajo, mejora el desempeño siendo este el

precursor de la consecución de objetivos, es un asunto de resultados, un asunto de éxito, un asunto de competitividad.

La mejor forma de generar la cultura de la capacitación es cuando los empresarios evidencian los resultados de lo que aprendieron sus colaboradores, considerando a la capacitación como una inversión, basada en resultados medibles o cuantificables según los objetivos planteados por la organización”.

Para **DE CENSO** David y **ROBBINS** Stephen. (2003), Administración de Recursos Humanos “la capacitación y desarrollo en una organización es la responsabilidad de ayudar a los empleados a maximizar su potencial, su principal objetivo es estimular las cualidades personales de los empleados de manera que las mejoras que se llevan a cabo conduzcan hacia una mayor productividad en la organización” (Pág. 17).

**DESSLER** Gary. (2009) en su libro Administración de Recursos Humanos señala que “capacitar significa proporcionar a los empleados nuevos o antiguos las habilidades y conocimientos que requieren para desempeñar su trabajo”. (Pág.294).

En definitiva para el postulante la capacitación, consiste en una actividad planeada y basada en las necesidades reales de una empresa encaminadas a proporcionar conocimientos, desarrollar habilidades, destrezas y modificar aptitudes del personal de todos los niveles a través del perfeccionamiento de sus conocimientos con el objeto de cumplir eficientemente su trabajo, logrando empresas más competitivas.

### ***1.3.1.Áreas esenciales donde se requiere la capacitación.***

#### ***1.3.1.1. Área cognoscitiva***

Se refiere a aquellos procesos de tipo intelectual que influyen en el desempeño de una actividad, estos procesos como la atención, la memoria, el análisis,



abstracción, reflexión, nos proporciona información, sobre el mundo circundante, sus relaciones y organizaciones que es necesario en las personas.

#### ***1.3.1.2. Área psicomotriz***

Se refiere al dominio de habilidades, hábitos, destreza mental, verbal y movimientos que las personas necesitan dominar en determinadas operaciones.

#### ***1.3.1.3. Área afectiva***

Es el conjunto de actitudes, valores y opiniones del individuo, que le hacen actuar a favor o en contra de las personas, hecho y estructuras.

### ***1.3.2. Beneficios de la capacitación***

Según la Web, [http://www.wikilearning.com/cursogratis/capacitación\\_y\\_desarrollo-beneficios\\_de\\_la\\_capacitación\\_a\\_los\\_empleados/15836-4](http://www.wikilearning.com/cursogratis/capacitación_y_desarrollo-beneficios_de_la_capacitación_a_los_empleados/15836-4), consultado el 02-07-2010 a las 16h37, señala los beneficios de la capacitación y son:

#### ***1.3.2.1. A las organizaciones***

- Conduce a una rentabilidad más alta y a actitudes positivas
- Mejora el conocimiento del puesto a todos los niveles
- Ayuda al personal a identificarse con los objetivos de la organización
- Crea mejor imagen
- Mejora la relación jefe-subordinados
- Contribuye a la formación de líderes y dirigentes
- Incrementa la productividad y calidad del trabajo
- Ayuda a mantener bajos costos en las operaciones

#### ***1.3.2.2. Al personal***

- Ayuda al individuo en la solución de problemas y en la toma de decisiones

- Proporciona oportunidades para el continuo desarrollo personal
- Sube el nivel de satisfacción con el puesto
- Permite el logro de metas individuales
- Elimina los temores a la incompetencia o a la ignorancia individual

### ***1.3.2.3. Relaciones humanas, internas, externas y adopción de políticas***

- Mejora la comunicación entre grupos y entre individuos
- Ayuda en la orientación de nuevos empleados
- Proporciona información sobre disposiciones oficiales
- Hace variables las políticas de las organizaciones
- Alienta cohesión de grupos

En definitiva el postulante señala que en la actualidad la capacitación de los recursos humanos es la respuesta a la necesidad que tienen las empresas o instituciones de contar con un personal calificado y eficaz; mejorando frecuentemente las cualidades de los trabajadores e incrementando su motivación, esto a su vez, conduce a una mayor productividad y a un incremento en la rentabilidad de las empresas.

## **1.4. Proyectos**

Un proyecto surge de la identificación de necesidades, consta de un conjunto de antecedentes técnicos, legales, económicos y financieros que permiten juzgar cualitativa y cuantitativamente las ventajas y desventajas de asignar recursos a esa iniciativa, teniendo en cuenta el contexto social, económico, cultural y político.

**NOSSIR** Sapag. (2000), Autor del libro “Elaboración de Proyectos de Inversión” Proyecto de inversión es un plan al que se le asigna un monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos para producir y un bien o servicio que será útil al ser humano o a la sociedad en general”. (Pág. 18).

Menciona también **MORATE** Karen (2004), Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión “proyecto de inversión es un paquete de inversiones, insumos y actividades diseñado con el fin de eliminar o reducir varias restricciones al desarrollo, para lograr uno o más productos o beneficios en términos de aumento de la productividad y del mejoramiento de la calidad de vida de un grupo de beneficiarios dentro de un determinado período de tiempo”. (Pág.1).

Se manifiesta que un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema a resolver, destinado a satisfacer las necesidades del ser humano en todas sus facetas, tiene por objeto conocer su rentabilidad económica y social; de tal manera que asegure resolver una necesidad en forma eficiente, segura y rentable.

En la actualidad, una inversión inteligente requiere de una base que la justifique, dicha base es precisamente un proyecto bien estructurado y evaluado que indique el proceso que debe seguirse; el futuro siempre es incierto y por esta razón siempre se arriesgará, de ahí se deriva la importancia de elaborar los proyectos.

### ***1.4.1. Etapas de un proyecto de factibilidad***

Para llevar a cabo el estudio de factibilidad de un proyecto de inversión se requiere, según la metodología y prácticas vigentes, la realización de los siguientes estudios:

- Estudio de Mercado
- Estudio Técnico
- Estudio Administrativo
- Estudio Económico – Financiero

#### ***1.4.1.1. Estudio de Mercado***

Para **GUERRERO** Gustavo. (2007), autor del libro Proyectos de Inversión, “define al estudio de mercado como la parte de un proyecto que tiene por objeto

estimar la demanda, es decir, la cantidad de bienes o servicios que la comunidad estaría dispuesta a adquirir en un determinado período y precio”. (Pág.30).

Menciona **MALHOTRA** Naresh (2004), Investigación de Mercado un Enfoque Aplicado “Permite conocer el entorno que existe entre la oferta, demanda y precios de un determinado bien para saber si existe demanda potencial que pueda ser cubierta, su objetivo es demostrar la existencia de la necesidad en los consumidores por el bien que se pretende fabricar o vender” (Pág. 6).

En definitiva el postulante determina que el estudio de mercado es una herramienta útil para prever una política de precios, estudiar la forma adecuada de comercializar el producto y/o servicio y determinar si existe un mercado viable para el proyecto que se pretende implantar, esta investigación debe proporcionar información necesaria para la toma de decisiones en relación a la inversión y al comportamiento del mercado.

#### ***1.4.1.1.1. Análisis de la demanda***

Tiene por objetivo caracterizar a los consumidores actuales y potenciales identificando sus preferencias, hábitos de consumo, motivaciones, nivel de ingreso promedio, entre otros, para obtener el perfil sobre el cual pueda basarse la estrategia comercial., para el estudio se deberá tomar en cuenta información proveniente de fuentes primarias o secundarias, indicadores económicos, etcétera.

La ley de la demanda indica que, si el precio del servicio aumenta, la demanda por éste disminuye, ya que algunos consumidores que previamente lo adquirirán dejarán de hacerlo y buscarán otros servicios que lo sustituyan, por el contrario, si el precio del servicio disminuye, la demanda tenderá a subir.

➤ **Tipos de demanda**

**GRÁFICO No 2 TIPOS DE DEMANDA**



**FUENTE:** *Evaluación social de proyectos.* Autor: Fontaine Ernesto  
**ELABORADO POR:** El Autor

La demanda es indispensable conocerla, ya que se debe establecer cuántos compradores están dispuestos a adquirir los bienes o servicios y a qué precios, está relacionada con los ingresos de la población a quién se desea venderle y con el consumo de bienes sustitutos o complementarios, porque éstos influyen ya sea en disminuir la demanda o en aumentarla.

***1.4.1.1.2. Análisis de la oferta***

Oferta es la cantidad de bienes o servicios que se ponen a la disposición del consumidor en determinadas cantidades, precio, tiempo y lugar establecido.

El análisis de la oferta es la etapa en la cual identificamos a los oferentes que están dispuestos a poner a disposición del mercado sus productos a un precio determinado, en esta parte de la investigación es necesario conocer los factores

cuantitativos y cualitativos que influyen en la oferta, es importante recabar información de fuentes primarias como secundarias tomando en cuenta aspectos como:

- Números de productores
- Localización
- Capacidad instalada y utilizada
- Calidad y precio de los productos

La ley de la oferta determina que frente a un aumento en el precio de un bien, la oferta que exista por ese bien va a ser mayor, es decir, los productores de bienes y servicios tendrán un incentivo mayor; la oferta es directamente proporcional al precio.

#### ***1.4.1.1.3. Análisis de la competencia***

Realizar un estudio de la competencia es simplemente una inversión de futuro, que nos dará la posibilidad de seguir, cambiar o diversificar las distintas estrategias o directrices comerciales con un tanto por ciento de éxito asegurado muy elevado y nos permitirá ir siempre por delante o como mínimo al mismo nivel.

Corresponde en este punto describir a los competidores investigarlos y analizarlos, para ello debemos recabar la siguiente información:

- ¿Dónde están ubicados?
- ¿Cuántos son según el tamaño?
- ¿Qué productos ofrecen?
- ¿Cuáles son sus tácticas y formas de publicidad?, etc.

Para el investigador en esta parte del proyecto es muy importante saber quiénes son y cuántos e identificar si estamos en el mismo sector o en una parte de él, se

debe definir las características de los productos que ofrecen el resto de productores, su participación en el mercado, sus estrategias corporativas con el fin de determinar las ventajas y desventajas que aporta dicha competencia.

#### ***1.4.1.1.4. Análisis del consumidor***

El análisis del consumidor tiene por objetivo caracterizar a los consumidores actuales y potenciales, identificando sus preferencias, hábitos de consumo, motivaciones, nivel de ingreso promedio, ente otros; para obtener el perfil sobre el cual pueda basarse la estrategia comercial, el comportamiento de los consumidores para detectar sus necesidades de consumo y la forma de satisfacerlas.

Se determina que con el análisis del consumidor se pretende aportar datos que permitan mejorar las técnicas de mercadeo para la venta de un producto o de una serie de productos así como sus requerimientos y necesidades para cubrir la demanda insatisfecha de los consumidores.

#### ***1.4.1.1.5. Definición del producto o servicio***

En esta parte debe hacerse una descripción exacta del producto y/o servicio que se pretenda elaborar, esto es, tiempos, materias primas, tecnología, estándares, etcétera.

##### **➤ Producto**

El producto es un conjunto de características y atributos tangibles (tamaño, forma y color) e intangibles (marca, imagen de empresa, servicio) que el comprador acepta como algo que va a satisfacer sus necesidades, debe ir acompañado de satisfactores que le permita a la empresa tener mayor aceptación del mercado logrando posicionarse, manteniéndose por mucho tiempo en un estado de madurez generando mayor rentabilidad.

## ➤ Servicio

Son actividades identificables, intangibles y perecederas que vienen a ser el resultado del esfuerzo humano o mecánico que producen una actividad, un desempeño, que implica generalmente la participación del cliente y que no es posible poseer físicamente, ni transportarlos o almacenarlos y que pueden ser ofrecidos en renta o a la venta.

### *1.4.1.1.6. Análisis de precios*

**BACA** Gabriel (2006) en su libro Evaluación de Proyectos define a los precios como “la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio cuando la oferta y demanda están en equilibrio” (Pág. 49).

El establecimiento del precio de un producto o servicio es de suma importancia, pues será la base para el cálculo de los ingresos probables del proyecto en el futuro, debe conocerse si lo que busca el consumidor es calidad, sin importar mucho el precio o si el precio es una de las principales variables de decisión, ya que va relacionada con los otros tres elementos de la mezcla de mercadotecnia: plaza, promoción y producto.

En conclusión el análisis de precios es la asignación de un valor al bien o servicio producido y que estará a disposición del consumidor final, en el estudio ayudará a determinar los ingresos que obtendrá el proyecto por medio de las ventas realizadas a un precio definido.

Para determinar entonces un precio final de venta deben tomarse las siguientes consideraciones:



- El costo de producción, administración y ventas, más una ganancia, este porcentaje de ganancia adicional es el que conlleva una serie de consideraciones estratégicas.
- La estrategia de mercadeo es una de las consideraciones más importantes en la fijación de precios, estas estratégicas serian introducirse en el mercado, ganar mercado, permanecer en el mercado, porcentaje de ganancia sobre la inversión realizada e igualar el precio del consumidor más fuerte.
- Establecer políticas claras con relación a los descuentos por pronto pago o por volumen, así como las promociones, puesto que éstas constituyen parte importante de la negociación con los clientes potenciales y/o distribuidores.
- Considerar si la empresa pagará a sus vendedores alguna comisión por el volumen de ventas, y qué proporción representarán éstas del ingreso total del vendedor.

#### ***1.4.1.1.7. Tamaño del mercado***

Es la información objetiva y con base en fuentes confiables de cuántos posibles clientes pueda tener la empresa, donde están y quienes son; para esto se requiere obtener algunos detalles de los futuros clientes como es sexo, estado civil, ingreso mensual, etcétera, es decir, establecer el segmento de mercado donde operará la empresa.

#### ➤ ***Segmentación de mercado***

El segmento de mercado es un grupo relativamente grande y homogéneo de consumidores, su esencia es conocer realmente a los consumidores sus preferencias y expectativas, tanto como sus deseos, poder de compra, ubicación geográfica; uno de los elementos decisivos del éxito de una empresa es la capacidad de segmentar adecuadamente si mercado.

#### ***1.4.1.1.8. Comercialización del producto***

El análisis de la comercialización del producto depende en modo importante de los resultados que se obtienen de los estudios del consumidor, la demanda, la competencia y la oferta; los aspectos que se analizarán en esta etapa son la determinación de los canales más apropiados de distribución, la selección de distribuidores y una propuesta de publicidad.

La comercialización no es la simple transferencia de productos hasta las manos del consumidor, esta actividad debe otorgarle al producto los beneficios de tiempo y lugar, es decir, una buena comercialización es la que coloca el producto en un sitio y momento adecuado, para brindarle al consumidor la satisfacción que espera con la compra.

Se considera que la comercialización es una parte vital en el funcionamiento de una empresa, siendo la actividad que permita al productor hacer llegar el bien o servicio al consumidor final con los beneficios de un producto de calidad y a la disposición del cliente cuando él lo requiera.

#### ***1.4.1.1.9. Análisis de Comercialización***

##### **Canales de distribución**

Al diseñar los tipos de canales de distribución se deben hacer diversas combinaciones que se ajusten mejor a las características del mercado, el producto y/o servicio y de la empresa, de tal manera que satisfaga mejor las necesidades de su mercado meta al mismo tiempo que la empresa obtiene un beneficio o utilidad por ello.

Canal de distribución es el circuito a través del cual los fabricantes ponen a disposición de los consumidores los productos para que los adquieran; la separación geográfica entre compradores y vendedores hacen necesaria la

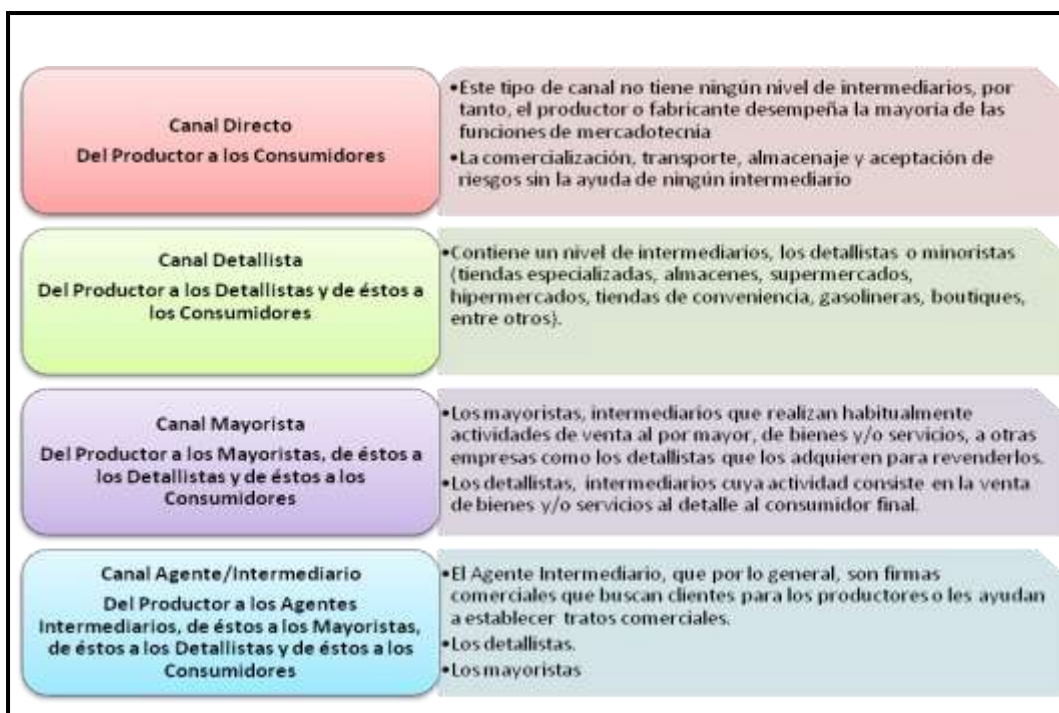
distribución de bienes y servicios desde su lugar de producción hasta su lugar de utilización o consumo”.

El tesista define a los canales de distribución como los medios que cada empresa escoge para la distribución más completa, eficiente y económica de sus productos o servicios, de manera que el consumidor pueda adquirirlos con el menor esfuerzo posible.

➤ **Tipos de Canales de distribución**

A continuación se detallan los diferentes tipos de canales de distribución existentes y que serán analizados para determinar el medio adecuado para ofertar el proyecto:

**GRÁFICO No 3 TIPOS DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN**



FUENTE: [http://es.wikipedia.org/wiki/Canal\\_de\\_distribuci3n/consultado\\_el\\_20-07-2010\\_a\\_las\\_10h45](http://es.wikipedia.org/wiki/Canal_de_distribuci3n/consultado_el_20-07-2010_a_las_10h45).

ELABORADO POR: El Autor

Finalmente se considera que se debe realizar una descripción de la trayectoria que sigue el producto desde la salida de la planta hasta el punto dónde la empresa pierde la responsabilidad sobre el producto, este proceso debe ser vigilado

responsablemente en cada uno de los canales verificando que el producto llegue al consumidor final en óptimas condiciones, manteniendo su calidad

### ***1.4.2. Estudio Técnico***

Este estudio consiste en analizar y proponer diferentes alternativas de proyecto para producir el bien y/o servicio que se desea, verificando la factibilidad técnica de cada una de las alternativas; a partir del mismo se determinarán los costos de la inversión requeridos y los costos de operación que intervienen en el flujo de caja que se realiza en el estudio económico - financiero.

Expresan **CASTRO** Raúl y **MORATE** Karen. (2007), “Evaluación Económica y Social de Proyectos de Inversión”, conceptualiza al estudio técnico como el análisis de función de producción que indica cómo se combinan los insumos y recursos utilizados por el proyecto para que cumpla el objetivo previsto de manera efectiva y eficiente”. (Pág. 34).

**OCAMPO** José (2002) en su libro *Costos y Evaluación de Proyectos* señala que el estudio técnico es “diseñar la labor de producción lo mejor posible para que, utilizando los recursos disponibles se obtenga el producto o servicio demandado a costos mínimos con la calidad que satisfaga a los clientes” (Pág. 143).

Para el postulante el estudio técnico es la etapa del proyecto dónde se determinan y evalúan todos los requerimientos y recursos necesarios como obras civiles, maquinaria y equipos, mano de obra que se derivan del proyecto tomando en consideración los resultados obtenidos en el estudio de mercado para poner en marcha el proyecto.

#### ***1.4.2.1. Etapas del estudio técnico***

Se ha establecido que en esta parte del estudio se deberán considerar las siguientes etapas:

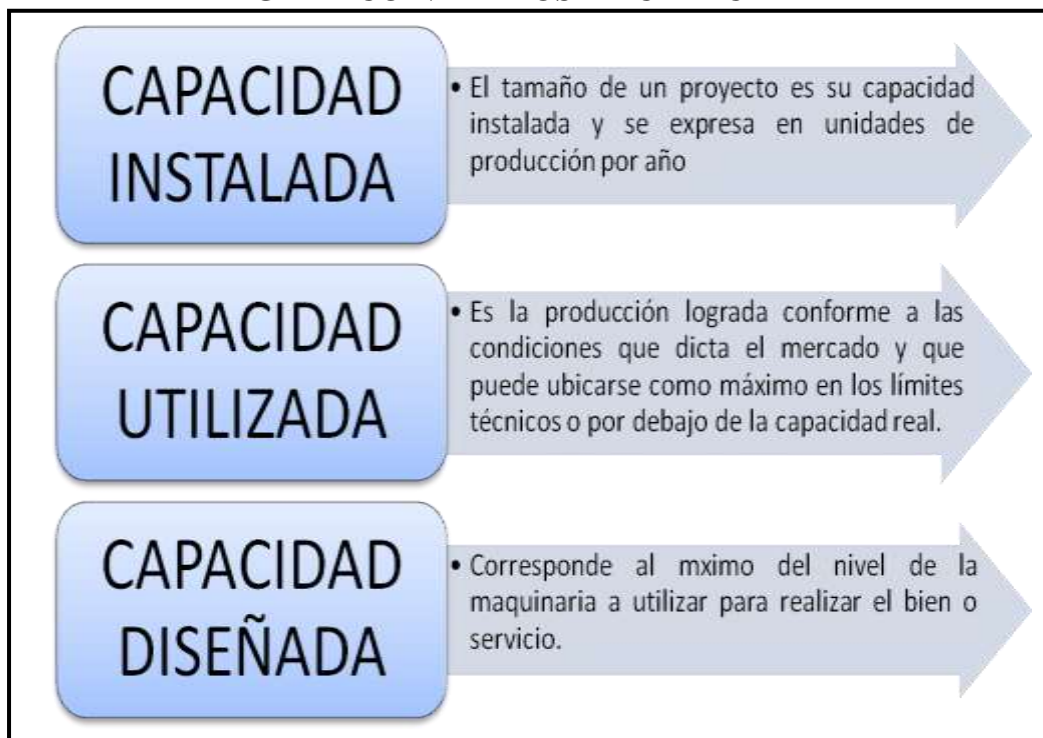
- Determinación del tamaño óptimo de la planta
- Determinación de la localización óptima de la planta
- Ingeniería del proyecto
- Análisis administrativo

#### ***1.4.2.1.1. Determinación del tamaño óptimo de la planta***

**BACA** Gabriel. (2006), en su libro Evaluación de Proyectos señala que el “tamaño óptimo de un proyecto es su capacidad y se expresa en unidades de producción por año; se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o a la máxima rentabilidad económica”. (Pág. 92).

Como se señala en el Gráfico No 4, la capacidad de un proyecto se puede referir a la capacidad teórica de diseño, a su capacidad de producción instalada, utilizada y a su capacidad diseñada; el tamaño de un negocio está definido por la capacidad física, área de producción y económica que permite transformar los bienes y servicios durante un período de operaciones establecido.

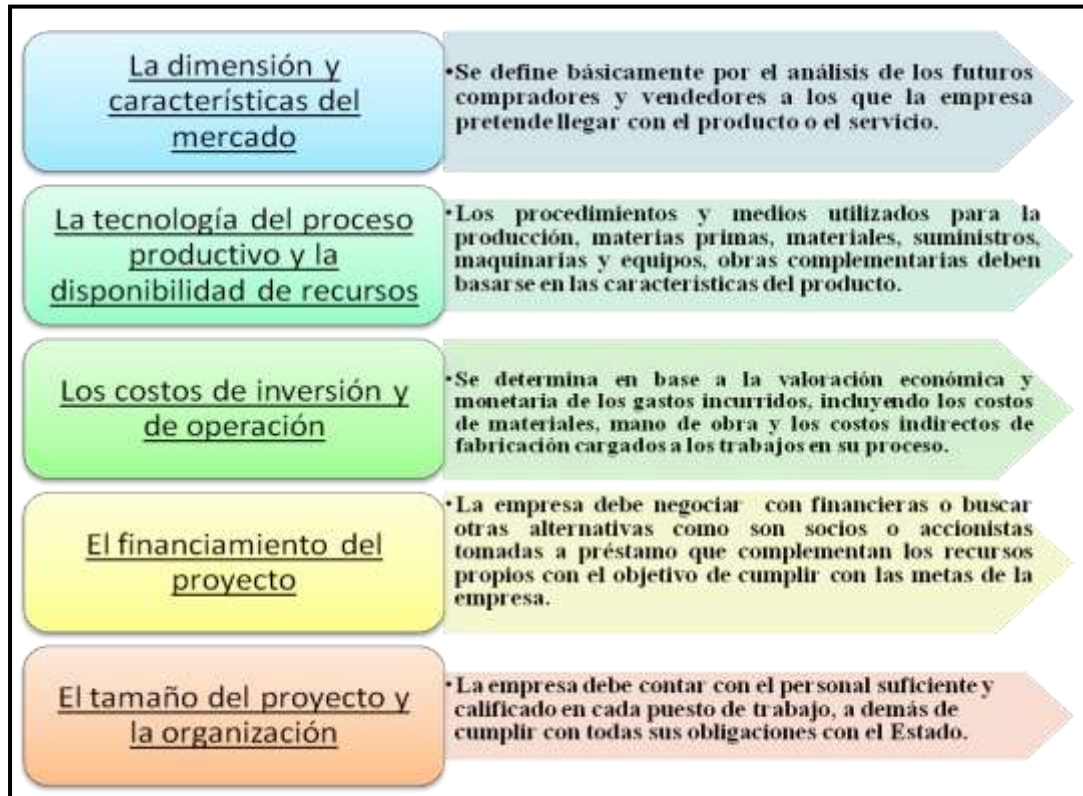
**GRÁFICO N° 4 TIPOS DE CAPACIDAD**



**FUENTE:** Evaluación económica de proyectos de inversión. Autor: Várela Rodrigo  
**ELABORADO POR:** El Autor

### 1.4.2.1.2. Factores que intervienen en el tamaño óptimo del proyecto

**GRÁFICO No 5 FACTORES QUE INTERVIENEN EN EL TAMAÑO ÓPTIMO**



FUENTE: Evaluación de Proyectos. Autor: Baca Gabriel  
ELABORADO POR: El Autor

Finalmente, para el postulante al tamaño del proyecto es la capacidad de producción medidos en un período de tiempo y ofrecidos en el mercado, es importante que se tomen en cuenta todos los factores que influyen directa o indirectamente en esta parte del estudio, la capacidad real de la producción, sus costos, su financiamiento determinan si es factible o no invertir, como se menciona en el Gráfico No 5.

### 1.4.2.1.3. Localización óptima del proyecto

Es el área donde la empresa pretende asentarse para realizar sus operaciones, tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto con el fin de establecer el sitio donde se obtenga la máxima tasa de rentabilidad o el

mínimo costo total de producción unitario, pues está condicionada por el comportamiento o grado de influencia de las fuerzas “locacionales”, o sea, de las variables que orientan o determinan la distribución espacial de las inversiones.

#### ***1.4.2.1.4. Macro localización***

Según **GUERRERO** Gustavo. (2007) autor del libro “Proyectos de Inversión” “Macro localización, es la ubicación a nivel de un país, una región, zona o una ciudad aproximación en kilómetros”. (Pág. 106).

Para el postulante macro localización consiste en la selección de una zona más o menos amplia donde el proyecto tendrá su influencia adaptándose al producto a elaborar o al servicio que se pretenda brindar.

Se deben considerar las facilidades y costos del transporte, disponibilidad y costo de la mano de obra e insumos -materias primas, energía eléctrica, combustibles, agua, características topográficas y costo de los terrenos, facilidades de distribución y comunicación, leyes y reglamentos, clima adecuado entre otros.

#### ***1.4.2.1.5. Micro localización***

Para **COTRINA** Saúl. (1998). Evaluación de Proyecto de Inversión define a la micro localización como “la comparación de los componentes que existen entre varios sectores permitiendo así establecer un punto estratégico, se debe indicar la ubicación del proyecto en un plano del sitio donde operará” (Pág. 226).

Consiste en la delimitación precisa de las áreas en las que se localizara y operara el proyecto dentro de la macro localización, se seleccionará la ubicación más conveniente para el proyecto permitiendo minimizar los costos maximizando la rentabilidad.

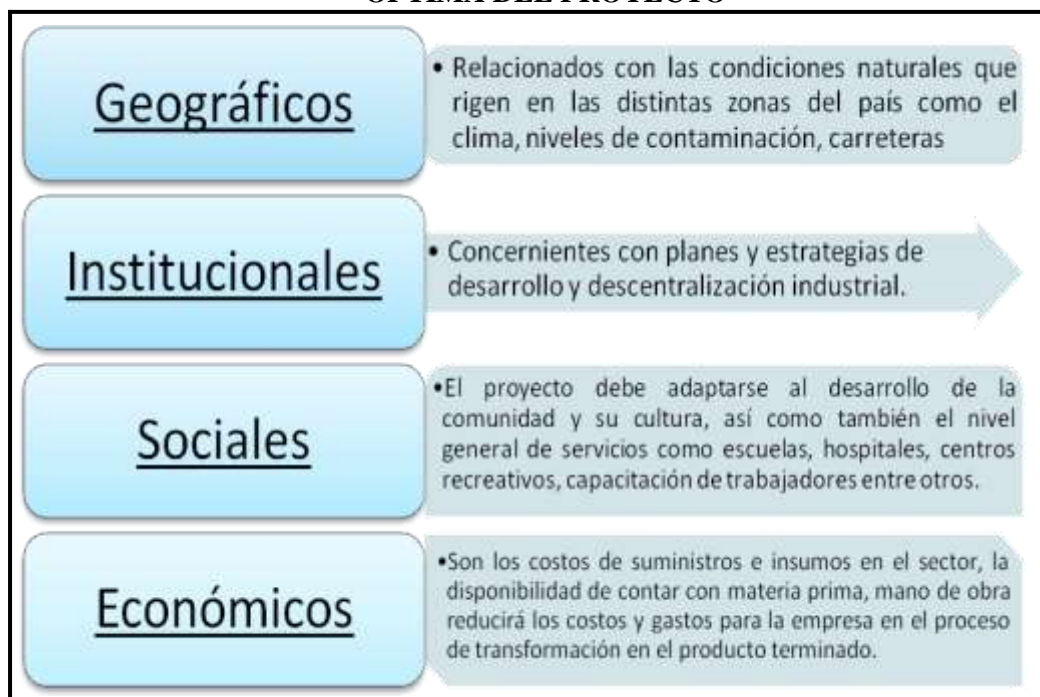
Se deben considerar los siguientes aspectos básicos en la micro localización óptima del proyecto y que a continuación se detallan:

1. Facilidades de infraestructura, suministros de energía, combustible, agua, servicios de alcantarillado, teléfono así como también la capacidad aeroportuaria y terrestre del lugar.
2. Ubicación con una proximidad razonable de materias primas, insumos y de mercado.
3. Condiciones ambientales favorables y protección del medio ambiente.
4. Disponibilidad de fuerza de trabajo apropiada asentada en el territorio.
5. Facilidades en la obtención de permisos y demás asuntos legales pertinentes.

#### ***1.4.2.1.6. Factores que influyen en la localización óptima del proyecto***

Existen varios factores que se deben considerar al momento de seleccionar la localización óptima del proyecto, entre los principales tenemos:

#### **GRÁFICO N° 6 FACTORES QUE INFLUYEN EN LA LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO**



FUENTE: Evaluación de proyectos. Autor: Gabriel Urbina.  
ELABORADO POR: El Autor



#### 1.4.2.1.7. Factores determinantes del tamaño de la planta

Para la localización óptima de la empresa se analizó varios aspectos básicos, tales como: mercado, disponibilidad de recursos básicos, de mano de obra y recursos financieros, como podemos observar en el siguiente cuadro:

**GRÁFICO No 7 FACTORES DETERMINANTES DEL TAMAÑO DE LA PLANTA**



FUENTE: Evaluación de proyectos. Autor: Gabriel Urbina.

ELABORADO POR: El Autor

Para el equipo de trabajo del proyecto se requiere personal profesional y administrativo que en nuestro medio existen sin ningún tipo de inconveniente, tomando en consideración que se demandarán profesionales graduados en la UTC principalmente, ya que una prioridad del proyecto es explotar la mano de obra

existente en nuestra provincia y así poder fomentar nuevas fuentes de trabajo, que generen ingresos para sustentar sus niveles de vida.

#### ***1.4.2.1.8. Ingeniería del proyecto***

Es la parte del estudio que se relaciona con la etapa técnica, es decir, con la participación de los profesionales en las actividades de estudio, instalación, puesta en marcha y funcionamiento del proyecto.

El objetivo de esta etapa es resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta, desde la descripción del proceso, la adquisición de la materia prima, maquinaria, se determina también la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva.

Con la determinación de la ingeniería del proyecto se requiere exponer las características operacionales y técnicas fundamentales de su base productiva, identificándose los procesos tecnológicos solicitados, el tipo y la cantidad de equipos y maquinarias; así como también los tipos de cimientos, estructuras, obras de ingeniería civil previstas y el costo de la tecnología y equipamiento necesario sobre la base de la capacidad de la planta y de las obras a realizar.

##### ***1.4.2.1.8.1. Factores que intervienen en la ingeniería del proyecto***

Los principales factores que intervienen en la ingeniería del proyecto son:

## GRÁFICO N° 8 FACTORES QUE INTERVIENEN EN LA INGENIERÍA DEL PROYECTO



FUENTE: Preparación y Evaluación de Proyectos. Autores: CHAIN Nossir y CHAIN Reinaldo.  
ELABORADO POR: El Autor

En el cuadro se sintetizan las variables que se considerara en el análisis de un proyecto, cada una de ellas son muy importantes ya que es fundamental que todos los recursos que se requieran estén al alcance de la empresa.

### *1.4.2.1.9. Distribución de la planta*

El diseño de la planta es fundamental en el proceso de producción, distribuir las áreas en el terreno disponible de forma que se minimicen los recorridos de materiales y del personal o que haya seguridad y bienestar para los trabajadores y clientes.

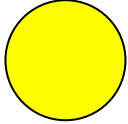
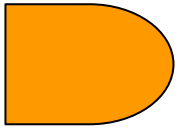
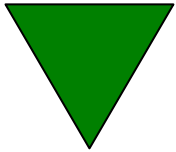
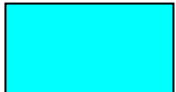
La distribución debe tomar en consideración todas las zonas de la planta, ésta debe brindar la posibilidad de crecer físicamente, es decir, contemplar futuras expansiones.

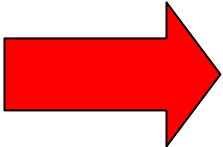
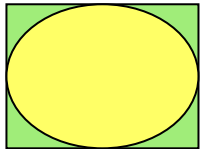
### 1.4.2.1.10. Diagrama de flujo del proceso

Un diagrama de flujo es la representación gráfica de un algoritmo o proceso, estos diagramas utilizan símbolos con significados bien definidos que representan los pasos del algoritmo y representan el flujo de ejecución mediante figuras que conectan los puntos de inicio y final.

En el siguiente gráfico se detalla la simbología que se utilizará para realizar los respectivos diagramas de flujo para la descripción de cada uno de los procesos a ejecutar.

**GRÁFICO No 9 DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO**

| SIMBOLO   | SIGNIFICADO                            | DESCRIPCIÓN   |
|---|--|---|
|   | <p><b>Operación</b></p>                | <p>Se refiere a toda actividad que implique una transformación física o química del producto o servicio o alguno de sus componentes o cuando se da o recibe información.</p>  |
|  | <p><b>Espera, demora o retraso</b></p> | <p>Se utiliza para representar un lapso en el que un objeto del proceso productivo no puede o no es necesario que continúe a la siguiente acción prevista.</p>  |
|  | <p><b>Almacenamiento o archivo</b></p> | <p>Puede aplicarse para el almacenamiento de insumos, o sobrantes del proceso productivo o de productos terminados.</p> <p>Esta acción termina cuando el objeto almacenado sale porque se necesita para ser utilizado en el proceso de producción, para la venta o para el último control de calidad, esta acción también implica custodia de lo que se almacena.</p> |
|  | <p><b>Inspección</b></p>               | <p>Significa examinar o verificar la cantidad o las características de un objeto,</p>   |

|   |                            |  |
|---|----------------------------|--|
|   |                            | comparándolas con la cantidad definidos para dicho proceso.  |
|  | <b>Transporte</b>          | Representa todo movimiento de un objeto de un lugar a otro, pero que no forma parte de una operación o una inspección. Normalmente se utiliza para presentar el desplazamiento de un objeto o una zona de espera o almacenaje. |
|  | <b>Actividad Combinada</b> | Se utiliza cuando al mismo tiempo se deben ejecutar dos o más acciones del proceso productivo, como por ejemplo operación e inspección   |

FUENTE: <http://igestion20.com>.

ELABORADO POR: El Autor

Estos símbolos se unen mediante líneas verticales, siguiendo la misma secuencia lógica en la que se deben desarrollar el proceso productivo que se quiere diagramar.

### ***1.4.3. Análisis Administrativo***

Las etapas iniciales de un proyecto comprenden actividades como constitución legal, tramites gubernamentales, compras de terrenos, construcción o adaptación del lugar donde el proyecto operara, compra de maquinaria, contratación de personal, selección de proveedores, contratos, créditos; entre otras actividades iniciales que deben ser programadas, coordinadas y controladas.

Estas actividades y su administración deben ser previstas desde las primeras etapas, ya que esa es la mejor manera de garantizar la consecución de los objetivos de la empresa.

#### ***1.4.3.1. Marco legal de la empresa***

Expresan **CASTRO** Raúl y **MORATE** Karen. (2007). Evaluación Económica y Social de Proyectos de Inversión “ busca determinar la viabilidad de un proyecto tomando referencia a códigos y reglamentos locales, regionales y nacionales que repercuten de alguna manera sobre un proyecto ya que toda actividad empresarial y lucrativa se encuentra incorporada a un determinado marco jurídico” (Pág.32).

La Constitución es la ley suprema en la nación que rige tanto los actos del gobierno como de las instituciones e individuos, en la ley existen una serie de códigos y reglamentos a los que la empresa tiene la obligación de regirse, ya que toda actividad empresarial y lucrativa se encuentra incorporada a un marco jurídico.

Se considera que un proyecto por más rentable que este sea, antes de ponerse en marcha debe acatar las disposiciones jurídicas vigentes; desde la primera actividad al poner en marcha el proyecto como es el caso de la constitución legal de la empresa, su funcionamiento, sus restricciones.

#### ***1.4.4. Estudio Financiero***

Para **CHAIN** Nossir y **CHAIN** Reinaldo (2006) en el libro Preparación y Evaluación de Proyectos “el estudio financiero consiste en determinar en último término su aprobación o rechazo; mide la rentabilidad de la inversión, todo medido en bases monetarias”. (Pág. 16).

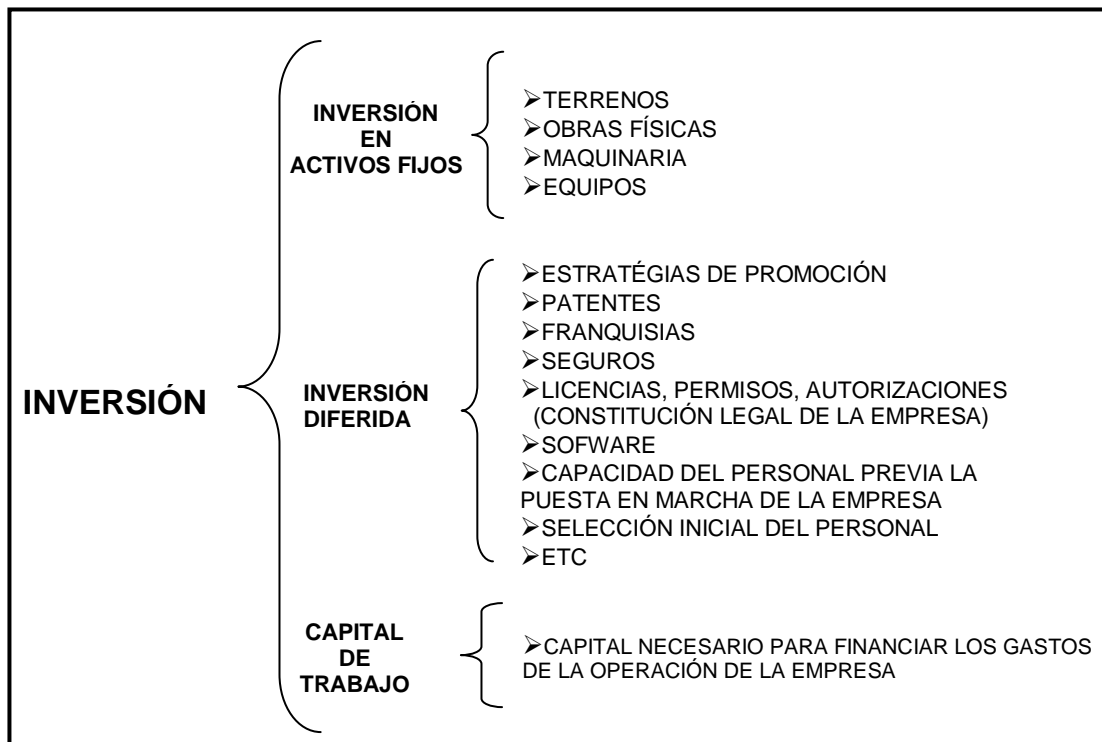
Como señala también **BACA** Gabriel (2006) en su libro Evaluación de Proyectos “este estudio se centra en ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elaborar cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica, comienza con la determinación de los costos totales e inversión inicial” (Pág.8).

Para el postulante el Análisis del Estudio Financiero permite ordenar y sistematizar la información en forma monetaria que se obtiene del Estudio Técnico permitiendo identificar si los resultados proyectados satisfacen las expectativas de los inversionistas.

#### 1.4.4.1. Inversiones

La inversión son las erogaciones en las que un inversionista incurre para crear una empresa nueva o para mejorar una existente, estos costos se clasifican en los siguientes rubros generales: activos fijos, inversión en activos diferidos inversión en el capital de trabajo, como lo podemos observar en el Gráfico No 10.

**GRÁFICO N° 10 CLASIFICACIÓN DE LA INVERSIÓN**



FUENTE: Proyectos formulación y criterios de evaluación. Autor: Medellín Víctor y OTROS.

ELABORADO POR: El Autor

#### 1.4.4.2. Inversión Inicial, Fija y Diferida

Como lo presenta BACA Gabriel. (2006), en su libro Evaluación de Proyectos, “inversión inicial, fija y diferida, comprende la adquisición de todos los activos

fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo”. (Pág.173).

#### ***1.4.4.3. Capital de trabajo***

Desde el punto de vista contable se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante, desde el punto de vista práctico, está representado por el capital adicional y que hay que contar para que empiece a funcionar la empresa, estos es, hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos por consiguiente debe comprarse materia prima, contratar mano de obra directa e indirecta que la transforme, otorgar créditos a las primeras ventas y contar con cierta cantidad en efectivo para sufragar los gastos diarios de la empresa; todo es constituirá el Activo Circulante.

**MEDELLIN** Víctor y **OTROS**. (2009) en su libro “Proyectos formulación y criterios de evaluación” Se puede definir como el activo corriente (normalmente efectivo) que el proyecto necesita para financiar su funcionamiento por el periodo comprendido entre el inicio de operaciones y el momento en que se tiene previsto recibir efectivamente los ingresos de las primeras ventas del bien o servicio”. (Pág. 215)

Se considera que como hay que invertir en estos rubros también se puede obtener crédito a corto plazo en conceptos como varios servicios o proveedores viniendo a determinarse el Pasivo Circulante, de aquí se origina el concepto de capital de trabajo, es decir, el dinero con que hay que contar para empezar a trabajar.

#### ***1.4.4.4. Condiciones de los activos fijos***

##### ***1.4.4.4.1. Maquinaria y Equipo***

Constituye los precios de los equipos requeridos para el Centro Integral de Capacitación, como también los equipos de cómputo para el área administrativa y el programa contable a ser utilizado.



#### ***1.4.4.4.2. Construcciones e Instalaciones***

Lo conforman básicamente la compra del terreno y la construcción de todas las instalaciones, según lo planificado.

#### ***1.4.4.4.3. Muebles y Enseres***

Aquí se considera el precio total de todo el mobiliario requerido para cada departamento.

#### ***1.4.4.4.4. Activo Tangible o Fijo***

Son los bienes propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinaria, mobiliario, vehículos, herramientas y otros, se llama fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de él sin que ello ocasione problemas a sus actividades productivas.

#### ***1.4.4.4.5. Activo Intangible o Diferido***

Es el conjunto de bienes de propiedad de la empresa necesarios para su funcionamiento y que incluyen patentes, marcas, diseños, nombres comerciales, asistencia técnica o transferencia de tecnología, gastos operativos de instalación y puesta en marcha, contratos de servicios, estudios administrativos o de ingeniería, estudios de evaluación, capacitación del personal dentro y fuera de la empresa, etcétera.

#### ***1.4.4.5. Punto de Equilibrio***

Constituye el punto en que los ingresos de la empresa son iguales a sus costos; en él no hay ni utilidad ni pérdida ( $VT=CT$ ).

Para **BACA** Gabriel. (2006), Evaluación de Proyectos “el punto de equilibrio es el nivel de producción en que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y costos variables”. (Pág. 180).

Se determina que es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los beneficios, si los costos de una empresa son solo variables no existirá problema en calcular el punto de equilibrio, su cálculo se puede realizar en forma gráfica o en forma matemática.

#### **1.4.4.6. Gastos del estudio**

Se refiere al costo relacionado con todo el proceso de investigación y desarrollo del proyecto.

### **GRÁFICO N° 11 GASTOS DEL ESTUDIO**



**FUENTE:** Principios de administración financiera. Autor: Lawrence Gitman  
**ELABORADO POR:** El Autor

Los gastos de estudio son todos los que la empresa incurrirá para poner en marcha el proyecto, los mismos que en estudio financieros eran cargados al costo de producción, es por ello, que debemos manejarlos cuidadosamente buscando siempre minimizar los gastos sin perder la calidad del bien.

#### ***1.4.4.7. Costos de Producción***

Según **GUERRERO** Gustavo. (2007) en su libro *Proyectos de Inversión*, “los costos de producción se refieren específicamente al valor de conjunto de bienes y recursos utilizados directamente para la elaboración de un proyecto, se clasifican en costos fijos y costos variables”. (Pág.30).

Los costos de producción no son más que el reflejo de las determinaciones realizadas en el estudio técnico, un error en el costo de producción generalmente es atribuirle a errores de cálculo en el estudio técnico.

##### ***1.4.4.7.1 Costos Fijos.***

Son aquellos que permanecen constantes en el tiempo sin importar el nivel de producción, tal es el caso de los sueldos de los funcionarios, impuestos sobre el capital, depreciaciones, etcétera.

##### ***1.4.4.7.2 Costos Variables***

Son los costos que aumentan o decrecen según el volumen de producción (materias primas y materiales), ellos serán cero cuando no hay producción y se incrementarán o decrecerán proporcionalmente a medida que la producción varíe.

En síntesis los costos de operación estarán conformados por:

- Costos y Gastos relacionados con las ventas o el servicio a prestar (en operaciones).
- Gastos Indirectos (administración, mantenimiento y servicios públicos).
- Depreciación, es un costo que no implica desembolsos y por tanto, salidas de efectivo.

- Gastos por intereses.
  
- Impuestos sobre las ganancias.

#### ***1.4.4.8. Estado de pérdidas y ganancias o de resultados***

Para **ZAPATA** Pedro (2002) autor del libro Contabilidad General “ es el informe contable que presenta de manera ordenada las cuentas de Rentas, Costos y Gastos; se elabora con el fin de medir los resultados y la situación económica de una empresa durante un período determinado” (Pág. 114).

Constituye un documento contable que muestra el resultado de las operaciones (utilidad, pérdida remanente y excedente) de una entidad durante un periodo determinado, presenta la situación financiera de una empresa a una fecha señalada, tomando como parámetro los ingresos y gastos efectuados; muestra el rendimiento económico que ha generado la actividad de la empresa.

La finalidad de realizar este análisis es calcular la utilidad neta y los flujos netos en efectivo del proyecto, que son en forma general, el beneficio real de la operación de la planta, se obtiene restando a los ingresos todos los costos en que incurra la planta y todos los impuestos que debe pagar.

#### ***1.4.4.9. Flujo de Caja***

Comprende el análisis de las propiedades de una empresa y la proporción en que intervienen los acreedores, accionistas o dueños de la empresa, expresados en términos monetarios; por lo tanto, es un estado que muestra la situación financiera económica de una empresa al inicio o al final de un ejercicio económico, cuyo objetivo primordial es el de rendir un claro y preciso informe a las partes involucradas de la empresa demostrando el inventario de su activo, el pasivo, y la diferencia que constituye la participación del empresario.

La evaluación del proyecto se realizara sobre la base de la estimación del flujo de caja de los costos e ingresos generados por el proyecto durante su vida útil, al proyectarlo será necesario incorporar información adicional relacionada principalmente, con los efectos tributarios de la depreciación del activo nominal, utilidades y pérdidas.

Como menciona **CHAIN Nossir** (2000), autor del libro *Elaboración de Proyectos de Inversión*, “el flujo de caja determina el estado de liquidez de la firma o del proyecto, es decir, la cantidad de dinero en efectivo que se espera tener en un momento dado en el futuro”. (Pág. 169).

Se considera que el flujo de caja establece la capacidad de pago que tiene o tendrá la empresa en un período, este dato servirá para negociar créditos tanto financieros como con proveedores y lo más importante es el prestigio de la compañía en base a su rentabilidad.

#### ***1.4.4.10. Flujo de caja de Rentabilidad***

Este estado financiero comprende la proyección de las entradas y salidas de efectivo para un determinado periodo de tiempo, permite mantener bajo control la liquidez de la empresa para mantener las actividades normales.

Las entradas de efectivo se basa en el pronóstico de las ventas mientras que las salidas de efectivo lo constituye el programa de producción, que permite estimar las necesidades de materiales y su programa de compras, la mano de obra requerida y los costos indirectos de fabricación.

Si los flujos son negativos significa que las salidas de efectivo son mayores que las entradas, esta relación se da especialmente en los primeros meses de producción, cuando todavía no se ha alcanzado el punto de equilibrio. Si todos los flujos son negativos el proyecto no sería rentable.

#### 1.4.4.11. Valor Actual Neto (VAN).

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, este método además descuenta una determinada tasa de interés igual para todo el período considerado, la misma que se denomina tasa de corte.

Para **EMERY** Douglas y **FINNERTY** John (2001), autores del libro Administración Financiera Corporativa, “el VAN de un proyecto de inversión es el valor actual de todos los flujos de efectivo que están relacionados con el proyecto, todos sus costos e ingresos ahora y en el futuro”. (Pág. 344).

Como mencionan también **KLOOTER** Philip y **KELLER** Kevin (2007), autor del libro Dirección de la mercadotecnia, “VAN consiste en convertir los beneficios futuros a su valor presente, considerando un porcentaje fijo, que representa el valor del dinero en el tiempo. Cuando esta técnica arroja un resultado negativo indica que la inversión no producirá un rendimiento mínimo aceptable”. (Pág. 234)

- Un VAN positivo aumenta la rentabilidad porque el activo vale más de lo que cuesta.
- Un VAN negativo reduce la rentabilidad porque el activo cuesta más de lo que vale.

La fórmula para calcular el Van es la siguiente:

$$\text{➤ } VAN = -Inv.Inicial + \frac{FA1}{(1+i)^1} + \frac{FA2}{(1+i)^2} + \frac{FA3}{(1+i)^3} + \frac{FA4}{(1+i)^4} + \dots + \frac{FAN}{(1+i)^n}$$

Dónde:

- Inv Inicial = Inversión Inicial
- n = Años de vida útil

➤  $i$  = Tasa de interés de actualización

Una inversión se debe ejecutar cuando el VAN > 0, es decir, cuando la suma de todos los flujos de caja valorados en el año cero (0) supera la cuantía del desembolso inicial.

Para el investigador el VAN constituye una herramienta fundamental para la evaluación de proyectos debido a que se podrá determinar las tasas anuales de utilidad o rendimientos que resultan de una inversión.

#### **1.4.4.12. Tasa Interna de Retorno (TIR).**

Según señala **BACA Gabriel**. (2006) Evaluación de Proyectos señala que “TIR es la tasa de descuento que iguala el valor presente de las salidas de efectivo esperadas con el valor presente de los ingresos esperados”. (Pág. 19).

**MORATE Karen** (2004) Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión define al TIR como “la tasa de descuento intertemporal a la cual los ingresos netos del proyecto apenas cubren los costos de inversión, de operación y de rentabilidad” (Pág. 145).

Esta técnica trata de expresar una sola tasa de rendimiento que resuma las bondades de la inversión, la palabra “interna” significa que dicha tasa será inherente a un solo proyecto, debido a que depende únicamente, al igual que el VAN de los parámetros propios del proyecto que se trate.

La fórmula empleado para su cálculo es:

$$0 = -Inv.Inicial + \frac{FA1}{(1+TIR)^1} + \frac{FA2}{(1+TIR)^2} + \frac{FA3}{(1+TIR)^3} + \frac{FA4}{(1+TIR)^4} + \frac{FA5}{(1+TIR)^5}$$

Dónde:

➤ **FA** = flujo anual

➤ **TIR** = tasa interna de retorno

#### ***1.4.4.13. Períodos de Recuperación***

**CASTRO** Raúl y **MORATE** Karen. (2003) Evaluación Económica y Social de Proyecto de Inversión mencionan que “es el tiempo requerido para que las ganancias u otros beneficios económicos sobre una inversión iguallen al valor de los costos de inversión”. (Pág. 72).

El período de recuperación consiste en determinar el número de períodos necesarios para recuperará la inversión inicial a partir de los flujos netos de caja generados, resultado que se compara con el número de períodos aceptables por la empresa o con el horizonte temporal de vida útil de proyectos; las mejores inversiones son las que tienen el menor plazo real de recuperación, el proyecto será rentable si recupera la inversión dentro de su vida útil.

El tesista considera que el periodo de recuperación tiene por objeto determinar el tiempo aproximado en la que un inversionista recuperará la inversión reflejado en la proyección de los datos financieros.

#### ***1.4.4.14. Razón Costo Beneficio (C/B)***

Representa cuanto se gana por sobre de la inversión efectuada, igual que el VAN y el TIR, el análisis de costo – beneficio se reduce a una sola cifra, fácil de comunicar en la cual se basa la decisión; solo se diferencia del VAN en el resultado, que es expresado en forma relativa.

Según **NUÑEZ** Rafael (2007) Manual para la Evaluación de Proyectos de Inversión “mide la capacidad que presentan los flujos netos del proyecto para cubrir las inversiones, además indica la rentabilidad promedio que se puede generar por cada dólar que se invierte en la ejecución y funcionamiento” (Pág.107).



La decisión a tomar consiste en:

- $C/B > 1.0$  aceptar el proyecto
- $C/B < 1.0$  rechazar el proyecto

Se consideran los ingresos y gastos dentro de un período determinado, determinando que la inversión será rentable cuando el beneficio de ésta supera una unidad monetaria para cubrir sus obligaciones a corto plazo.

## CAPITULO II

### DIAGNÒSTICO SITUACIONAL

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado, su uso ayuda a lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar los productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados, en éste caso nos permitirá ver la factibilidad para la Creación de un Centro Integral de Capacitación en la Ciudad de Latacunga.

Si una empresa desea crecer en el mercado, necesita que sus colaboradores se encuentren capacitados, muchas de las principales empresas a través de la historia han demostrado que su cambio de pequeños negocios a líderes del mercado, se debió al hecho de contar con personas que conocían más que el promedio; estos empleados inician a dar ideas innovadoras de cómo hacer mejor las cosas dentro de la empresa o la organización.

Son innumerables los beneficios que el Centro Integral de Capacitación estará dispuesto a otorgar a los trabajadores de las empresas a través del tiempo, estos beneficios tienen un reflejo inmediato, ya que las actividades y tareas a desarrollar se realizan en periodos más cortos, entre éstos tenemos:

- Mano de obra calificada.
- Mejor uso del tiempo laboral.
- Menos desperdicio de materiales de trabajo.
- Aumento en las utilidades.
- Una imagen y prestigio más sólidos de la empresa.

- Mejor uso de los recursos (maquinaria, herramientas y áreas de trabajo)
- Producto final de mejor calidad.
- Mayor control de los costos de producción.
- Evitar accidentes de trabajo de los trabajadores, entre otros.

## **2.1. Identificación del servicio**

El presente proyecto de factibilidad ofrecerá un servicio de capacitación eficiente y eficaz, orientado a los colaboradores de las Pequeñas, Medianas y Grandes Empresas de la ciudad de Latacunga, proporcionando formación integral y preparación profesional a cada uno de sus participantes, para contribuir al mejoramiento continuo del talento humano, con la finalidad de dar un soporte adecuado para el enriquecimiento de los conocimientos y cumpliendo cada una de sus funciones o actividades para lo que fueron contratados.

### ***2.1.1. Definición del servicio.***

El Centro Integral de Capacitación Empresarial propondrá planes de capacitación integrando procesos administrativos, comerciales, industriales, capital humano y financieros en las siguientes áreas:

- Creación y fortalecimiento de Pymes.
- Relaciones Humanas.
- Liderazgo.
- Mercadotecnia y Ventas.
- Finanzas-Contabilidad.
- Proyectos.
- Seguridad e Higiene Industrial.
- Informática y Computación.

**CUADRO No 1 TEMAS POR ÁREAS DE CAPACITACIÓN**

| <b>SERVICIO</b>   | <b>TEMÁTICA</b>  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Creación y fortalecimiento de Pymes</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Legislación de Negocios.</li> <li>➤ Generación de Emprendedores.</li> <li>➤ Oportunidades de negocios productivos y de comercialización.</li> <li>➤ Estimulación de la inversión de recursos financieros.</li> <li>➤ Integración de la asociación empresarial.</li> <li>➤ Posicionamiento de productos y servicios.</li> <li>➤ Desarrollo de franquicias.</li> <li>➤ Estrategias para exportar e importar productos.</li> </ul> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Relaciones Humanas</li> </ul>                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ El manejo del tiempo.</li> <li>➤ La comunicación.</li> <li>➤ Cómo lograr nuestras metas.</li> <li>➤ Como aumentar la autoestima.</li> <li>➤ Herramientas esenciales en la dirección de empresas.</li> <li>➤ Competencias profesionales.</li> <li>➤ Atención al cliente.</li> </ul>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Liderazgo</li> </ul>                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Trabajo en equipo.</li> <li>➤ Estilos de Liderazgo.</li> <li>➤ Niveles de Liderazgo.</li> <li>➤ El desafío del liderazgo.</li> <li>➤ La ética empresarial.</li> <li>➤ Orientación hacia los resultados y el mercado.</li> <li>➤ La inteligencia emocional.</li> <li>➤ El Espíritu emprendedor.</li> </ul>   |

|  |   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Mercadotecnia y Ventas</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Marketing Mix.</li> <li>➤ Marketing Operacional.</li> <li>➤ Marketing Estratégico.</li> <li>➤ Investigación de Mercado.</li> <li>➤ Planificación Estratégica de Marketing y Ventas.</li> <li>➤ Investigación Comercial.</li> </ul>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Finanzas-Contabilidad</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ NIF.</li> <li>➤ Estructura de las fuentes de Información Financiera.</li> <li>➤ Métodos y Técnicas del Análisis Financiero.</li> <li>➤ Costos.</li> <li>➤ Reformas Tributarias.</li> <li>➤ Indicadores Financieros.</li> <li>➤ Flujos de Caja.</li> <li>➤ Tasas de Rendimiento.</li> <li>➤ Administración de Cuentas por Cobrar.</li> <li>➤ Manejo de Inventarios.</li> <li>➤ Presupuestos.</li> </ul> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Proyectos</li> </ul>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Estudio de Mercado.</li> <li>➤ Estudio Técnico.</li> <li>➤ Factibilidad Administrativa</li> <li>➤ Estudio Económico-Financiero.</li> <li>➤ Evaluación de Proyectos</li> <li>➤ Proyectos productivos.</li> <li>➤ Diseño y Evaluación de Proyectos.</li> </ul>   |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Derechos y Obligaciones de los Empleadores y Trabajadores en prevención de Riesgos Laborales.</li> <li>➤ Prevención de conflictos laborales y diálogo</li> </ul>   |

|  |  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Seguridad e Higiene Industrial</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>social.</li> <li>➤ Reglamentos de Seguridad e Higiene del Trabajo.</li> <li>➤ Gestión de la Seguridad y Salud en los Centros de Trabajo.</li> </ul>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Informática y Computación</li> </ul>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Windows básico</li> <li>➤ Word.</li> <li>➤ Excel- Power Point.</li> <li>➤ Internet.</li> <li>➤ Diseño de páginas Web.</li> <li>➤ Project.</li> <li>➤ SPSS.</li> <li>➤ Auto Cad</li> </ul> |

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: El Autor

En el cuadro anterior se detalla la propuesta de la temática planteada referente a los diferentes cursos de capacitación que se ofertará, los temas pueden variar dependiendo de las necesidades y requerimientos de los clientes.

### ***2.1.2 Características del servicio***

Con el objeto de transmitir conocimientos, formar competencias en los diferentes tipos de colaboradores y/o empresarios y para que puedan aplicar de manera integral conceptos y herramientas adecuadas, el servicio presenta las siguientes características:

- El Centro Integral de Capacitación estará conformado por un grupo de profesionales en el cuál se combina la experiencia, con las ganas de superación y progreso para un país que necesita el empuje de gente comprometida a cumplir retos y romper esquemas.
- El horario de atención al público es el siguiente:

Lunes a Viernes 9h00 A 13h00                      14h30 A 18h30

- El número de participantes por curso será de 10 personas, siendo más participativa y personalizada la capacitación.
- Se impartirá conocimientos actuales considerando los requerimientos y necesidades de los clientes.
- El servicio de capacitación con dos tipos de procesos: el de seguimiento y el de evaluación.
- Se aplicará técnicas de enseñanza – aprendizaje, basado en talleres y en el análisis de casos prácticos.
- Las instalaciones del Centro Integral contará con Internet.
- Se entregará a cada uno de los participantes un certificado abalizado por el Ministerio de Trabajo y por el Ministerio de Educación a través de la Dirección Nacional de Educación Popular Permanente (DINNEP).
- Los talleres de aprendizaje serán prácticos, orientados a desarrollar habilidades de trabajo que permitan a los participantes ser autosuficientes para cubrir las necesidades profesionales que atraviesan en sus puestos de trabajo, pensando y actuando siempre con espíritu innovador, aplicando los conceptos de eficiencia y eficacia en la gestión.

Con el convencimiento que a través de una adecuada capacitación se buscará alternativas de solución para el desarrollo de los pueblos y del devenir humano, contando con la propia inteligencia, voluntad, capacidades, destrezas, valores y experiencias personales únicas e irrepetibles serán los colaboradores de las empresas agentes constructores de un presente mejor y de un futuro abierto hacia logros y una más efectiva superación personal.

### ***2.1.3 Usos y especificaciones del servicio***

El Centro Integral de Capacitación tiene como finalidad primordial, capacitar a los colaboradores que constituyen el Talento Humano de cada una de las organizaciones, fortaleciendo el conocimiento aplicable en el campo laboral, profesional y social.

En la actualidad hay un importante escenario competitivo a nivel estudiantil y profesional, existiendo un gran interés por el adiestramiento, dónde las empresas buscan escalar posiciones y mejorar su productividad, la capacitación es un tema de gran trascendencia para los directivos de las empresas y de su talento humano, ya que les permite estar siempre en constante actualización de conocimientos desarrollando de mejor manera su trabajo, resultados que serán evaluados en su rentabilidad o crecimiento, siempre y cuando sean empresas que conciben a la capacitación como una inversión y no como un gasto.

### ***2.1.4 Servicios sustitutos.***

En la actualidad en la ciudad de Latacunga se han creado varios centros que ofertan capacitación a la sociedad, basándose principalmente en el adelanto y en la superación personal de cada individuo, éstos centros ofertan sus cursos dependiendo del número de participantes o de la época en la que nos encontremos por ejemplo inicio de clases, vacaciones, graduaciones de nuevos bachilleres, navidad; también existen otros grupos que brindan consultaría especializada a las empresas en temas como Investigación de Mercados, Recurso Humanos, Auditorias, Contabilidad, Marketing, etc.

### ***2.1.5 El servicio en el mercado***

El servicio de capacitación es muy solicitado por la sociedad en general ya en el mundo tecnificado y en constante cambio las personas y empresas deben estar actualizando sus conocimientos para que puedan desempeñarse en sus puestos de



trabajo con eficiencia, eficacia y responsabilidad siendo entes útiles en el desarrollo de los pueblos.

## 2.2. Zona de influencia del proyecto

Determina el sector donde se llevaran a cabo todas las actividades referentes a la ejecución del presente proyecto

### 2.2.1. Fuentes de información secundarias.

Se refieren a todos los datos de instituciones públicas y privadas necesarios para el análisis del presente proyecto, entre los cuáles tenemos:

**CUADRO N° 2 CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS SEGÙN SU TAMAÑO**

| CARACTERÍSTICA          | MICRO EMPRESA   | PEQUEÑAS EMPRESAS        | MEDIANAS EMPRESAS          | EMPRESAS GRANDES  |
|-------------------------|-----------------|--------------------------|----------------------------|-------------------|
| FIJOS ACTIVOS           | (- \$ 20.000)   | \$ 20.000 A \$ 200.000   | DE \$ 200.001 A \$ 350.000 | MAS DE \$ 350.000 |
| <b>N° EMPLEADOS</b>     | <b>&lt; 10</b>  | <b>10 A 49</b>           | <b>50-100</b>              | <b>MAS 100</b>    |
| NIVEL DE VENTAS ANUALES | HASTA \$ 30.000 | DE \$30.001 A \$ 200.000 | DE \$ 200.001 A \$ 300.000 | > A \$ 300.001    |

FUENTE: Cámara de Comercio y de Industria de Pichincha

ELABORADO POR: El Autor

Se tomará el número de trabajadores, por considerarse, que el servicio de capacitación será destinado a los colaboradores de las diferentes organizaciones establecidas legalmente en la ciudad de Latacunga, la investigación se centrará en las empresas pequeñas, medianas y grandes por tener más de 10 empleados.

Del archivo proporcionado por la Ilustre Municipalidad de Latacunga, se encuentran las empresas depuradas tomando en consideración el número de empleados y/o colaboradores, parámetro utilizado para determinar la división tanto en micro, pequeña, mediana y grande empresa como se lo representa en el siguiente cuadro:

### CUADRO N° 3 EMPRESAS DE LA CIUDAD DE LATACUNGA

| TIPO DE EMPRESA   | CANTIDAD (Q) |
|-------------------|--------------|
| MICRO EMPRESAS    | 4.571        |
| PEQUEÑAS EMPRESAS | 790          |
| MEDIANAS EMPRESAS | 8            |
| GRANDES EMPRESAS  | 76           |
| <b>TOTAL</b>      | <b>5.445</b> |

FUENTE: Municipalidad de Latacunga  
ELABORADO POR: El Autor

#### *2.2.2. Fuentes de información primarias.*

Se constituye toda la información obtenida directamente de la zona de influencia del proyecto y como se planificó en el anteproyecto, la técnica utilizada será la encuesta Anexo No1 que se realizará a los propietarios y gerentes de las empresas obtenidas del tamaño de la muestra, la misma, que nos ayudará a obtener datos reales del comportamiento del mercado frente al presente proyecto.

#### *2.2.3. Segmentación de mercado*

El mercado objetivo al cuál va dirigido el proyecto, está conformado por las empresas comerciales, industriales, artesanales y de servicios que registran su patente en el municipio de Latacunga.

Para identificar a los consumidores, sus características, preferencias se dividirá el mercado en partes iguales lo más parecidas posibles, para lo cual, se pone a consideración las siguientes variables:

##### *2.2.3.1. Variable espacial*

El Centro Integral de Capacitación, será implantado en la ciudad de Latacunga, zona donde se desarrolla la mayor actividad comercial e industrial de la provincia de Cotopaxi.

#### ***2.2.3.2. Variable demográfica***

El proyecto va dirigido a las empresas consideradas como pequeñas, medianas y grandes, registradas por su patente en el Municipio de Latacunga.

#### ***2.2.3.3. Variable psicográfica***

La población a la cuál va dirigida el presente proyecto es la que se encuentra considerada como clase media alta, ya que por su costo hace de éste servicio sea accesible de acuerdo a la necesidad presentada, de igual manera va dirigido a aquellas empresas que esperan resultados en el corto, mediano y largo plazo, siempre y cuando su talento humano esté siempre motivado especialmente en mantener un estilo de vida moderado.

#### ***2.2.3.4. Variable conductual***

Considerando que la planificación de todas las capacitaciones se lo va a realizar de una manera organizada, va a existir una actitud positiva hacia la decisión por el servicio por parte de las empresas, lo que servirá de recomendación para captar nuevos segmentos o clientes potenciales, en base a los resultados obtenidos del talento humano que ya ha recibido su capacitación.

### **2.3. Aplicación de instrumentos de Investigación**

#### ***2.3.1. Recolección de datos***

Para realizar el análisis investigativo se estimó el prorrateo obtenido del CUADRO No 3 de los empleados que trabajan en las pequeñas, medianas y grandes empresas ya que éstas poseen más de 10 colaboradores, segmento al cuál va dirigido el proyecto, tomando en consideración lo indicado, la población es la siguiente:

**CUADRO No 4 CLASIFICACIÓN DES PEQUEÑAS, MEDIANAS Y GRANDES EMPRESAS DE LA CIUDAD DE LATACUNGA.**

| TIPO DE EMPRESA   | POBLACIÓN  |
|-------------------|------------|
| PEQUEÑAS EMPRESAS | 790        |
| MEDIANAS EMPRESAS | 8          |
| GRANDES EMPRESAS  | 76         |
| <b>TOTAL</b>      | <b>874</b> |

FUENTE: Prorrateo del Cuadro No1  
ELABORADO POR: El Autor

**2.3.2. Diseño cuantitativo**

Se procedió a realizar una investigación de tipo descriptiva, justificando en el diseño de la encuesta, la que contiene preguntas definidas de acuerdo a cada uno de los objetivos planteados en el proyecto de investigación.

**2.3.3. Cálculo del tamaño de la muestra**

Para efectuar el cálculo de la muestra se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{PQN}{N - 1 \frac{E^2}{K^2} + PQ}$$

**Simbología:**

n = Tamaño de la muestra

PQ = Constante de la varianza población (0.25)

N = Tamaño de la población (874)

E = Error máximo admisible (5% = 0.5)

K = Coeficiente de corrección del error (2)

Si establecemos un error del 5%, entonces el tamaño de la muestra será la siguiente:

$$n = \frac{PQN}{N - 1 \frac{E^2}{K^2} + PQ}$$

$$n = \frac{0,25 * 874}{874 - 1 - \frac{-0,05^2}{2^2} + 0,25}$$

$$n = \frac{218,5}{0,7956}$$

***n = 275 encuestas***

### 2.3.3.1 Plan muestral

Para identificar el número real de empresas pequeñas, medianas y grandes a las cuáles se les aplicará el instrumento de investigación (275 encuestas) se consideró la información obtenida en el cuadro No 4, por consiguiente se realizó el siguiente plan muestral:

**CUADRO No 5 PLAN MUESTRAL**

| TIPO DE EMPRESA | POBLACIÓN  | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|-----------------|------------|------------|-------------|
| PEQUEÑA         | 790        | 249        | 90%         |
| MEDIANA         | 8          | 2          | 1%          |
| GRANDE          | 76         | 24         | 9%          |
| <b>TOTAL</b>    | <b>874</b> | <b>275</b> | <b>100%</b> |

FUENTE: Prorrateo del Cuadro No 4  
ELABORADO POR: El Autor

Del cuadro anterior se puede concluir que se aplicarán 275 encuestas divididas en 249 a empresas pequeñas, 2 a empresas medianas y 24 a grandes empresas, determinando que en la ciudad de Latacunga existe mayor cantidad de pequeñas empresas las mismas que podrían convertirse en nuestros clientes potenciales.

### 2.3.3.2 Distribución muestral

Con los datos reflejados en el plan muestral se realizó la siguiente distribución muestral:

## CUADRO No 6 DISTRIBUCIÓN MUESTRAL

| TIPO DE EMPRESA | POBLACIÓN  | PORCENTAJE  |
|-----------------|------------|-------------|
| INDUSTRIAL      | 110        | 40%         |
| COMERCIAL       | 90         | 33%         |
| SERVICIOS       | 75         | 27%         |
| <b>TOTAL</b>    | <b>275</b> | <b>100%</b> |

FUENTE: Investigación de campo

ELABORADO POR: El Autor

Como se puede identificar en el cuadro anterior, en la ciudad de Latacunga existe una mayor concentración de empresas industriales, seguida por las comerciales y de servicio, con estos datos se determina que el nicho de mercado se encuentra ubicado principalmente en las empresas de producción.

### *2.3.4. Procesamiento de datos*

#### *2.3.4.1. Codificación y tabulación de datos*

Para la elaboración de los respectivos datos se utilizó programas ofimáticos de hojas de cálculo, mismos que proporcionaron los datos que a continuación se detallan.

#### *2.3.4.2. Cuadros de interpretación y análisis de resultados*

Al interpretar los datos alcanzados luego de aplicar la respectiva encuesta, analizamos e interpretamos los resultados de cada pregunta, lo que permitirá conocer las perspectivas que tienen nuestros posibles clientes frente al servicio que se pretende ofertar.

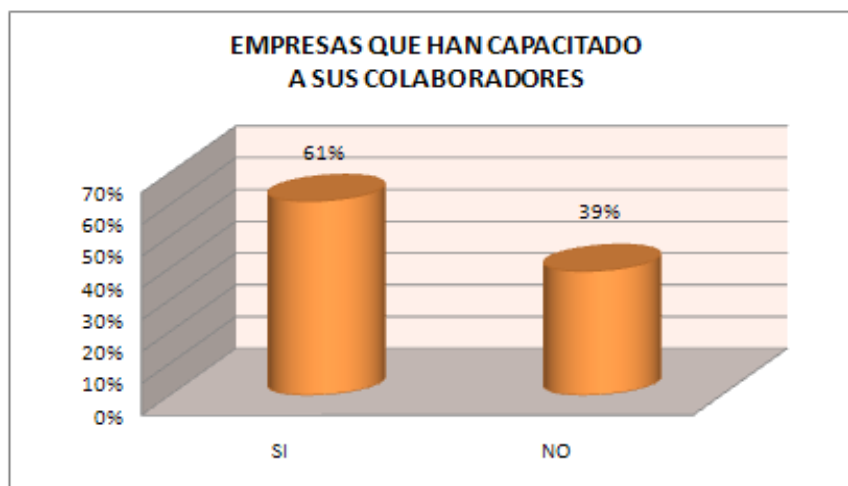
### Pregunta No 1 ¿Su empresa ha capacitado alguna vez a sus colaboradores?

**TABLA No 1 EMPRESAS QUE HAN CAPACITADO A SUS COLABORADORES**

| REFERENCIA   | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|--------------|------------|-------------|
| SI           | 168        | 61%         |
| NO           | 107        | 39%         |
| <b>TOTAL</b> | <b>275</b> | <b>100%</b> |

FUENTE: Segmento Encuestado  
ELABORADO POR: El Autor

**GRÁFICO No 12 EMPRESAS QUE HAN CAPACITADO A SUS COLABORADORES**



FUENTE: Segmento Encuestado  
ELABORADO POR: El Autor

### **Interpretación:**

El 61% de las empresas encuestadas manifiestan que si han capacitado a sus colaboradores, mientras que el 39% no han capacitado a sus colaboradores, considerando un factor muy favorable para nuestro proyecto, porque en su mayor parte las empresas ya han capacitado al personal y se puede plantear estrategias para que utilicen los servicios del Centro Integral de Capacitación Empresarial y por otra parte las empresas que no han capacitado a su personal es un mercado potencial al cual debemos captar.

➤ Si la respuesta es SI, porque lo han hecho:

**TABLA No 2 RESPUESTA POSITIVA**

| REFERENCIA               | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|--------------------------|------------|-------------|
| Motivar al personal      | 47         | 28%         |
| Actualizar conocimientos | 68         | 40%         |
| Imagen de la empresa     | 18         | 11%         |
| Generar utilidades       | 35         | 21%         |
| <b>TOTAL</b>             | <b>168</b> | <b>100%</b> |

FUENTE: Segmento Encuestado  
ELABORADO POR: El Autor

**GRÁFICO No 13 RESPUESTA POSITIVA**



FUENTE: Segmento Encuestado  
ELABORADO POR: El Autor

### **Interpretación:**

De acuerdo a los datos obtenidos el 40% de los encuestados capacitan a su personal principalmente por actualizar conocimientos, el 28% lo realizan por motivar al personal, por su parte el 21% lo realizan por generar utilidades, concluyéndose que para las empresas es muy importante contar con personal capacitado siendo este un factor favorable en la investigación ya que establece la demanda del servicio.



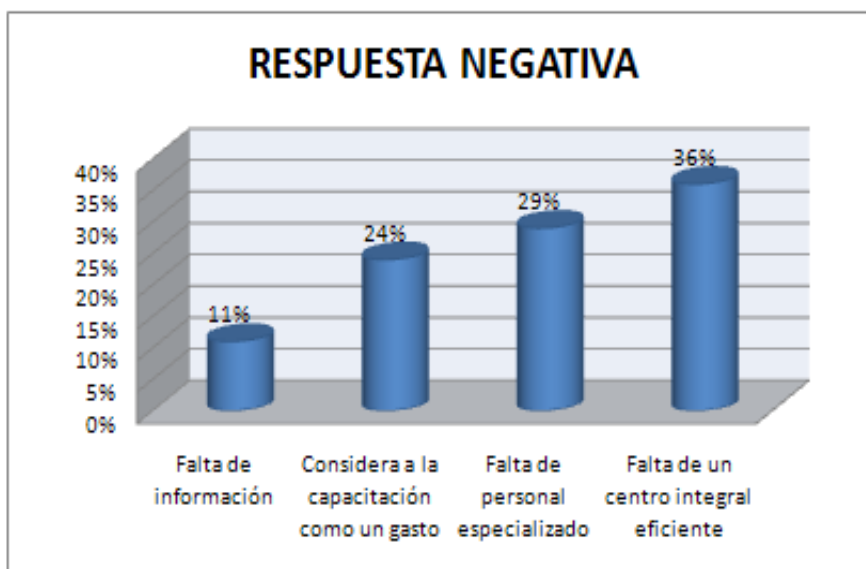
➤ Si la respuesta es No, indique sus razones:

**TABLA No 3 RESPUESTA NEGATIVA**

| REFERENCIA                                | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|---|------------|-------------|
| Falta de información                      | 12         | 11%         |
| Considera a la capacitación como un gasto | 26         | 24%         |
| Falta de personal especializado           | 31         | 29%         |
| Falta de un centro integral eficiente     | 38         | 36%         |
| <b>TOTAL</b>                              | <b>107</b> | <b>100%</b> |

FUENTE: Segmento Encuestado  
ELABORADO POR: El Autor

**GRÁFICO No 14 RESPUESTA NEGATIVA**



FUENTE: Segmento Encuestado  
ELABORADO POR: El Autor

### Interpretación:

El 36% de las empresas manifiestan que no capacitan a sus colaboradores por la inexistencia de un Centro Integral de Capacitación Empresarial en la ciudad de Latacunga, el 31% por la falta de personal especializado, siendo esta pregunta muy determinante para el desarrollo y justificación de la investigación, ya que favorece a la creación del presente proyecto de factibilidad.

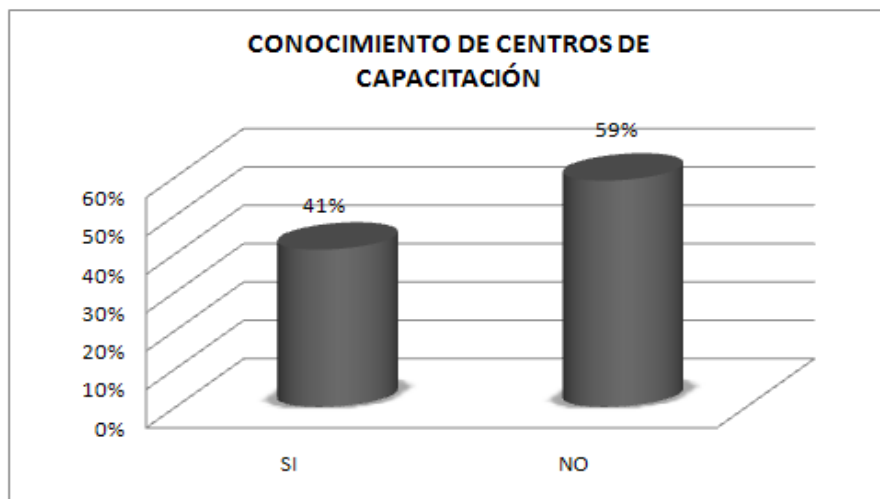
**Pregunta No 2 ¿Conoce algún o algunos Centros de Capacitación Empresarial, ubicado en la ciudad de Latacunga, indique cuáles?**

**TABLA No 4 CONOCIMIENTO DE CENTROS DE CAPACITACIÓN**

| REFERENCIA   | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|--------------|------------|-------------|
| SI           | 112        | 41%         |
| NO           | 163        | 59%         |
| <b>TOTAL</b> | <b>275</b> | <b>100%</b> |

FUENTE: Segmento Encuestado  
ELABORADO POR: El Autor

**GRÁFICO No 15 CONOCIMIENTO DE CENTROS DE CAPACITACIÓN EMPRESARIAL**



FUENTE: Segmento Encuestado  
ELABORADO POR: El Autor

**Interpretación:**

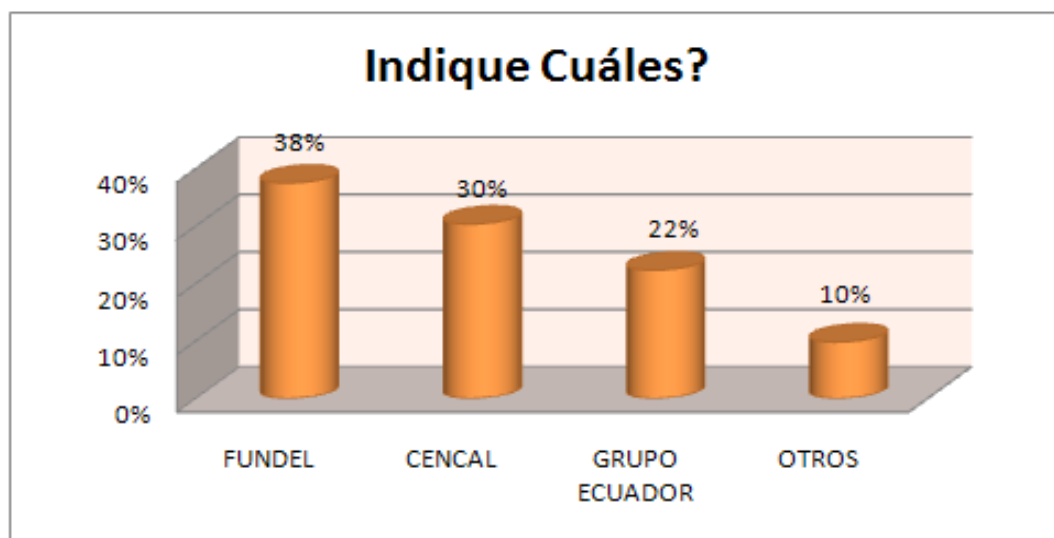
Del total de la población empresarial encuestada el 41% manifiesta conocer un Centro de Capacitación Empresarial, mientras que el 59% desconocen de la existencia de algún Centro de Capacitación, por tal motivo se considera que la competencia directa no está abarcando todo el mercado, siendo importante la creación de un Centro Integral de Capacitación que capte la demanda insatisfecha de este servicio y aplique estrategias frente a la competencia.

**TABLA No 5 INDIQUE CUÁLES RESPUESTA SI:**

| REFERENCIA    | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|---------------|------------|-------------|
| FUNDEL        | 42         | 38%         |
| CENCAL        | 34         | 30%         |
| GRUPO ECUADOR | 25         | 22%         |
| OTROS         | 11         | 10%         |
| <b>TOTAL</b>  | <b>112</b> | <b>100%</b> |

FUENTE: Segmento Encuestado  
ELABORADO POR: El Autor

**GRÁFICO No 16 INDIQUE CUÁLES**



FUENTE: Segmento Encuestado  
ELABORADO POR: El Autor

### **Interpretación:**

De las empresas encuestadas y que manifiestan que si conocen un Centro de Capacitación, el 38% identifican en primera instancia a FUNDEL, seguida por CENCAL con un 30% y GRUPO ECUADOR con el 22%, lo que determina que estos centros tienen mayor aceptación en el mercado, debido principalmente a sus planes de estudio, constituyéndose en la competencia directa del proyecto, por lo que se debe planificar temáticas de estudio acorde a las necesidades detectadas en las empresas, así como también, plantear estrategias de comercialización, precios y publicidad.

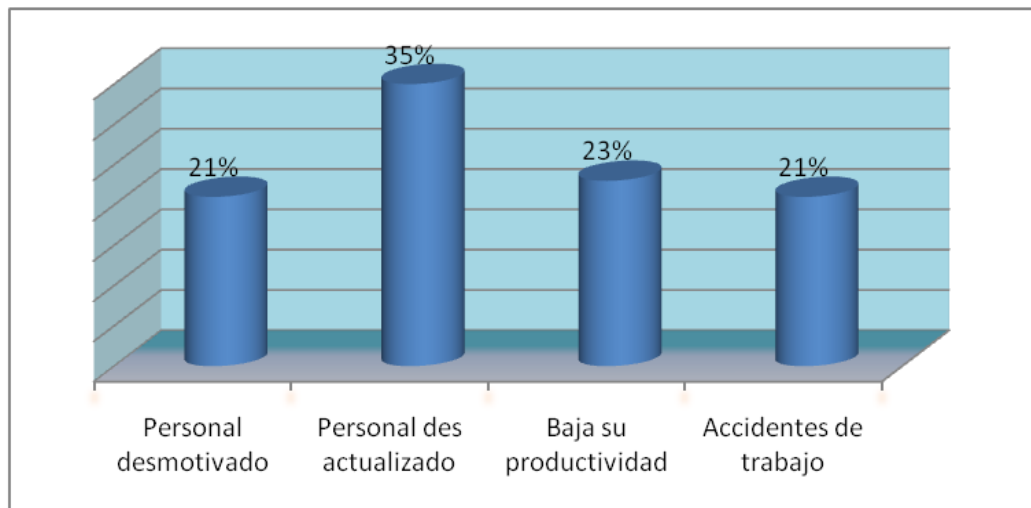
**Pregunta No 3 ¿La falta de capacitación permanente que efectos ha provocado a los colaboradores de su empresa?**

**TABLA No 6 EFECTOS FALTA DE CAPACITACIÓN**

| REFERENCIA              | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|-------------------------|------------|-------------|
| Personal desmotivado    | 59         | 21%         |
| Personal desactualizado | 95         | 35%         |
| Baja su productividad   | 63         | 23%         |
| Pérdidas de trabajo     | 58         | 21%         |
| <b>TOTAL</b>            | <b>275</b> | <b>100%</b> |

FUENTE: Segmento Encuestado  
ELABORADO POR: El Autor

**GRÁFICO No 17 EFECTOS FALTA DE CAPACITACIÓN**



FUENTE: Segmento Encuestado  
ELABORADO POR: El Autor

**Interpretación:**

El 35% de las empresas encuestadas señalan que la falta de capacitación a sus colaboradores ocasiona conocimientos desactualizados, mientras que el 23% señalan que baja el nivel de productividad en los trabajadores, se considera que esto puede suceder por el desconocimiento existente en realizar su trabajo, concluyendo que la falta de un programa de capacitación en las empresas impiden el cumplimiento de los objetivos planificados por la organización generando desconformidad y una baja rentabilidad.

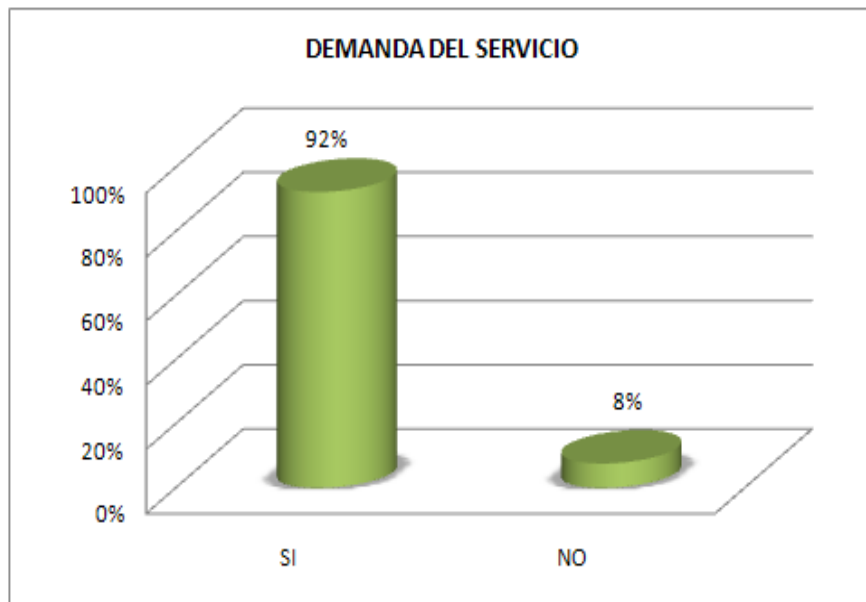
**Pregunta No 4 ¿Estaría dispuesto a demandar los servicios de un Centro Integral de Capacitación en la ciudad de Latacunga?**

**TABLA No 7 DEMANDA DEL SERVICIO PEQUEÑA EMPRESA**

| REFERENCIA   | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|--------------|------------|-------------|
| SI           | 230        | 92%         |
| NO           | 19         | 8%          |
| <b>TOTAL</b> | <b>249</b> | <b>100%</b> |

FUENTE: Segmento Encuestado  
ELABORADO POR: El Autor

**GRÁFICO No 18 DEMANDA DEL SERVICIO PEQUEÑA EMPRESA**



FUENTE: Segmento Encuestado  
ELABORADO POR: El Autor

**Interpretación:**

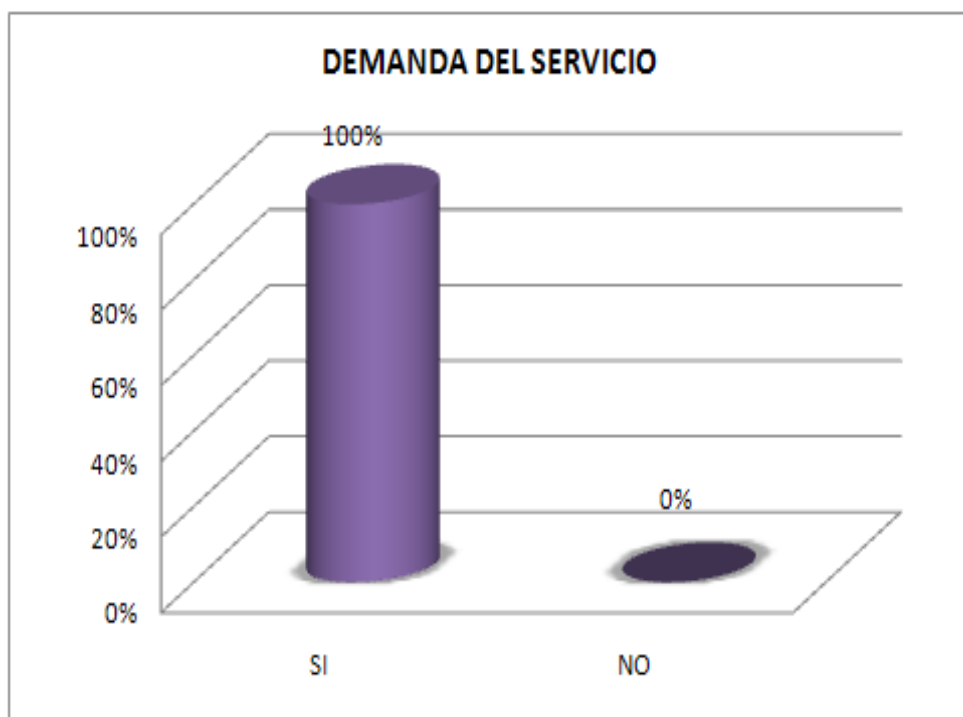
El 92% de las pequeñas empresas encuestadas de la ciudad de Latacunga, manifiestan que si están dispuestos a demandar los servicios del Centro Integral Empresarial de Capacitación, representadas en 230 empresas, resultado muy favorable para evidenciar la necesidad de implementar el presente proyecto determinándose como el mercado potencial y al que se debería aplicar estrategias para captarlo.

**TABLA No 8 DEMANDA DEL SERVICIO MEDIANA EMPRESA**

| REFERENCIA   | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|--------------|------------|-------------|
| SI           | 2          | 100%        |
| NO           | 0          | 0%          |
| <b>TOTAL</b> | <b>2</b>   | <b>100%</b> |

FUENTE: Segmento Encuestado  
ELABORADO POR: El Autor

**GRÁFICO No 19 DEMANDA DEL SERVICIO MEDIANA EMPRESA**



FUENTE: Segmento Encuestado  
ELABORADO POR: El Autor

**Interpretación:**

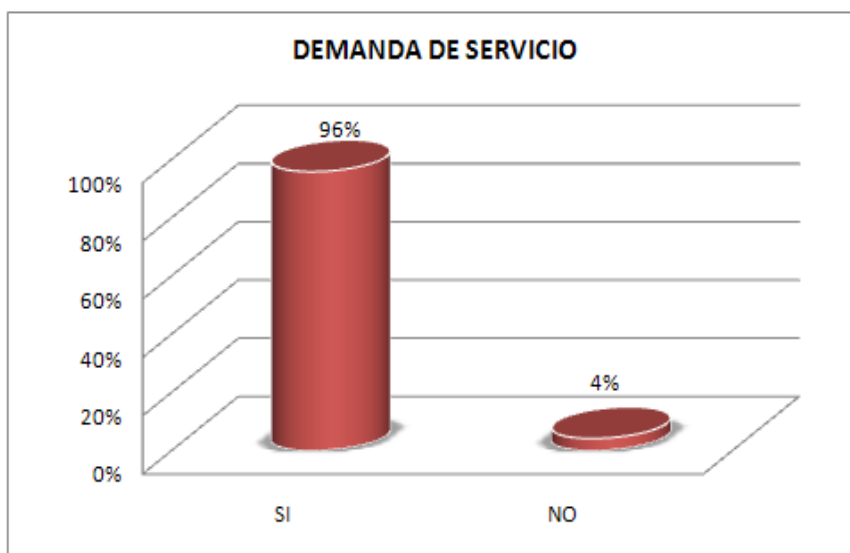
El 100% de las medianas empresas encuestadas, indican que estarían dispuestas a demandar los servicios del Centro Integral de Capacitación, factor significativo para el desarrollo efectivo del proyecto.

**TABLA No 9 DEMANDA DEL SERVICIO GRANDE EMPRESA**

| REFERENCIA   | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|--------------|------------|-------------|
| SI           | 23         | 96%         |
| NO           | 1          | 4%          |
| <b>TOTAL</b> | <b>24</b>  | <b>100%</b> |

FUENTE: Segmento Encuestado  
ELABORADO POR: El Autor

**GRÁFICO No 20 DEMANDA DEL SERVICIO GRANDE EMPRESA**



FUENTE: Segmento Encuestado  
ELABORADO POR: El Autor

**Interpretación:**

El 96% de las grandes empresas estarían dispuestas a demandar los servicios del Centro Integral de Capacitación, representadas en 23 empresas, lo que determina que existe una apreciable aceptación por la constitución de una nueva empresa que oferte servicios de capacitación que ayuden a las empresas a ser competitivas frente a su competencia.

**Pregunta No 5 ¿Qué tipo de servicio de capacitación le interesaría para ser impartida a sus colaboradores?**

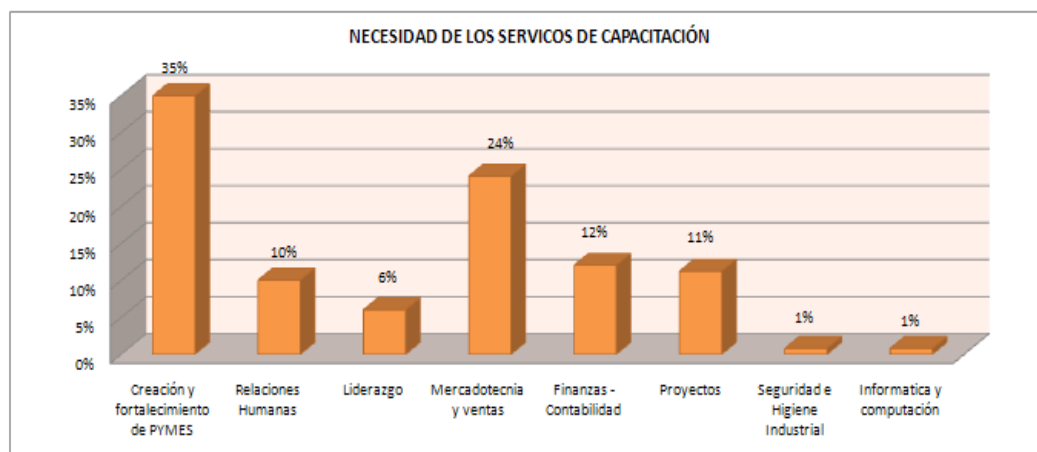
**TABLA N o 10 NECESIDAD DE LOS SERVICIOS DE CAPACITACIÓN PEQUEÑA EMPRESA**

| REFERENCIA                          | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|-------------------------------------|------------|-------------|
| Creación y fortalecimiento de PYMES | 87         | 35%         |
| Relaciones Humanas                  | 25         | 10%         |
| Liderazgo                           | 15         | 6%          |
| Mercadotecnia y ventas              | 60         | 24%         |
| Finanzas – Contabilidad             | 30         | 12%         |
| Proyectos                           | 28         | 11%         |
| Seguridad e Higiene Industrial      | 2          | 1%          |
| Informática y Computación           | 2          | 1%          |
| <b>TOTAL</b>                        | <b>249</b> | <b>100%</b> |

FUENTE: Segmento Encuestado

ELABORADO POR: El Autor

**GRÁFICO N o 21 NECESIDAD DE LOS SERVICIOS DE CAPACITACIÓN PEQUEÑA EMPRESA**



FUENTE: Segmento Encuestado

ELABORADO POR: El Autor

**Interpretación:**

Como se puede observar los cursos con mayor demanda serian con el 35% la Creación y Fortalecimiento de Pymes seguido de Mercadotécnica y Ventas con el 24%, el 12 % Finanzas y Contabilidad, por consiguiente es necesario instruir a las pequeñas empresas con temas relevantes a su constitución, estatutos, oportunidades en el mercado sin dejar de lado las otras áreas en las que es importante y beneficioso que tengan adiestramiento.



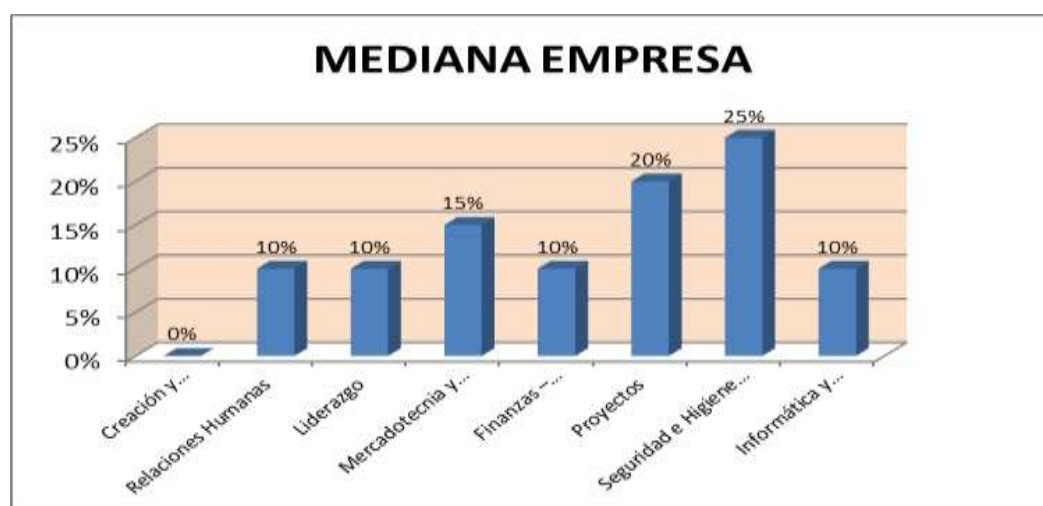
**TABLA N o 11 NECESIDAD DE LOS SERVICIOS DE CAPACITACIÓN  
MEDIANA EMPRESA**

| REFERENCIA                          | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|-------------------------------------|------------|-------------|
| Creación y fortalecimiento de PYMES | 0          | 0%          |
| Relaciones Humanas                  | 0,2        | 10%         |
| Liderazgo                           | 0,2        | 10%         |
| Mercadotecnia y ventas              | 0,3        | 15%         |
| Finanzas – Contabilidad             | 0,2        | 10%         |
| Proyectos                           | 0,4        | 20%         |
| Seguridad e Higiene Industrial      | 0,5        | 25%         |
| Informática y Computación           | 0,2        | 10%         |
| <b>TOTAL</b>                        | <b>2</b>   | <b>100%</b> |

FUENTE: Segmento Encuestado

ELABORADO POR: El Autor

**GRÁFICO No 22 NECESIDAD DE LOS SERVICIOS DE CAPACITACIÓN**



FUENTE: Segmento Encuestado

ELABORADO POR: El Autor

**Interpretación:**

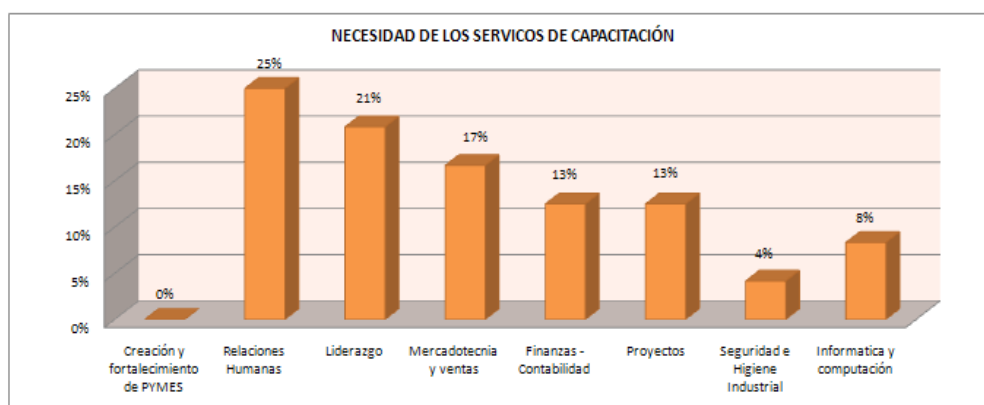
Como se puede observar los cursos con mayor demanda son con el 25% Seguridad e Higiene en el Trabajo, el 20% Proyectos seguido de Mercadotécnica y Ventas con el 15%, en conclusión es necesario capacitar a las medianas empresas en temas relacionados al manejo y prevención de accidentes en el trabajo, creación de proyectos, técnicas de ventas y atención al cliente, entre otras prioridades, pero sin dejar de considerar todas las áreas de la empresa.

**TABLA No 12 NECESIDAD DE LOS SERVICIOS DE CAPACITACIÓN  
GRANDE EMPRESA**

| REFERENCIA                          | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|-------------------------------------|------------|-------------|
| Creación y fortalecimiento de PYMES | 0          | 0%          |
| Relaciones Humanas                  | 6          | 25%         |
| Liderazgo                           | 5          | 20%         |
| Mercadotecnia y ventas              | 4          | 17%         |
| Finanzas – Contabilidad             | 3          | 13%         |
| Proyectos                           | 3          | 13%         |
| Seguridad e Higiene Industrial      | 1          | 4%          |
| Informática y Computación           | 2          | 8%          |
| <b>TOTAL</b>                        | <b>24</b>  | <b>100%</b> |

FUENTE: Segmento Encuestado  
ELABORADO POR: El Autor

**GRÁFICO No23 NECESIDAD DE LOS SERVICIOS DE  
CAPACITACIÓN GRANDE EMPRESA**



FUENTE: Segmento Encuestado  
ELABORADO POR: El Autor

**Interpretación:**

De las encuestas realizadas las empresas señalan que los cursos con mayor demanda son con el 25% Relaciones Humanas, por su parte el 20% prefiere temas de liderazgo seguidos por el 17% Mercadotecnia y Ventas, Finanzas - Contabilidad y Proyectos con el 13% de aceptación, por lo que se concluye que este tipo de empresas pone énfasis en la atención al cliente, contar con personal capaz de solucionar problemas y sean entes constructivos, ya que por su tamaño son empresas que se encuentran en constante tecnificación de procesos aplicando normas ISSO.

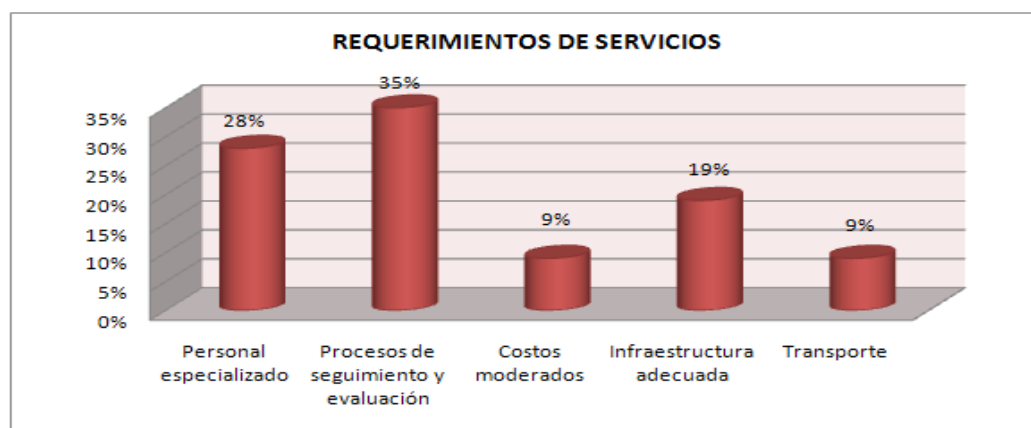
## Pregunta No 6 ¿Qué servicios debería ofrecer el Centro Integral de Capacitación?

**TABLA No 13 REQUERIMIENTOS DE SERVICIOS**

| REFERENCIA                           | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|--------------------------------------|------------|-------------|
| Personal especializado               | 78         | 28%         |
| Procesos de seguimiento y evaluación | 94         | 35%         |
| Costos moderados                     | 26         | 9%          |
| Infraestructura adecuada             | 53         | 19%         |
| Transporte                           | 24         | 9%          |
| <b>TOTAL</b>                         | <b>275</b> | <b>100%</b> |

FUENTE: Segmento Encuestado  
ELABORADO POR: El Autor

**GRÁFICO No 24 REQUERIMIENTOS DE SERVICIOS**



FUENTE: Segmento Encuestado  
ELABORADO POR: El Autor

### Interpretación:

El 35% de los encuestados manifiestan que uno de los principales servicios que debe brindar el Centro Integral de Capacitación Empresarial es realizar procesos de seguimientos y evaluación, el 28% señalan que las capacitaciones sean impartidas por personal especializado en cada una de las áreas o cátedras, el 19% recomienda una infraestructura acorde a las necesidades de los participantes, determinándose que las empresas demandan calidad en el servicio sin tomar mucho en consideración los precios, es por ello, que se debe implementar estrategias para que el centro cuente con todos los requerimientos tecnológicos y de personal para brindar una capacitación diferenciada de la competencia.

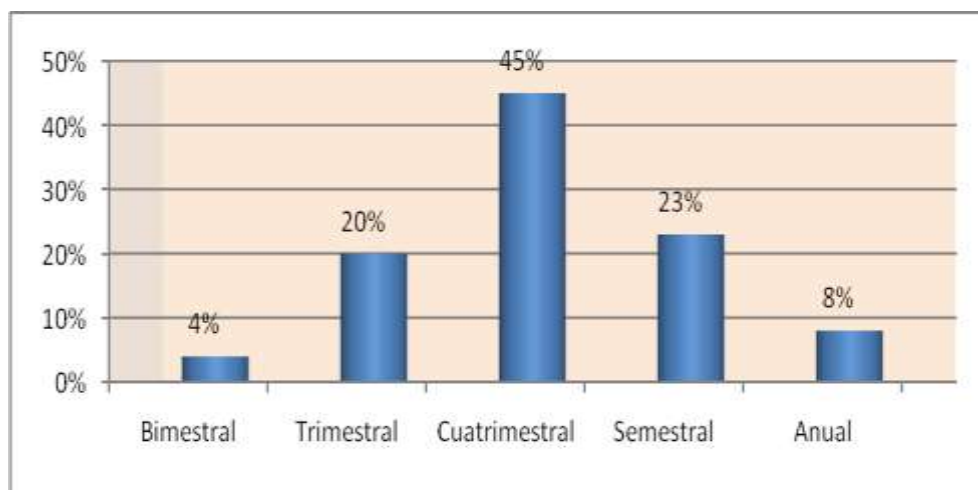
**Pregunta No 7 ¿Con qué frecuencia Ud. Demanda de los servicios de capacitación actualmente?**

**TABLA No 14 FRECUENCIA DE DEMANDA DE CAPACITACIÓN  
PEQUEÑA EMPRESA**

| REFERENCIA    | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|---------------|------------|-------------|
| Bimestral     | 10         | 4%          |
| Trimestral    | 50         | 20%         |
| Cuatrimestral | 112        | 45%         |
| Semestral     | 57         | 23%         |
| Anual         | 20         | 8%          |
| <b>TOTAL</b>  | <b>249</b> | <b>100%</b> |

FUENTE: Segmento Encuestado  
ELABORADO POR: El Autor

**GRÁFICO No 25 FRECUENCIA DE DEMANDA DE CAPACITACIÓN  
PEQUEÑA EMPRESA**



FUENTE: Segmento Encuestado  
ELABORADO POR: El Autor

### **Interpretación:**

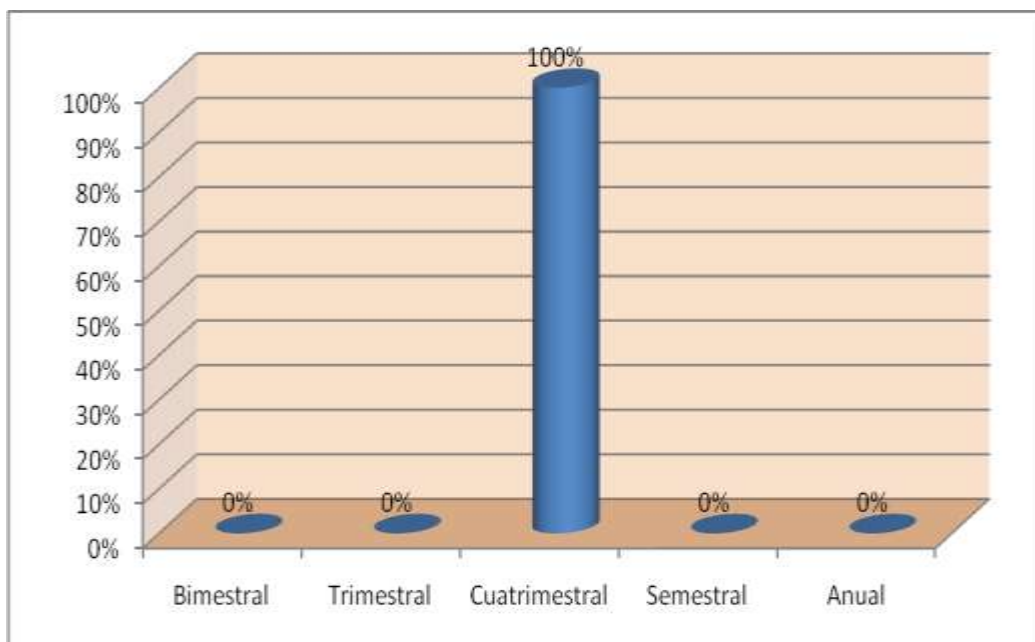
De los datos obtenidos en la encuesta se considera que el 45%, indican que la capacitación para sus colaboradores se lo debería hacer de manera cuatrimestral, seguido con el 23% semestralmente y con el 20% trimestral, se concluye señalando que las pequeñas empresas creen necesario capacitar a sus trabajadores cada 4 meses es decir tres veces al año, factor determinante para proyectar la demanda.

**TABLA No 15 FRECUENCIA DE DEMANDA DE CAPACITACIÓN  
MEDIANA EMPRESA**

| REFERENCIA    | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|---------------|------------|-------------|
| Bimestral     | 0          | 0%          |
| Trimestral    | 0          | 0%          |
| Cuatrimestral | 2          | 100%        |
| Semestral     | 0          | 0%          |
| Anual         | 0          | 0%          |
| <b>TOTAL</b>  | <b>2</b>   | <b>100%</b> |

FUENTE: Segmento Encuestado  
ELABORADO POR: El Autor

**GRÁFICO No 26 FRECUENCIA DE DEMANDA DE CAPACITACIÓN  
MEDIANA EMPRESA**



FUENTE: Segmento Encuestado  
ELABORADO POR: El Autor

**Interpretación:**

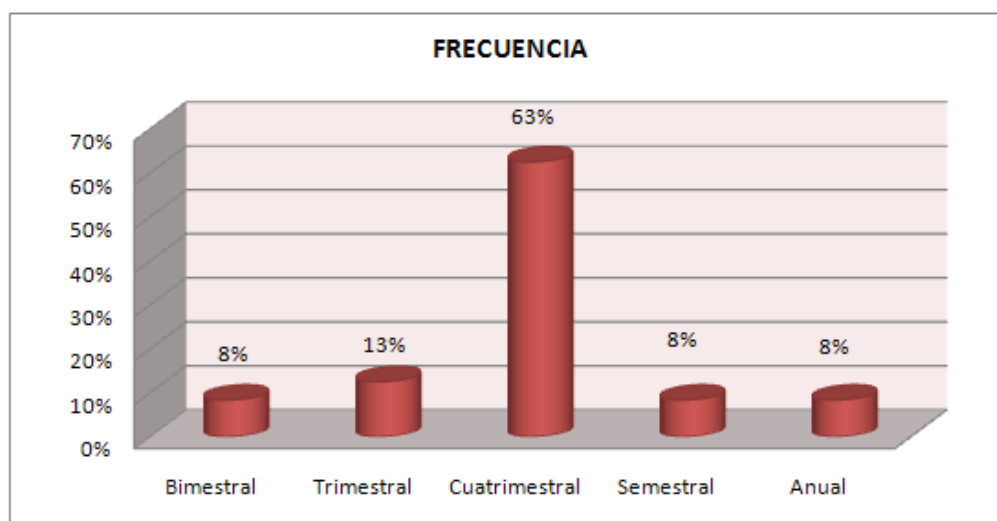
Del total de las empresas encuestadas el 100% indican que la capacitación para sus colaboradores se lo debería hacer de manera cuatrimestral, es decir lo consideran de manera permanente siendo este dato importante en el estudio de mercado para la proyección de la demanda actual.

**TABLA No 16 FRECUENCIA DE DEMANDA DE CAPACITACIÓN  
GRANDE EMPRESA**

| REFERENCIA    | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|---------------|------------|-------------|
| Bimestral     | 2          | 8%          |
| Trimestral    | 3          | 13%         |
| Cuatrimestral | 15         | 63%         |
| Semestral     | 2          | 8%          |
| Anual         | 2          | 8%          |
| <b>TOTAL</b>  | <b>24</b>  | <b>100%</b> |

FUENTE: Segmento Encuestado  
ELABORADO POR: El Autor

**GRÁFICO No 27 FRECUENCIA DE DEMANDA DE CAPACITACIÓN  
GRANDE EMPRESA**



FUENTE: Segmento Encuestado  
ELABORADO POR: El Autor

**Interpretación:**

El 63% de las grandes empresas encuestadas indican que la capacitación para sus colaboradores se la debería hacer de manera cuatrimestral, el 13% consideran trimestralmente, el 8% semestral, anual y bimestralmente, se concluyen manifestando que el lapso de tiempo adecuado para la actualización de los conocimientos sería cada cuatro meses.

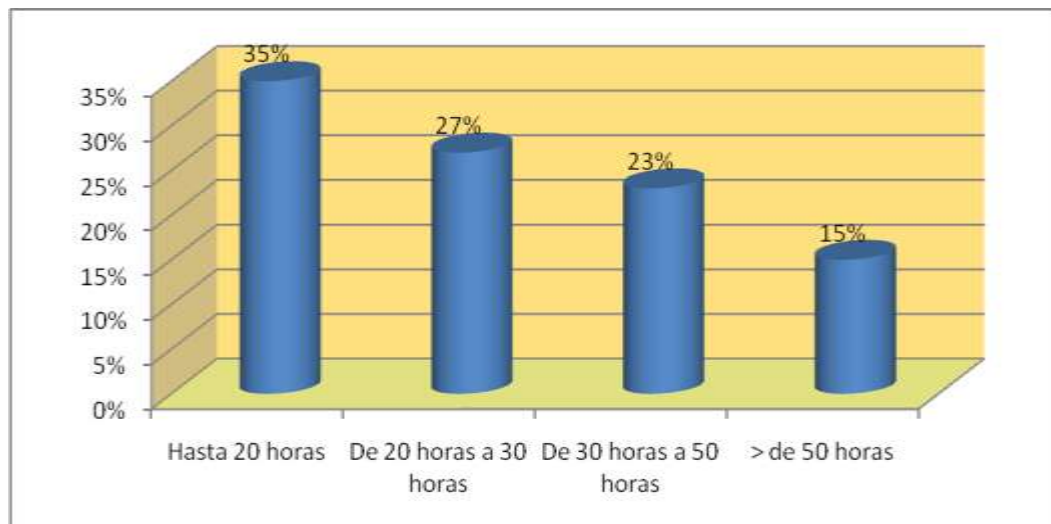
**Pregunta No 8 ¿Cuántas horas considera adecuadas para participar en un curso de capacitación?**

**TABLA No 17 HORAS ADECUADAS PARA CAPACITACION**

| REFERENCIA             | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|------------------------|------------|-------------|
| Hasta 20 horas         | 95         | 35%         |
| De 20 horas a 30 horas | 75         | 27%         |
| De 30 horas a 50 horas | 63         | 23%         |
| Más de 50 horas        | 42         | 15%         |
| <b>TOTAL</b>           | <b>275</b> | <b>100%</b> |

FUENTE: Segmento Encuestado  
ELABORADO POR: El Autor

**GRÁFICO No 28 HORAS ADECUADAS PARA CAPACITACION**



FUENTE: Segmento Encuestado  
ELABORADO POR: El Autor

**Interpretación:**

Del total de las empresas encuestadas el 35% manifiestan que las horas adecuadas para capacitar debería estar hasta 20 horas por su parte el 27% entre 20 y 30 horas, el 23% de 30 a 50 horas, por tal motivo se determina que la planificación de los planes de capacitación estarán en este rango ya que una capacitación eficiente logrará los resultados esperados por los empresarios.

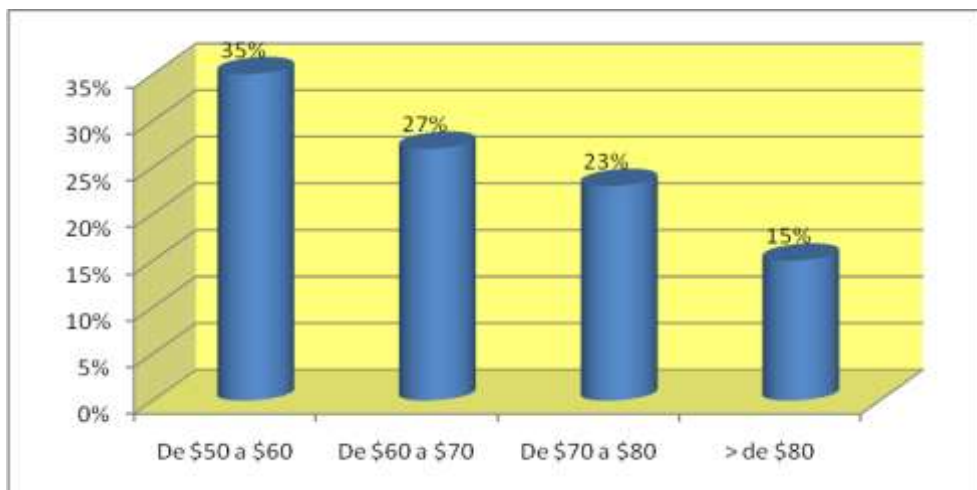
**Pregunta No 9 ¿Cuál sería el costo destinado a cancelar por las horas recibidas de capacitación?**

**TABLA No 18 COSTO ESTIMADO**

| REFERENCIA     | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|----------------|------------|-------------|
| De \$40 a \$50 | 95         | 35%         |
| De \$50 a \$60 | 73         | 27%         |
| De \$60 a \$70 | 63         | 23%         |
| Más de \$70    | 42         | 15%         |
| <b>TOTAL</b>   | <b>275</b> | <b>100%</b> |

FUENTE: Segmento Encuestado  
ELABORADO POR: El Autor

**GRÁFICO No 29 COSTO ESTIMADO**



FUENTE: Segmento Encuestado  
ELABORADO POR: El Autor

**Interpretación:**

Del total de las empresas encuestas el 35% de las señalan que el costo promedio a pagar por un curso de capacitación de hasta 20 horas sea de \$40 a \$50, el 27% estaría dispuesto a pagar de \$50 a \$60, por su parte el 23% de \$60 a \$70, por consiguiente estos datos son importantes para realizar la proyección de precios en el análisis del estudio de mercado, también se considera que el precio juega un papel determinante y será necesario atraer al mercado con precios accesibles y con eficiencia en los procesos.



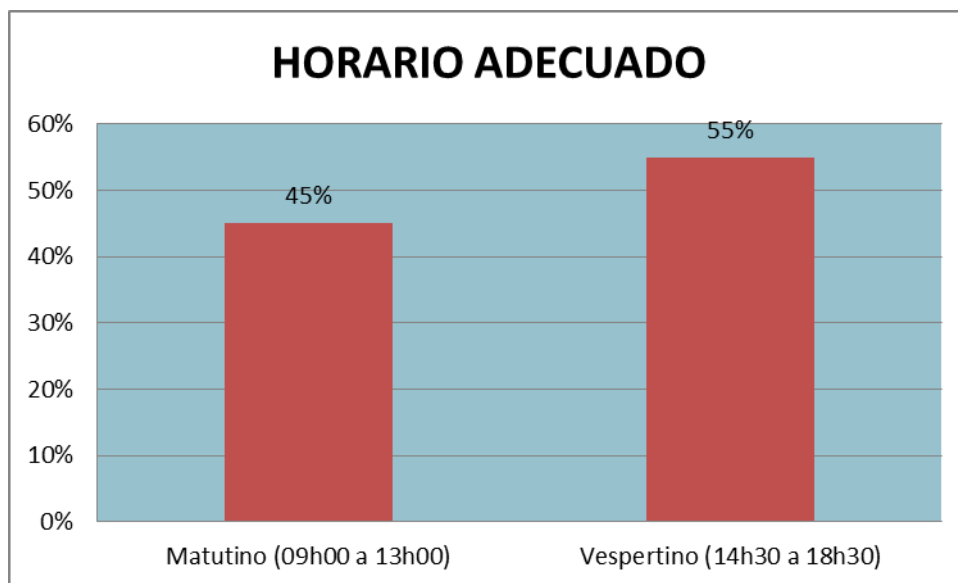
**Pregunta No 10 ¿Qué horario considera el más adecuado para impartir la capacitación a sus colaboradores?**

**TABLA No 19 HORARIO ADECUADO**

| REFERENCIA                 | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|----------------------------|------------|-------------|
| Matutino (09h00 a 13h00)   | 125        | 45%         |
| Vespertino (14h30 a 18h30) | 150        | 55%         |
| <b>TOTAL</b>               | <b>275</b> | <b>100%</b> |

FUENTE: Segmento Encuestado  
ELABORADO POR: El Autor

**GRÁFICO No 30 HORARIO ADECUADO**



FUENTE: Segmento Encuestado  
ELABORADO POR: El Autor

**Interpretación:**

El 55% de las empresas encuestadas manifiestan que el horario para impartir la capacitación debe ser en horario vespertino y el 45% en horario matutino, por el hecho de horarios o turnos de trabajo de los colaboradores, determinando una gran ventaja ya que los cursos pueden ser impartidos durante la jornada de trabajo propuesto por el centro.

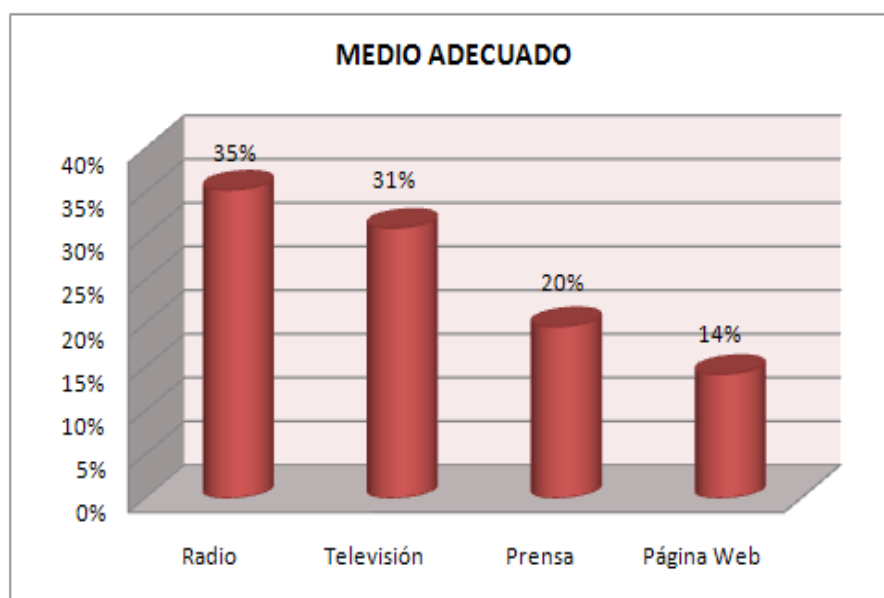
**Pregunta No 11 ¿En qué medio de comunicación de su preferencia le gustaría que se publiquen los Servicios del Centro Integral de Capacitación?**

**TABLA No 20 MEDIO DE DIFUSIÓN ADECUADO**

| REFERENCIA   | FRECUENCIA | PORCENTAJE  |
|--------------|------------|-------------|
| Radio        | 97         | 35%         |
| Televisión   | 85         | 31%         |
| Prensa       | 54         | 20%         |
| Página Web   | 39         | 14%         |
| <b>TOTAL</b> | <b>275</b> | <b>100%</b> |

FUENTE: Segmento Encuestado  
ELABORADO POR: El Autor

**GRÁFICO No 31 MEDIO DE DIFUSIÓN ADECUADO**



FUENTE: Segmento Encuestado  
ELABORADO POR: El Autor

**Interpretación:**

Del 100% de las empresas encuestadas el 35% señalan que les gustaría que se publiquen los servicios del Centro Integral de Capacitación, por medio radial, seguida por el 31% que prefiere la televisión, concluyendo se puede sintetizar que la radio es el medio de difusión de mayor aceptación ya que los empresarios están constantemente escuchando programas radiales, la publicidad por este medio puede ser más agresiva y llegar a muchos clientes.

### **2.3.4.3. Análisis general de la encuesta.**

Concluido el análisis e interpretación de los resultados, se puede definir que los datos obtenidos reflejan la necesidad del mercado para la creación de un Centro Integral de Capacitación Empresarial en la ciudad de Latacunga, esto se debe a que la población empresarial considera que la capacitación proporciona a las empresas competitividad y eficiencia.

Los empresarios han dado a conocer ciertos parámetros relacionados al precio, medios de difusión, frecuencia que demandarían los cursos de capacitación siendo importante ya que existe un gran número de demanda actual a la cual se estaría aplicando estrategias para captarla y lograr su fidelidad, de igual manera se obtuvieron datos de la competencia determinándose la existencia de la demanda insatisfecha, la temática a tratar en cada curso de capacitación percibiendo que las necesidades de las empresas son distintas por tal motivo los planes de estudio deben ser analizados dependiendo de los requerimientos de capacitación que se presenten.

Se pudo conocer las necesidades que actualmente tienen los clientes y que demandarían un servicio de calidad, eficiente contribuyendo al desarrollo institucional y profesional de los miembros que trabajan en una organización, por consiguiente esta información será analizada y aplicada en los siguientes capítulos tomando en consideración cada uno de los resultados.

## **2.4. Análisis de la demanda**

Constituye la cantidad de servicios que las empresas desean adquirir a un precio y en un determinado momento, siempre y cuando los consumidores o demandantes tengan el deseo y la capacidad efectiva de pagar por dicho servicio.

### 2.4.1 Demanda histórica del servicio

**CUADRO N° 7 DEMANDA HISTÓRICA POR NÚMERO DE EMPRESAS**

| TIPO DE EMPRESA   | AÑOS        |             |             |             |             |
|-------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
|                   | 2007        | 2008        | 2009        | 2010        | 2011        |
| MICRO EMPRESAS    | 4573        | 5368        | 4571        | 5309        | 6322        |
| PEQUEÑAS EMPRESAS | 660         | 667         | 790         | 901         | 1275        |
| MEDIANAS EMPRESAS | 19          | 18          | 8           | 17          | 39          |
| GRANDES EMPRESAS  | 47          | 72          | 76          | 88          | 85          |
| <b>TOTAL</b>      | <b>5299</b> | <b>6125</b> | <b>5445</b> | <b>6315</b> | <b>7721</b> |

FUENTE: Municipio de Latacunga Oficina de Rentas Internas, Sr. Héctor Morales.

ELABORADO POR: El Autor

La demanda histórica del servicio está determinada por las personas que se encuentran registradas en el Catastro de Patentes en el Municipio de Latacunga, se puede observar que para el año 2011 existen inscritas 7721 empresas subdivididas en 6322 microempresas, 1275 pequeñas, 39 medianas y 85 grandes empresas.

### 2.4.2 Demanda Actual del servicio

Para realizar el cálculo de la demanda actual del servicio se aplicará el método estadístico de mínimos cuadrados, lo que va a permitir realizar el estudio con mayor efectividad, se aplicará la misma fórmula y procedimiento para calcular la demanda y oferta, como se detalla a continuación:

**CUADRO N° 8 MÉTODO MÍNIMOS CUADRADOS**

#### PEQUEÑA EMPRESA

| PEQUEÑA EMPRESA |           |             |               |                |
|-----------------|-----------|-------------|---------------|----------------|
| AÑOS            | X         | Y           | X.Y           | X <sup>2</sup> |
| 2007            | 1         | 660         | 660           | 1              |
| 2008            | 2         | 667         | 1334          | 4              |
| 2009            | 3         | 790         | 2370          | 9              |
| 2010            | 4         | 901         | 3604          | 16             |
| 2011            | 5         | 1275        | 6375          | 25             |
| <b>TOTAL</b>    | <b>15</b> | <b>4293</b> | <b>14.343</b> | <b>55</b>      |

FUENTE: Municipio de Latacunga Oficina de Rentas Internas, Sr. Héctor Morales.

ELABORADO POR: El Autor

### 2.4.2.1 Aplicación de la Fórmula de Mínimos cuadrados

$$Y = a + bx$$

$$Y = b_{1x} + b_0$$

$$b_0 = \bar{Y} - b_1(\bar{X})$$

$$b_1 = \frac{\sum XY - \frac{\sum X * \sum Y}{n}}{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}$$

$$b_1 = \frac{14343 - \frac{15 * 4293}{5}}{55 - \frac{(15)^2}{5}}$$

$$b_1 = \frac{14343 - 12879}{10}$$

$$b_1 = \frac{1464}{10}$$

$$b_1 = 146,40$$

$$b_0 = \bar{Y} - b_1(\bar{X})$$

$$\bar{X} = 3$$

$$\bar{Y} = 858,60$$

$$b_0 = 858,60 - 146,40(3)$$

$$b_0 = 858,60 - 439,20$$

$$b_0 = 419,40$$

$$Y = b_{1x} + b_0$$

$$Y = 146,40(6) + 419,40$$

$$Y = 878,40 + 419,40$$

**Y = 1.297,80 DEMANDA ACTUAL PEQUEÑAS EMPRESAS 2012.**

**CUADRO N° 9 MÉTODO MÍNIMOS CUADRADOS MEDIANA  
EMPRESA**

| MEDIANA EMPRESA |           |            |            |                |
|-----------------|-----------|------------|------------|----------------|
| AÑOS            | X         | Y          | X.Y        | X <sup>2</sup> |
| 2007            | 1         | 19         | 19         | 1              |
| 2008            | 2         | 18         | 36         | 4              |
| 2009            | 3         | 8          | 24         | 9              |
| 2010            | 4         | 17         | 68         | 16             |
| 2011            | 5         | 39         | 195        | 25             |
| <b>TOTAL</b>    | <b>15</b> | <b>101</b> | <b>342</b> | <b>55</b>      |

FUENTE: Municipio de Latacunga Oficina de Rentas Internas, Sr. Héctor Morales.  
ELABORADO POR: El Autor

$$b_1 = 4$$

$$b_0 = 8,50$$

**Y = 33 DEMANDA ACTUAL MEDIANAS EMPRESAS 2012.**

**CUADRO N° 10 MÉTODO MÍNIMOS CUADRADOS GRANDE  
EMPRESA**

| GRANDE EMPRESA |           |            |              |                |
|----------------|-----------|------------|--------------|----------------|
| AÑOS           | X         | Y          | X.Y          | X <sup>2</sup> |
| 2007           | 1         | 47         | 47           | 1              |
| 2008           | 2         | 72         | 144          | 4              |
| 2009           | 3         | 76         | 228          | 9              |
| 2010           | 4         | 88         | 352          | 16             |
| 2011           | 5         | 85         | 425          | 25             |
| <b>TOTAL</b>   | <b>15</b> | <b>368</b> | <b>1.196</b> | <b>55</b>      |

FUENTE: Municipio de Latacunga Oficina de Rentas Internas, Sr. Héctor Morales.  
ELABORADO POR: El Autor

$$b_1 = 9,20$$

$$b_0 = 46$$

**Y = 102 DEMANDA ACTUAL GRANDES EMPRESAS 2012.**

La demanda actual del proyecto se calculó con los datos proporcionadas de la base histórica de las empresas que registran su patente municipal en la ciudad de Latacunga, para el año 2012 es de 1.297,80 pequeñas, 33 medianas y 102 grandes empresas

### 2.4.3. Demanda Proyectada

Considerando la información obtenida se realizará la respectiva proyección desde el año 2012 hasta el 2016, para proyectar la demanda se utilizó el método estadístico de mínimos cuadrado, como se muestra a continuación:

**CUADRO N° 11 DEMANDA PROYECTADA PEQUEÑA EMPRESA**

| PEQUEÑA EMPRESA |    |      |       |                |
|-----------------|----|------|-------|----------------|
| AÑOS            | X  | Y    | X.Y   | X <sup>2</sup> |
| 2007            | 1  | 660  | 660   | 1              |
| 2008            | 2  | 667  | 1334  | 4              |
| 2009            | 3  | 790  | 2370  | 9              |
| 2010            | 4  | 901  | 3604  | 16             |
| 2011            | 5  | 1275 | 6375  | 25             |
| 2012            | 6  | 1298 | 7788  | 36             |
| 2013            | 7  | 1444 | 10108 | 49             |
| 2014            | 8  | 1591 | 12728 | 64             |
| 2015            | 9  | 1737 | 15633 | 81             |
| 2016            | 10 | 1884 | 18840 | 100            |

FUENTE: Demanda actual  
ELABORADO POR: El Autor

**CUADRO N° 12 DEMANDA PROYECTADA MEDIANA EMPRESA**

| MEDIANA EMPRESA |    |    |     |                |
|-----------------|----|----|-----|----------------|
| AÑOS            | X  | Y  | X.Y | X <sup>2</sup> |
| 2007            | 1  | 19 | 19  | 1              |
| 2008            | 2  | 18 | 36  | 4              |
| 2009            | 3  | 8  | 24  | 9              |
| 2010            | 4  | 17 | 68  | 16             |
| 2011            | 5  | 39 | 195 | 25             |
| 2012            | 6  | 33 | 198 | 36             |
| 2013            | 7  | 48 | 336 | 49             |
| 2014            | 8  | 47 | 376 | 64             |
| 2015            | 9  | 53 | 477 | 81             |
| 2016            | 10 | 58 | 580 | 100            |

FUENTE: Demanda actual  
ELABORADO POR: El Autor

### CUADRO N° 13 DEMANDA PROYECTADA GRANDE EMPRESA

| GRANDE EMPRESA |    |     |      |                |
|----------------|----|-----|------|----------------|
| AÑOS           | X  | Y   | X.Y  | X <sup>2</sup> |
| 2007           | 1  | 47  | 47   | 1              |
| 2008           | 2  | 72  | 144  | 4              |
| 2009           | 3  | 76  | 228  | 9              |
| 2010           | 4  | 88  | 352  | 16             |
| 2011           | 5  | 85  | 425  | 25             |
| 2012           | 6  | 102 | 612  | 36             |
| 2013           | 7  | 111 | 777  | 49             |
| 2014           | 8  | 120 | 960  | 64             |
| 2015           | 9  | 130 | 1170 | 81             |
| 2016           | 10 | 102 | 1020 | 100            |

FUENTE: Demanda actual

ELABORADO POR: El Autor

Considerando el porcentaje de capacitación tanto para pequeñas, medianas y grandes empresas se realizó la proyección de la demanda, determinándose que para el año 2016 existirán 7954 empresas que requieran del servicio, considerando un factor importante para la investigación, como se representa en el siguiente cuadro:

### CUADRO N° 14 DEMANDA PROYECTADA PEQUEÑA, MEDIANA Y GRANDE EMPRESA

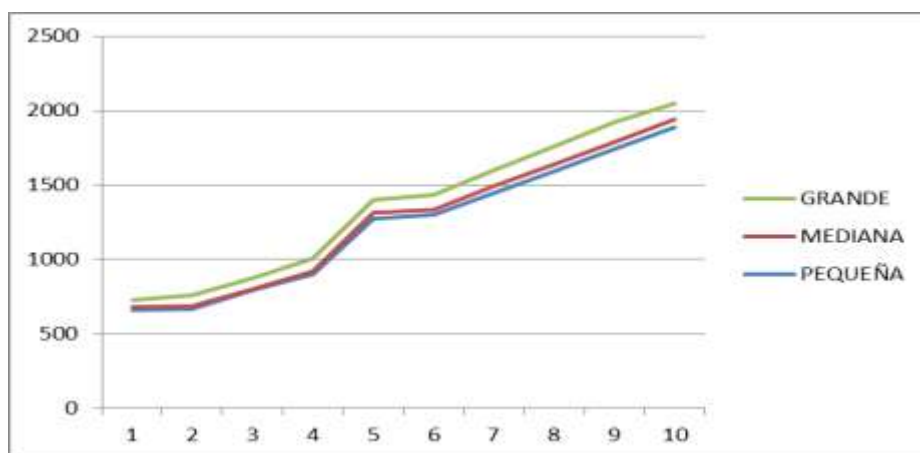
| AÑOS         | PEQUEÑA     | MEDIANA    | GRANDE     |
|--------------|-------------|------------|------------|
| 2012         | 1298        | 33         | 102        |
| 2013         | 1444        | 48         | 111        |
| 2014         | 1591        | 47         | 120        |
| 2015         | 1737        | 53         | 130        |
| 2016         | 1884        | 58         | 102        |
| <b>TOTAL</b> | <b>7954</b> | <b>239</b> | <b>565</b> |

FUENTE: Demanda actual

ELABORADO POR: El Autor



**GRÁFICO No 32 DEMANDA PROYECTADA EMPRESAS**



FUENTE: Demanda actual  
ELABORADO POR: El Autor

De igual manera en el siguiente cuadro se visualiza la proyección de la demanda por número de servicios, los datos fueron obtenidos al tabular la pregunta número 7 de la encuesta, considerando la frecuencia de capacitación 3 ya que las empresas consideran que cada cuatro meses capacitarán a sus trabajadores por motivos de costos, tiempos y atención a los cliente y se tomó como base 10 personas mínimas por empresa

**CUADRO N° 15 DEMANDA PROYECTADA POR NÚMERO DE PARTICIPANTES**

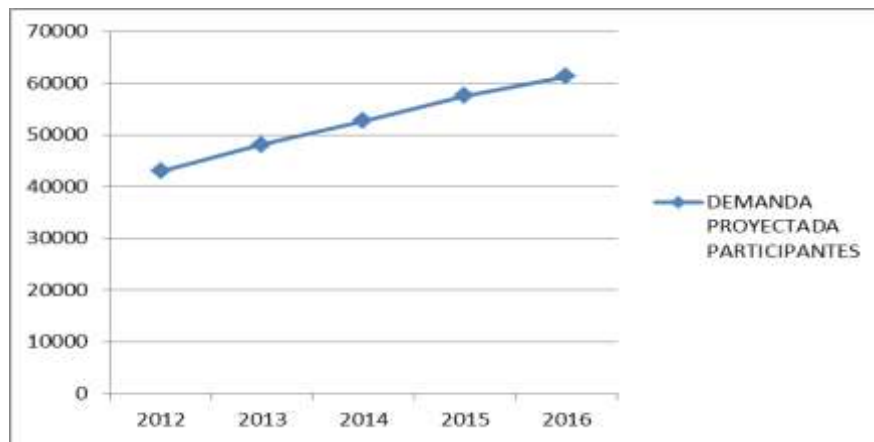
| AÑO          | DEMANDA PROYECTADA POR EMPRESAS | FRECUENCIA CAPACITACIÓN ANUAL | COLABORADORES MINIMOS CAPACITADOS | DEMANDA PROYECTADA PARTICIPANTES |
|--------------|---------------------------------|-------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|
| 2012         | 1433                            | 3                             | 10                                | 42990                            |
| 2013         | 1603                            | 3                             | 10                                | 48090                            |
| 2014         | 1.758                           | 3                             | 10                                | 52740                            |
| 2015         | 1.920                           | 3                             | 10                                | 57600                            |
| 2016         | 2.044                           | 3                             | 10                                | 61320                            |
| <b>TOTAL</b> | <b>8.758</b>                    |                               |                                   | <b>262740</b>                    |

FUENTE: Análisis Personal  
ELABORADO POR: El Autor

➤ **DEMANDA PROYECTADA = (1433 empresas)\*(3 frecuencia)\*(10 participant)**

**DEMANDA PROYECTADA PARTICIPANTES AÑO 2012 = 42990 participantes**

### GRÁFICO No 33 DEMANDA PROYECTADA POR NÚMERO DE PARTICIPANTES



FUENTE: Demanda actual  
ELABORADO POR: El Autor

La demanda proyectada por número de servicios al año 2016 es de 262.740 participantes de los diferentes cursos de capacitación, constituyéndose en un segmento atractivo y rentable para el presente proyecto.

### 2.5. Análisis de la oferta

La oferta estará compuesta por las empresas que brinden el servicio de capacitación a los colaboradores de las empresas pequeñas, medianas y grandes en la ciudad de Latacunga.

En la investigación de campo se pudo establecer que existen en la ciudad de Latacunga once centros de capacitación, que ofrecen diferentes servicios dirigidos al capital humano, constituidas legalmente bajo normas emanadas por los diferentes entes reguladores, como se indica a continuación:

**CUADRO N° 16 PRINCIPALES CENTROS DE CAPACITACIÓN  
ESTABLECIDOS EN LA CIUDAD DE LATACUNGA**

| <b>CENTRO DE CAPACITACIÓN</b>   | <b>ÁREA DE CAPACITACIÓN</b>   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• INFOSISTEM</li> </ul>                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Computación</li> <li>• Mantenimiento</li> </ul>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• TIC TAC TOP</li> </ul>                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inglés</li> </ul>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• CAPS COMPU</li> </ul>                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Computación</li> </ul>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• ISABELA</li> </ul>                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cosmetología</li> <li>• Belleza</li> <li>• Corte y confección</li> </ul>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• RED GLOBAL COMPUTACIÓN DEL ECUADOR</li> </ul>            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Computación</li> </ul>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• ESCUELA DE FORMACIÓN EMPRESARIAL CÁNDINO RADA</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Administración de empresas rurales.</li> <li>• Manejo de recursos naturales</li> <li>• Agroindustria</li> <li>• Artesanía</li> <li>• Construcción</li> </ul> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• ECUADORIAN AMERICAN CENTER</li> </ul>                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inglés</li> </ul>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• MITAD DEL MUNDO</li> </ul>                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestión empresarial</li> <li>• Ciencias Humanísticas</li> <li>• Informática</li> </ul>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• FUNDEL</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Computación</li> <li>• Diseño Gráfico</li> <li>• Marketing y Ventas</li> <li>• Relaciones Humanas</li> <li>• Contabilidad</li> <li>• Tributación</li> </ul>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• CENCAL</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Producción</li> <li>• Gestión Empresarial</li> <li>• Liderazgo</li> <li>• Relaciones Humanas</li> <li>• Normas ISSO</li> <li>• Computación</li> </ul>        |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• GRUPO ECUADOR</li> </ul>                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Informática</li> <li>• Comercio y Administración</li> <li>• Inglés</li> <li>• Liderazgo</li> <li>• Relaciones Humanas</li> <li>• Gastronomía</li> </ul>      |

FUENTE: Investigación de Campo  
ELABORADO POR: El Autor

***2.5.1. Oferta histórica del servicio***

Para determinar la oferta actual del servicio de capacitación se consideró la información proporcionada por los tres principales centros existentes en la ciudad

de Latacunga como son FUNDEL, CENCAL (Cámara de Comercio) y GRUPO ECUADOR, como se detalla en los siguientes cuadros:

**CUADRO No 17 OFERTA HISTÓRICA FUNDEL**

| CURSOS                 | AÑO        |            |            |            |            |
|------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
|                        | 2007       | 2008       | 2009       | 2010       | 2011       |
| COMPUTACIÓN BÁSICA     | 32         | 34         | 34         | 35         | 36         |
| COMPUTACION INTERMEDIA | 32         | 34         | 34         | 35         | 36         |
| COMPUTACIÓN AVANZADA   | 32         | 34         | 35         | 35         | 36         |
| AUXILIAR CONTABLE      | 34         | 34         | 34         | 35         | 36         |
| DISEÑO GRÁFICO         | 15         | 16         | 17         | 17         | 18         |
| SERVICIO AL CLIENTE    | 16         | 17         | 18         | 18         | 20         |
| TÉCNICAS DE VENTA      | 15         | 17         | 18         | 18         | 20         |
| GERENCIA DE PYMES      | 7          | 8          | 8          | 10         | 10         |
| LIDERAZGO              | 1          | 2          | 3          | 4          | 5          |
| RELACIONES HUMANAS     | 14         | 16         | 17         | 19         | 20         |
| REDES Y MANTENIMIENTO  | 16         | 16         | 17         | 18         | 18         |
| AUTO CAD               | 15         | 15         | 17         | 18         | 18         |
| SEGURIDAD INDUSTRIAL   | 15         | 16         | 17         | 19         | 20         |
| TRIBUTACIÓN            | 24         | 26         | 27         | 29         | 30         |
| LEGISLACIÓN LABORAL    | 24         | 26         | 27         | 29         | 30         |
| CONTABILIDAD           | 16         | 17         | 17         | 19         | 20         |
| COMPRAS PÚBLICAS       | 0          | 0          | 0          | 0          | 20         |
| <b>TOTAL</b>           | <b>308</b> | <b>328</b> | <b>340</b> | <b>358</b> | <b>393</b> |

FUENTE: FUNDEL ING.MARÍA MONTENEGRO DPTO MARKETING  
ELABORADO POR: El Autor

**CUADRO No 18 OFERTA HISTÓRICA CENCAL**

| CURSOS              | AÑO      |           |
|---------------------|----------|-----------|
|                     | 2010     | 2011      |
| CONTABILIDAD BÁSICA | 4        | 4         |
| NIFF                | 2        | 1         |
| MICRO EMPRESAS      | 3        | 5         |
| <b>TOTAL</b>        | <b>9</b> | <b>10</b> |

FUENTE: ING.WILLIAN DEFÁZ DIRECTOR EJECUTIVO  
ELABORADO POR: El Autor

**CUADRO No 19 OFERTA HISTÓRICA GRUPO ECUADOR.**

| CURSOS                 | AÑO        |            |            |            |            |
|------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
|                        | 2007       | 2008       | 2009       | 2010       | 2011       |
| COMPUTACIÓN BÁSICA     | 26         | 28         | 28         | 30         | 33         |
| COMPUTACION INTERMEDIA | 26         | 28         | 28         | 30         | 33         |
| COMPUTACIÓN AVANZADA   | 26         | 28         | 28         | 30         | 33         |
| DISEÑO GRÁFICO         | 6          | 6          | 8          | 8          | 10         |
| RELACIONES HUMANAS     | 8          | 8          | 10         | 12         | 14         |
| REDES Y MANTENIMIENTO  | 12         | 12         | 12         | 14         | 15         |
| AUTO CAD               | 4          | 4          | 6          | 6          | 8          |
| SEGURIDAD INDUSTRIAL   | 10         | 12         | 12         | 14         | 15         |
| CONTABILIDAD           | 6          | 6          | 8          | 8          | 10         |
| ELECTRICIDAD           | 22         | 24         | 25         | 28         | 30         |
| <b>TOTAL</b>           | <b>146</b> | <b>156</b> | <b>165</b> | <b>180</b> | <b>201</b> |

FUENTE: GRUPO ECUADOR – SECRETARÍA.

ELABORADO POR: El Autor

### *2.5.2. Proyección de la oferta*

Para la proyección de la oferta del servicio, se consideró la oferta histórica realizando los respectivos cálculos mediante la fórmula de mínimos cuadrados como se explica a continuación:

**CUADRO N° 20 OFERTA PROYECTADA**

|      |    | TOTAL EMPRESAS CAPACITADORAS |      |                |
|------|----|------------------------------|------|----------------|
| AÑOS | X  | Y                            | X.Y  | X <sup>2</sup> |
| 2007 | 1  | 454                          | 454  | 1              |
| 2008 | 2  | 484                          | 968  | 4              |
| 2009 | 3  | 505                          | 1515 | 9              |
| 2010 | 4  | 547                          | 2188 | 16             |
| 2011 | 5  | 604                          | 3020 | 25             |
| 2012 | 6  | 628                          | 3768 | 36             |
| 2013 | 7  | 665                          | 4655 | 49             |
| 2014 | 8  | 701                          | 5608 | 64             |
| 2015 | 9  | 737                          | 6633 | 81             |
| 2016 | 10 | 774                          | 7740 | 100            |

FUENTE: Análisis Personal

ELABORADO POR: El Autor

$$Y = a + bx$$

$$Y = b_{1x} + b_0$$

$$b_0 = \bar{Y} - b_1(\bar{X})$$

$$b_1 = \frac{\sum XY - \frac{\sum X * \sum Y}{n}}{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}$$

$$b_1 = \frac{8145 - \frac{15 * 2594}{5}}{55 - \frac{(15)^2}{5}}$$

$$b_1 = \frac{8145 - 7782}{10}$$

$$b_1 = \frac{363}{10}$$

$$b_1 = 36,30$$

$$b_0 = \bar{Y} - b_1(\bar{X})$$

$$\bar{X} = 3$$

$$\bar{Y} = 518,80$$

$$b_0 = 518,80 - 36,30(3)$$

$$b_0 = 518,80 - 108,90$$

$$b_0 = 409,90$$

$$Y = b_{1x} + b_0$$

$$Y = 36,30(6) + 409,90$$

$$Y = 217,80 + 409,90 \quad \mathbf{Y = 627,70 OFERTA ACTUAL 2012.}$$

GRÁFICO No 34 PROYECCIÓN DE LA OFERTA



FUENTE: Demanda actual  
ELABORADO POR: El Autor

Se puede observar que para el año 2012 los principales centros de capacitación de la ciudad de Latacunga propondrán 628 cursos demostrando que existe un importante incremento en la aceptación del servicio ya que para el 2016 se ofertarán 774 cursos.

De igual manera podemos visualizar la proyección de la oferta en base al número de servicios, es importante mencionar que FUNDEL, CENCAL y GRUPO ECUADOR, mantienen una política similar en relación al cupo de participantes en cada curso con un mínimo de 7 y un máximo de 12 personas, con estos datos se realizará la siguiente proyección:

**CUADRO N° 21 PROYECCIÓN DE LA OFERTA POR NÚMERO DE PARTICIPANTES**

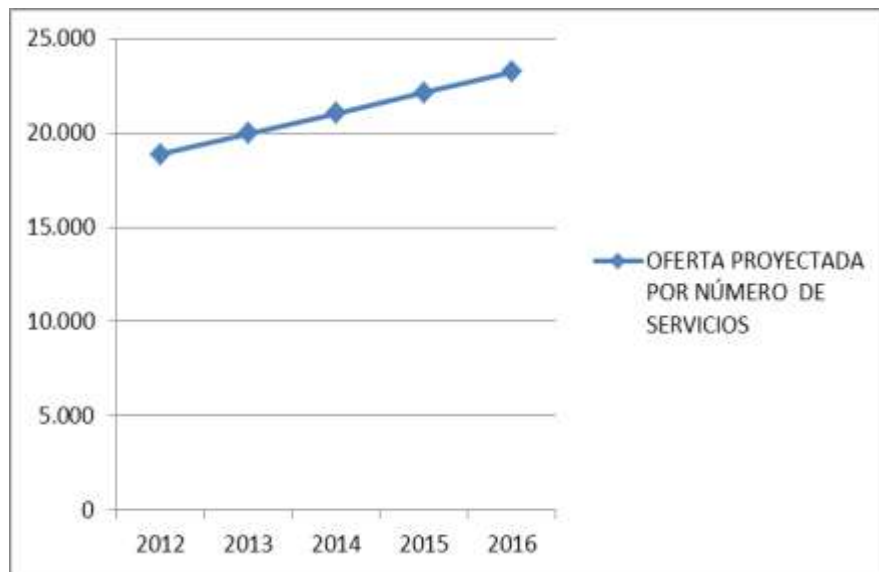
| AÑO          | OFERTA PROYECTADA POR EMPRESAS | FRECUENCIA CAPACITACIÓN ANUAL | COLABORADORES MINIMOS CAPACITADOS | OFERTA PROYECTADA POR NÚMERO DE SERVICIOS |
|--------------|--------------------------------|-------------------------------|-----------------------------------|---|
| 2012         | 628                            | 3                             | 10                                | 18.840                                    |
| 2013         | 665                            | 3                             | 10                                | 19.950                                    |
| 2014         | 701                            | 3                             | 10                                | 21.030                                    |
| 2015         | 737                            | 3                             | 10                                | 22.110                                    |
| 2016         | 774                            | 3                             | 10                                | 23.220                                    |
| <b>TOTAL</b> | <b>3505</b>                    |                               |                                   | <b>105.150</b>                            |

FUENTE: Análisis personal

ELABORADO POR: El Autor

**OFERTA PROYECTADA POR No DE PARTICIPANTES AÑO 2012 = 18840 participantes**

## GRÁFICO No 35 PROYECCION DE LA OFERTA POR NÚMERO DE PARTICIPANTES



FUENTE: Demanda actual  
ELABORADO POR: El Autor

En el gráfico anterior se observa que existirá una importante proyección para el 2012 que será de 18840 participantes, determinándose un mercado muy atrayente para las empresas capacitadoras en la actualidad.

### 2.6. Análisis oferta – demanda

#### 2.6.1. Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha consiste en la diferencia que existe entre la oferta y la demanda proyectadas, las mismas que se proyectaron para cinco años, obteniéndose los siguientes resultados:

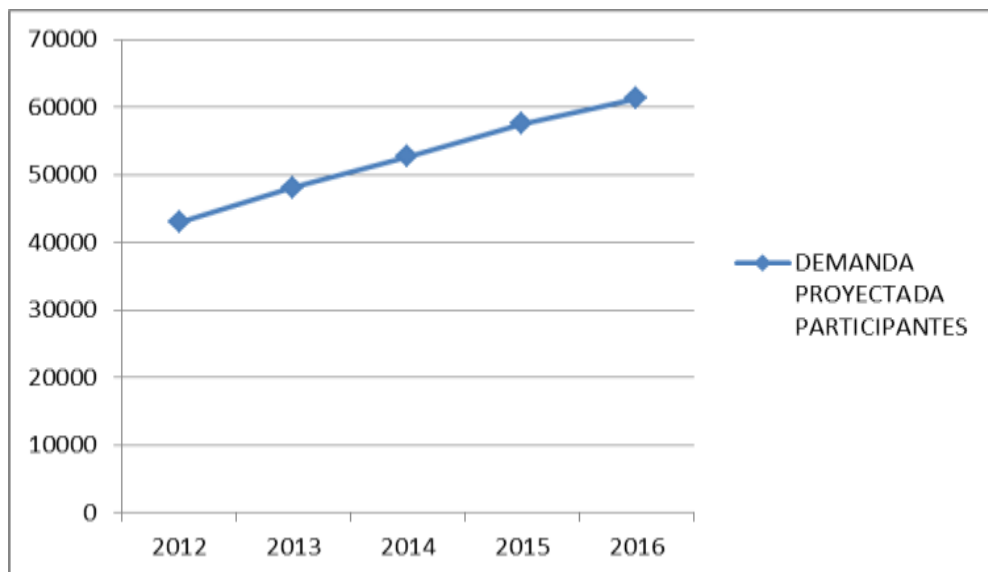


**CUADRO No 22 DEMANDA INSATISFECHA PROYECTADA POR NÚMERO DE PARTICIPANTES**

| <b>AÑO</b>   | <b>DEMANDA PROYECTADA POR NÚMERO DE SERVICIOS (PARTICIPANTES)</b> | <b>OFERTA PROYECTADA POR NÚMERO DE SERVICIOS (PARTICIPANTES)</b> | <b>DEMANDA INSATISFECHA (PARTICIPANTES)</b> |
|--------------|---|--|---|
| 2012         | 42990   | 18.840   | 24.150                                      |
| 2013         | 48090   | 19.950   | 28.140                                      |
| 2014         | 52740   | 21.030   | 31.710                                      |
| 2015         | 57600   | 22.110   | 35.490                                      |
| 2016         | 61320   | 23.220   | 38.100                                      |
| <b>TOTAL</b> | <b>262.740</b>  | <b>105.150</b>   | <b>157.590</b>                              |

FUENTE: Demanda y oferta proyectadas por participantes  
 ELABORADO POR: El Autor

**GRÁFICO No 36 DEMANDA INSATISFECHA PROYECTADA POR NÚMERO DE PARTICIPANTES**



FUENTE: Demanda y oferta proyectada  
 ELABORADO POR: El Autor

La demanda insatisfecha para el año 2012 es de 24150 participantes y para el año 2016 existen un total de 157.590 participantes, que requieren el servicio de capacitación, factor de mucha importancia para la creación del proyecto ya que existe un incremento muy importante año a año, el proyecto estará en la capacidad de cubrir el 20% de la demanda insatisfecha.

## 2.7. Precio del servicio

Para poder determinar el precio del servicio, el investigador realizó un estudio personalizado a cada uno de los centros de capacitación que constituyen la competencia directa en la ciudad de Latacunga.

### 2.7.1. Precios promedios actuales

Para poder fijar el precio del servicio, se realizó un análisis del precio de la competencia (precios del mercado), de esta manera se pudo estipular un precio competitivo, accesible y justo para las empresas a las cuales está dirigido el servicio de capacitación, como se lo representa en el siguiente cuadro:

**CUADRO N° 23 PRECIOS PROMEDIOS ACTUALES DE LA COMPETENCIA**

| CURSOS DE CAPACITACIÓN<br>DE 20 A 30 HORAS | CENTROS DE CAPACITACIÓN |         |               | PROMEDIOS |
|--|-------------------------|---------|---------------|-----------|
|  | FUNDEL                  | CENCAL  | GRUPO ECUADOR |           |
| Creación y fortalecimiento de Pymes        |                         | -       | --            | -         |
| Relaciones Humanas                         | \$45,00                 | \$40,00 | \$45,00       | \$43,33   |
| Liderazgo                                  | \$45,00                 | \$40,00 | \$45,00       | \$43,33   |
| Mercadotecnia y Ventas                     | \$45,00                 | \$45,00 | \$40,00       | \$43,33   |
| Finanzas-Contabilidad                      | \$45,00                 | \$45,00 | \$45,00       | \$45,00   |
| Proyectos                                  |                         |         |               |           |
| Seguridad e Higiene Industrial             | \$45,00                 | \$45,00 | \$45,00       | \$45,00   |
| Informática y Computación                  | \$45,00                 | \$45,00 | \$45,00       | \$45,00   |

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: El Autor

### 2.7.2. Márgenes de precios

Tomando en consideración los resultados de la pregunta N° 8 de la encuesta aplicada, el 35% de las empresas encuestadas manifiestan que los cursos sean hasta 20 horas, con un costo promedio de \$ 40 a \$ 50 resultados obtenidos de la pregunta N° 9.

Los precios definidos para el presente proyecto se basan en los servicios que se brindarán a los participantes así como también se consideró la reglamentación del Dirección Nacional de Educación Popular Permanente (DINNEP) que señala que el costo de la matrícula es de \$ 25 y la inscripción de \$20 a \$25 dependiendo del centro de capacitación.

El costo de cada curso de capacitación a los participantes incluye lo siguiente:

**TABLA No 21 DETALLE DEL MATERIAL A SER ENTREGADO A LOS PARTICIPANTES.**

| DETALLE   | CANTIDAD |
|---|----------|
| Esfero con logotipo del centro de capacitación  | 1        |
| CD con información del curso                    | 1        |
| Carpeta con logotipo del centro de capacitación | 1        |
| Hojas de papel bond A4                          | 3        |
| Certificado abalizado por la DINNEP             | 1        |

FUENTE: Análisis Personal  
ELABORADO POR: El Autor

Los colaboradores de las empresas que utilicen los servicios del Centro Integral de Capacitación Empresarial pagarán 40,00 por cualquier curso de 20 horas que se oferte o según la necesidad de la empresa.

## **2.8. Análisis de Comercialización**

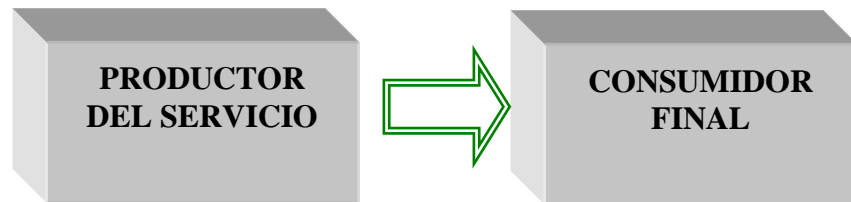
La Comercialización del servicio constituye uno de los aspectos importantes para lograr que el servicio llegue al consumidor con sus respectivos beneficios, mediante la utilización de la mezcla de la mercadotecnia, basada principalmente en la posición que debe ocupar el servicio en la mente del consumidor:

### ***2.8.1. Canal de comercialización o distribución.***

El canal de distribución que se ejecutará es de manera directa: Productor del Servicio – Consumidor Final, no existe ningún tipo de intermediarios porque el

servicio de capacitación estará ofertado e impartido por profesionales y atendido por personal exclusivo del Centro Integral de Capacitación procurando una atención personalizada y de calidad, el esquema del canal será de la siguiente manera:

**GRÁFICO No 37 CANAL DE DISTRIBUCIÓN**



FUENTE: Análisis Personal  
ELABORADO POR: El Autor

**GRÁFICO No 38 PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN DEL SERVICIO DE CAPACITACIÓN**



FUENTE: Análisis Personal  
ELABORADO POR: El Autor

### ***2.8.2. Promoción y Publicidad***

La actividad de la comunicación es una de las más importantes para la empresa, puesto que el público en general, posibles clientes y consumidores de nuestros servicios necesitan de información suficiente, se aplicará las siguientes estrategias:

- Comunicar a la colectividad sobre los servicios y beneficios que oferta el Centro de Capacitación Empresarial , en base al medio de comunicación preferido por nuestro segmento que es la radio, obtenido de la pregunta N° 11 de la encuesta aplicada y en caso de que las necesidades ameriten se publicitará además por medios televisivos.
- Repartir trípticos promocionales con toda la información del Centro Integral de Capacitación, en las diferentes Cámaras de comercio, industrias, puestos de venta de revistas, empresas pequeñas, medianas y grandes.
- Crear una página Web, con todos los servicios, a disposición de las empresas y del público en general.
- Contar con personal especializado que estará en contacto directo con las empresas promocionando directamente el Centro Integral de Capacitación.
- Enviar correos electrónicos todos los clientes con el objetivo de mantenerlos informados sobre las nuevas temáticas y tendencias que se tratarán.
- Realizar exposiciones en fechas importantes para las empresas, ciudad, colegios, gremios, asociaciones, etc.; con el fin de dar a conocer a toda la ciudadanía los servicios que oferta el Centro Integral de Capacitación Empresarial.
- Aprovechar las debilidades de nuestra competencia, por el hecho que no capacitan en las áreas de Proyectos y en la Creación- Fortalecimiento de Pymes, que son servicios solicitados por las empresas.

### ***2.8.3. Políticas de venta y precios.***

La razón de ser del Centro de Capacitación Integral, se ve reflejado en el otorgamiento de la capacitación a los diferentes tipos de empresas que poseen más

de 10 colaboradores, el factor precio constituye el valor acordado entre las dos partes que desean obtener un beneficio mutuo, mediante el intercambio del servicio, se plantean las siguientes estrategias:

- Efectuar un tele mercadeo agresivo con el fin de obtener la cita con el representante de la empresa para que el asesor externo sea el encargado de cerrar la venta.
- Realizar convenios y negociaciones directas con los representantes de las diferentes empresas, en base a planificaciones anuales de capacitación, donde se involucre a todo el personal de la organización.
- Aplicar descuentos a las empresas por volumen de compra del servicio.
- Los pagos deberán realizarse el 50% en el momento de la negociación y el restante se depositará concluida la capacitación.

## **CAPITULO III**

### **ESTUDIO TÉCNICO Y FINANCIERO**

Una vez que se ha determinado la necesidad de crear el servicio de capacitación orientado al segmento o nicho de mercado respectivo, se continúa con el análisis para elaborar la función de la utilización eficiente y efectiva de los recursos disponibles, en bien del proyecto.

La unidad básica e importante es la empresa, denominada Centro Integral de Capacitación Empresarial, en la cual se realizarán todos los esfuerzos necesarios y pertinentes para poder satisfacer la demanda cuantificada en relación al capítulo anterior, gracias a la combinación de recursos disponibles e indispensables, que serán adquiridos para la adecuación del mismo.

#### **3.1. Localización y tamaño de la planta.**

##### ***3.1.1. Macro localización del proyecto***

El proyecto de factibilidad será ubicado geográficamente en:

- **País:** Ecuador.
- **Provincia:** Cotopaxi.
- **Cantón:** Latacunga.
- **Sector:** Urbana y Rural

### GRÁFICO No 39 MAPA POLÍTICO DEL ECUADOR



FUENTE: [http://www.galapagos-reise.com/Mapa\\_Ecu02.html](http://www.galapagos-reise.com/Mapa_Ecu02.html)  
ELABORADO POR: El Autor

### GRÁFICO No 40 MAPA DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI



FUENTE: <http://www.google.com.ec/imgres?imgurl>  
ELABORADO POR: El Autor



### ***3.1.1.1. Aspectos geográficos***

La ciudad de Latacunga se encuentra ubicada en la Sierra centro del país, en las estribaciones de la cordillera de los Andes en Ecuador, cerca del volcán Cotopaxi en la hoya de Patate, se halla a 2850 metros sobre el nivel del mar, tiene una extensión de 5.287 km<sup>2</sup>, teniendo como límites:

- **Al Norte:** La provincia de Pichincha
- **Al Sur:** El cantón Salcedo
- **Al Este:** La Provincia de Napo
- **Al Oeste:** Los cantones Sigchos, Pujilí y Saquisilí.

Otros datos de interés:

- **Latitud:** S1°1'20"
- **Longitud:** W78° 37'5"
- **Clima:** 12° C a 20° C
- **Población:** 160.000 (estimación 2008)
- **Fundación:** 23 de Abril de 1571
- **Alcalde:** Rodrigo Espín
- **Moneda:** Dólar Americano
- **Idioma predominante:** Español

La cabecera cantonal cuenta con las siguientes parroquias urbanas: Eloy Alfaro, Ignacio Flores, Juan Montalvo, La Matriz, San Buenaventura.

El cantón se divide en las siguientes parroquias rurales: Toacaso, San Juan de Pastocalle, Mulaló, Tanicuchí, Guaytacama, Aláquez, Poaló, 11 de Noviembre, Belisario Quevedo, Joseguango Bajo.

**GRÁFICO No 41 MAPA DE LA CIUDAD DE LATACUNGA SECTOR URBANO Y RURAL**



FUENTE: Historias de Cotopaxi  
ELABORADO POR: El Autor

**3.1.1.2. Infraestructura**

El Centro Integral de Capacitación Empresarial funcionará en la ciudad de Latacunga debido a que constituye el polo comercial de la zona de Cotopaxi, la misma que ha experimentado un importante adelanto en los últimos años, es por tal motivo que cuenta con servicios básicos necesarios como son:

**CUADRO No 24 SERVICIO BÁSICOS EN LA CIUDAD DE LATACUNGA**

| <b>SERVICIOS BÁSICOS</b>            | <b>PORCENTAJE</b>     |
|-------------------------------------|-----------------------|
| Alcantarillado                      | 69% de las viviendas. |
| Agua entubada dentro de la vivienda | 63% de las viviendas. |
| Energía eléctrica                   | 94% de las viviendas. |
| Servicio telefónico                 | 42% de las viviendas. |
| Servicio de recolección de basuras  | 57% de las viviendas  |

FUENTE: [es.wikipedia.org/wiki/Latacunga](https://es.wikipedia.org/wiki/Latacunga)  
ELABORADO POR: El Autor

Además cuenta con otros servicios como son: transporte, vías de acceso, parqueaderos, instituciones financieras, instituciones de regulación, aeropuerto,

importantes centros comerciales, entre otros; por todo lo expuesto determinamos que no existe ningún inconveniente en este sentido para implantar el proyecto en la ciudad de Latacunga.

### 3.1.2. Micro localización del proyecto

Para la ubicación factible del Centro Integral de Capacitación se considerará diferentes factores que influyen en la micro localización del proyecto, en donde tenemos dos opciones viables, a través del método seleccionado determinaremos la más adecuada, estas opciones son:

1. Sector El Carmen, ubicado en el sector norte de la ciudad de Latacunga – Parroquia La Matriz.
2. Sector Locoá, situado en el perímetro sur este de la ciudad de Latacunga – Parroquia Ignacio Flores.

**CUADRO No 25 MATRÍZ PARA LA LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DE LA PLANTA MÉTODO DE PONDERACIÓN DE FACTORES**

| FACTORES RELEVANTES |                                     | SECTOR    |              |          |               | MEJOR OPCIÓN |             |
|---------------------|-------------------------------------|-----------|--------------|----------|---------------|--------------|-------------|
|                     |                                     | EL CARMEN |              | LOCOA    |               | TOTAL        |             |
|                     |                                     | OPCIÓN 1  |              | OPCIÓN 2 |               |              |             |
|                     |                                     | PESOS     | CALIFI. 1—10 | PESOS    | CALIFI. 1--10 | OPCIÓN 1     | OPCIÓN 2    |
| Servicios básicos   | Agua potable, alcantarillado        | 0,04      | 8            | 0,04     | 8             | 0,32         | 0,32        |
|                     | Energía eléctrica                   | 0,04      | 10           | 0,04     | 10            | 0,4          | 0,4         |
|                     | Teléfono                            | 0,04      | 10           | 0,04     | 10            | 0,4          | 0,4         |
|                     | Acceso Internet                     | 0,1       | 10           | 0,1      | 10            | 1            | 1           |
|                     | Garaje                              | 0,2       | 10           | 0,2      | 6             | 2            | 1,2         |
| Cercanía            | Para llegar                         | 0,04      | 8            | 0,04     | 6             | 0,32         | 0,24        |
|                     | Competencia                         | 0,04      | 6            | 0,04     | 6             | 0,24         | 0,24        |
| Acceso              | Vía principal                       | 0,04      | 8            | 0,04     | 8             | 0,32         | 0,32        |
|                     | Vía secundario                      | 0,03      | 8            | 0,03     | 8             | 0,24         | 0,24        |
| Terreno             | Superficie / expansión del proyecto | 0,15      | 10           | 0,15     | 6             | 1,5          | 0,9         |
| Mano de obra        | Calificada                          | 0,22      | 10           | 0,22     | 10            | 2,2          | 2,2         |
| Seguridad           | Policía                             | 0,02      | 8            | 0,02     | 8             | 0,16         | 0,16        |
|                     | Bomberos                            | 0,02      | 8            | 0,02     | 8             | 0,16         | 0,16        |
| Operacionales       | Estructura legal                    | 0,02      | 9            | 0,02     | 9             | 0,18         | 0,18        |
| <b>TOTAL</b>        |                                     | <b>1</b>  |              | <b>1</b> |               | <b>9,44</b>  | <b>7,96</b> |

FUENTE: Análisis personal  
ELABORADO POR: El Autor

### 3.1.3. Definición del tamaño de la planta.

La mejor opción para el Centro Integral de Capacitación, es la opción N° 1, correspondiente a la ubicación en el sector del Carmen, justificado por los diferentes factores ponderados y calificados, como se lo indica en cuadro respectivo.

El terreno que se proyecta adquirir es de  $20\text{m}^2 \times 9^2 \text{ m} = 180\text{m}^2$ , valorado en \$7.200 a la fecha, ubicado en la ciudadela del Carmen - Parroquia La Matriz, avenida Benjamín Terán y Antonia Vela esquina diagonal a la Cooperativa de Ahorro y Crédito “ANDINA”.

#### 3.1.3.1. Tamaño Propuesto

##### 3.1.3.1.1 Capacidad diseñada

Considerando que el equipo de cómputo (computadoras de escritorio, portátiles, retro- proyector) que se va a utilizar para el desarrollo productivo del servicio de capacitación es nueva, la misma, tiene una capacidad del 100%.

**CUADRO No 26 CAPACIDAD DISEÑADA  
COMPUTADORAS – RETROPROYECTOR**

| DIAS LABORABLES | NÚMERO DE HORAS |                      |                   |
|-----------------|-----------------|----------------------|-------------------|
|                 | DIARIAS         | MENSUAL<br>4 semanas | ANUAL<br>12 meses |
| LUNES A VIERNES | 8               | 160                  | 1.920             |
| <b>TOTAL</b>    |                 |                      | <b>8.640</b>      |

FUENTE: Investigación de Campo  
ELABORADO POR: El Autor

La capacidad diseñada para el año 2.011 es de **8.640horas.**

### 3.1.3.2.2 Capacidad utilizada

El horario de atención al público en el que trabajará el Centro Integral de Capacitación Empresarial será el siguiente:

- Lunes a Viernes                      9h00 A 13h00                      14H30 A 18H30

De acuerdo a estos horarios se determina el siguiente cuadro:

**CUADRO No 27 CAPACIDAD UTILIZADA**

| DÍAS            | NÚMERO DE HORAS |                   |                      |                   |
|-----------------|-----------------|-------------------|----------------------|-------------------|
|                 | DIARIAS         | SEMANAL<br>5 días | MENSUAL<br>4 semanas | ANUAL<br>12 meses |
| LUNES A VIERNES | 8               | 40                | 160                  | 1.920             |
| <b>TOTAL</b>    |                 |                   |                      | <b>1.920</b>      |

FUENTE: Investigación de Campo  
ELABORADO POR: El Autor

### 3.1.3.2.3 Capacidad Instalada

$$= (1.920 \text{ horas de atención}) / 8.640 \text{ capacidad diseñada}) * 100$$

**CAPACIDAD INSTALADA = 22% para el año 2012.**

El proyecto estará en la capacidad de captar el 22% total de su capacidad y como se señaló en el estudio de mercado, se estima captar el 20% de ésta demanda considerando el número de cursos semanales que serán 4 con 10 participantes como mínimo.

La capacidad del proyecto propuesto, se ve encaminado a cubrir el 20% de la demanda insatisfecha, como se indica a continuación:

## CUADRO No 29 CAPACIDAD DEL PROYECTO PROPUESTO

| AÑO          | DEMANDA<br>INSATISFECHA<br>(PARTICIPANTES) | CAPACIDAD<br>DEL PROYECTO<br>20% |
|--------------|--|----------------------------------|
| 2012         | 24.150                                     | 4.830                            |
| 2013         | 28.140                                     | 5.628                            |
| 2014         | 31.710                                     | 6.342                            |
| 2015         | 35.490                                     | 7.098                            |
| 2016         | 38.100                                     | 7.620                            |
| <b>TOTAL</b> | <b>157.590</b>                             | <b>31.518</b>                    |

FUENTE: Análisis Personal  
ELABORADO POR: El Autor

La capacidad del proyecto será de 4.830 **participantes para el año 2012**

Se utilizarán estos datos para proyectar el estudio técnico y financiero que nos permitirá conocer la factibilidad del presente proyecto.

Cabe indicar que cada curso de capacitación estará conformado por 10 participantes como mínimo y 20 como máximo, los mismos que serán capacitados de acuerdo a la necesidad detectada, prioridad e importancia de cada curso a impartirse.

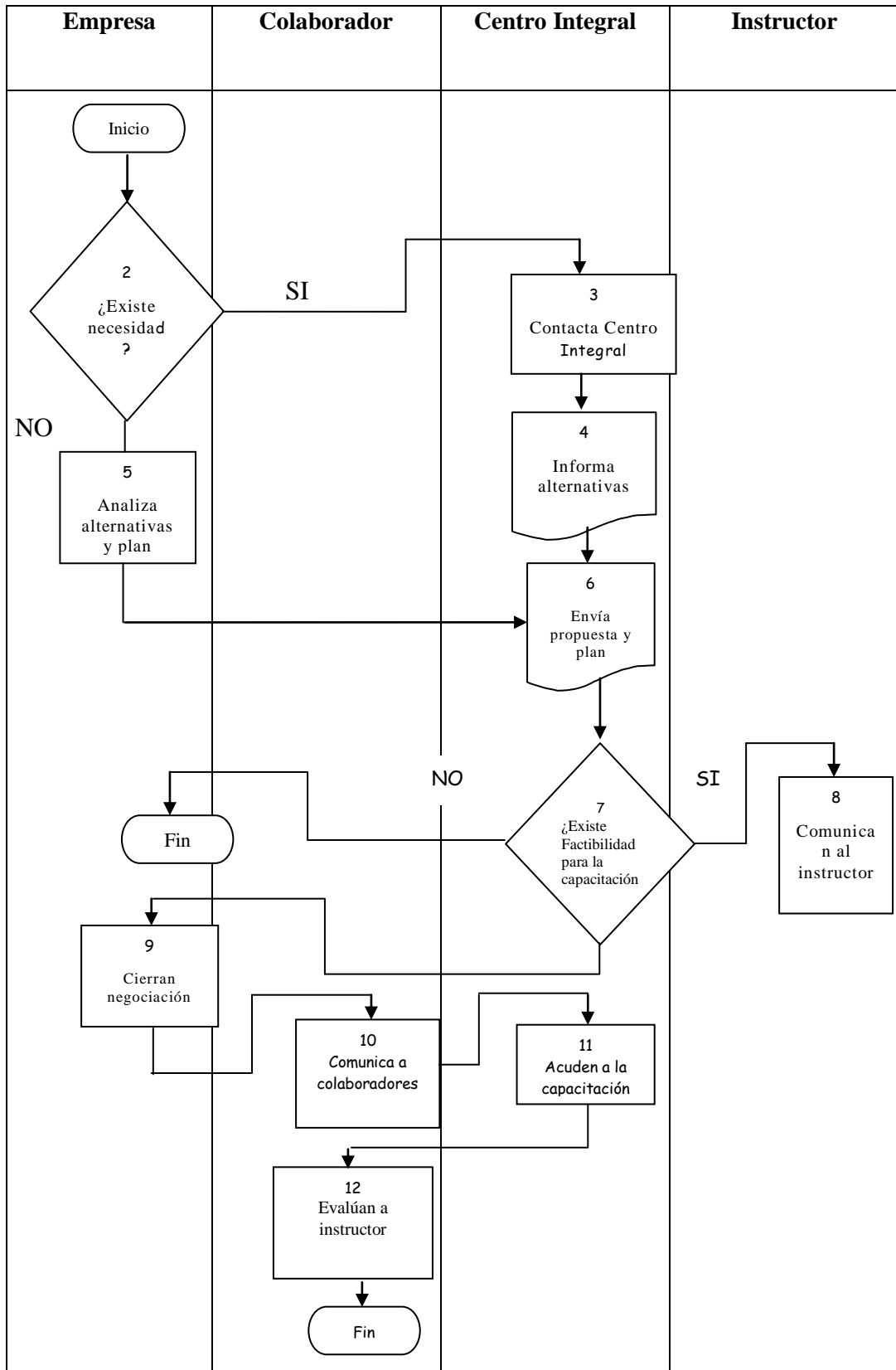
### **3.2. Ingeniería del proyecto**

En la ingeniería del proyecto para el Centro Integral de Capacitación, se indicará sus principales procesos tanto operativos como los de comercialización.

#### ***3.2.1. Procesos operativos***

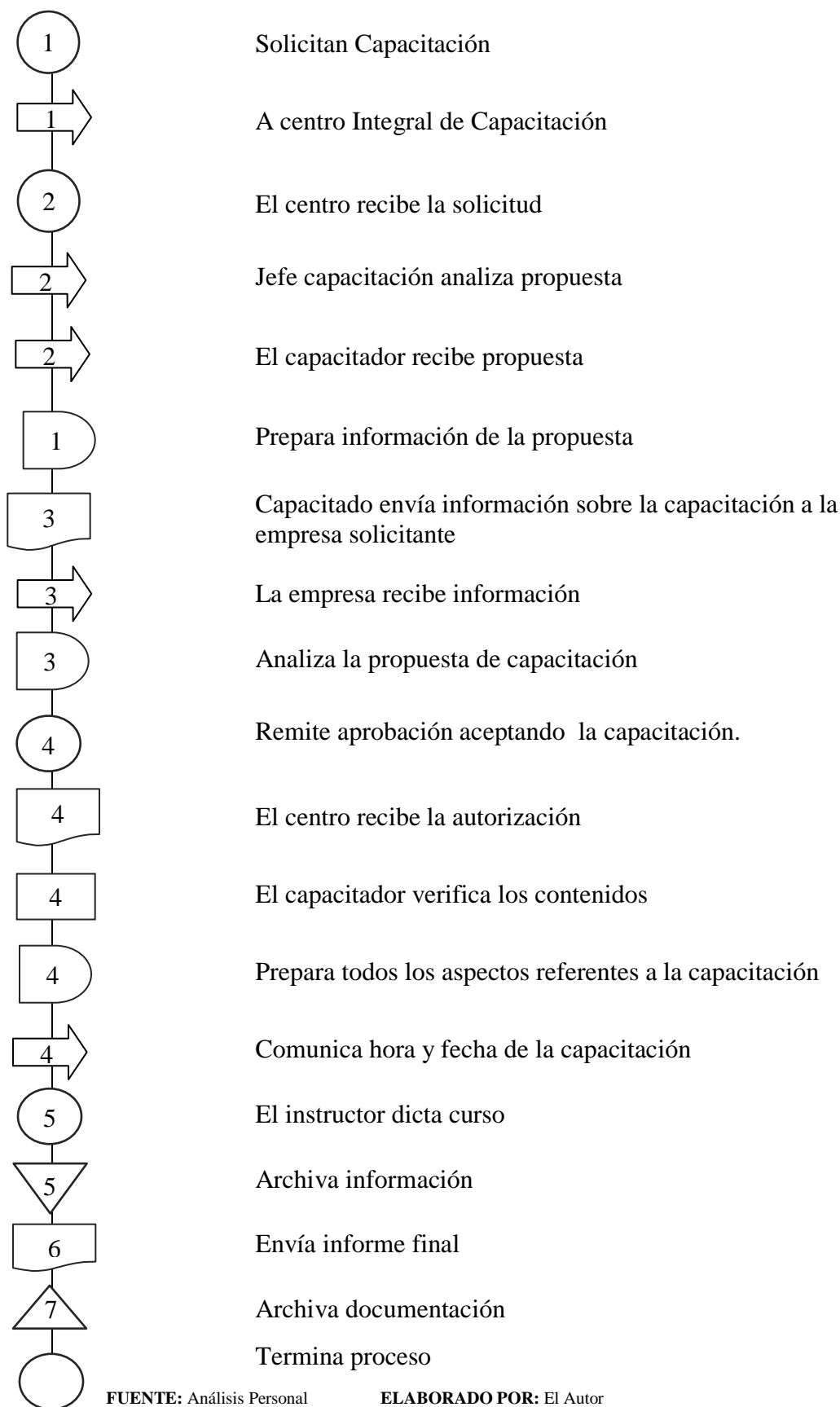
A continuación se describen todos los procesos que se requieren para el desarrollo de las actividades del Centro Integral de Capacitación Empresarial:

**GRÁFICO No 42 DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESO DE CAPACITACIÓN**



FUENTE: Análisis Personal  
ELABORADO POR: El Autor

### GRÁFICO N° 43 CURSOGRAMA DE PROCESO CAPACITACIÓN

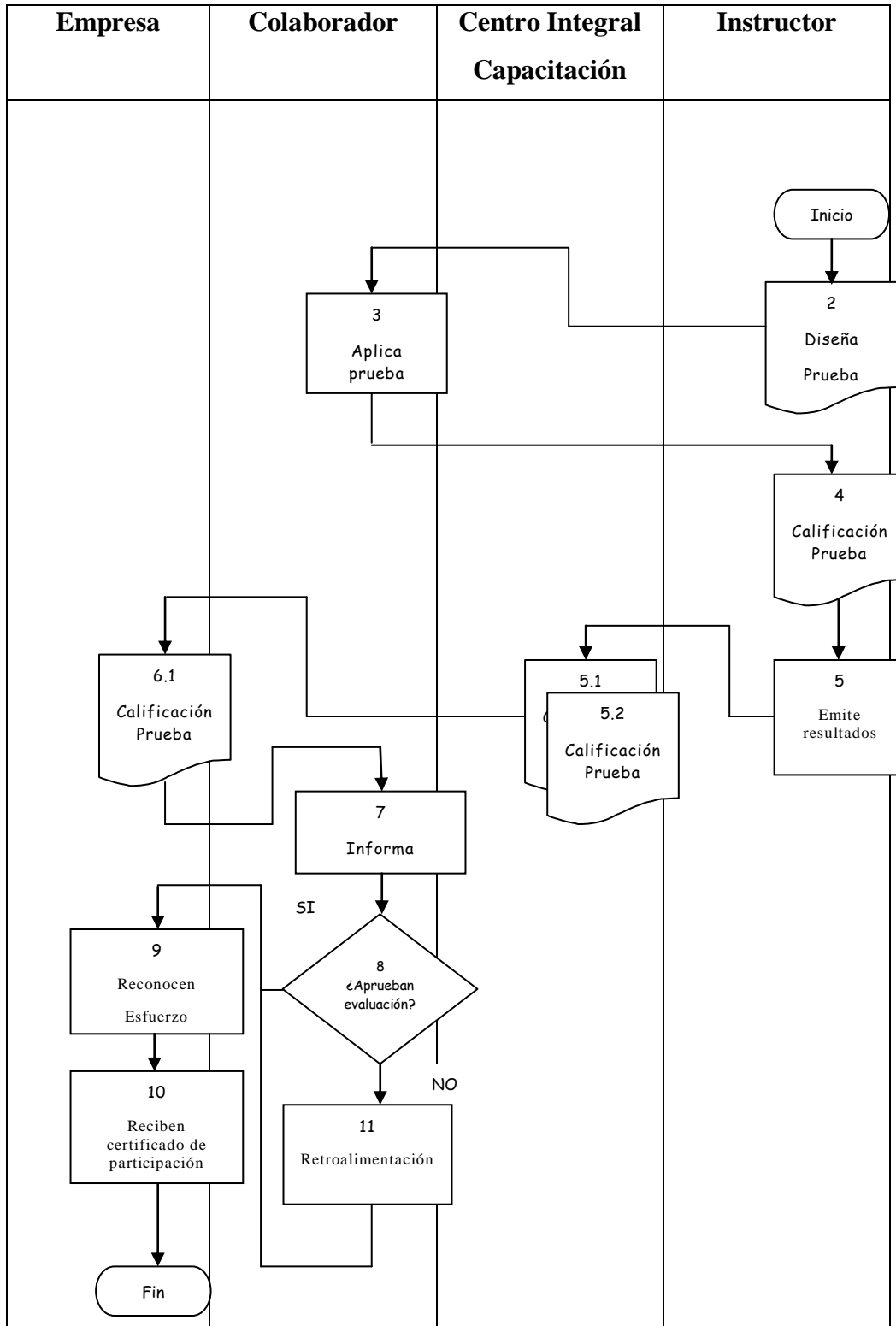


FUENTE: Análisis Personal

ELABORADO POR: El Autor

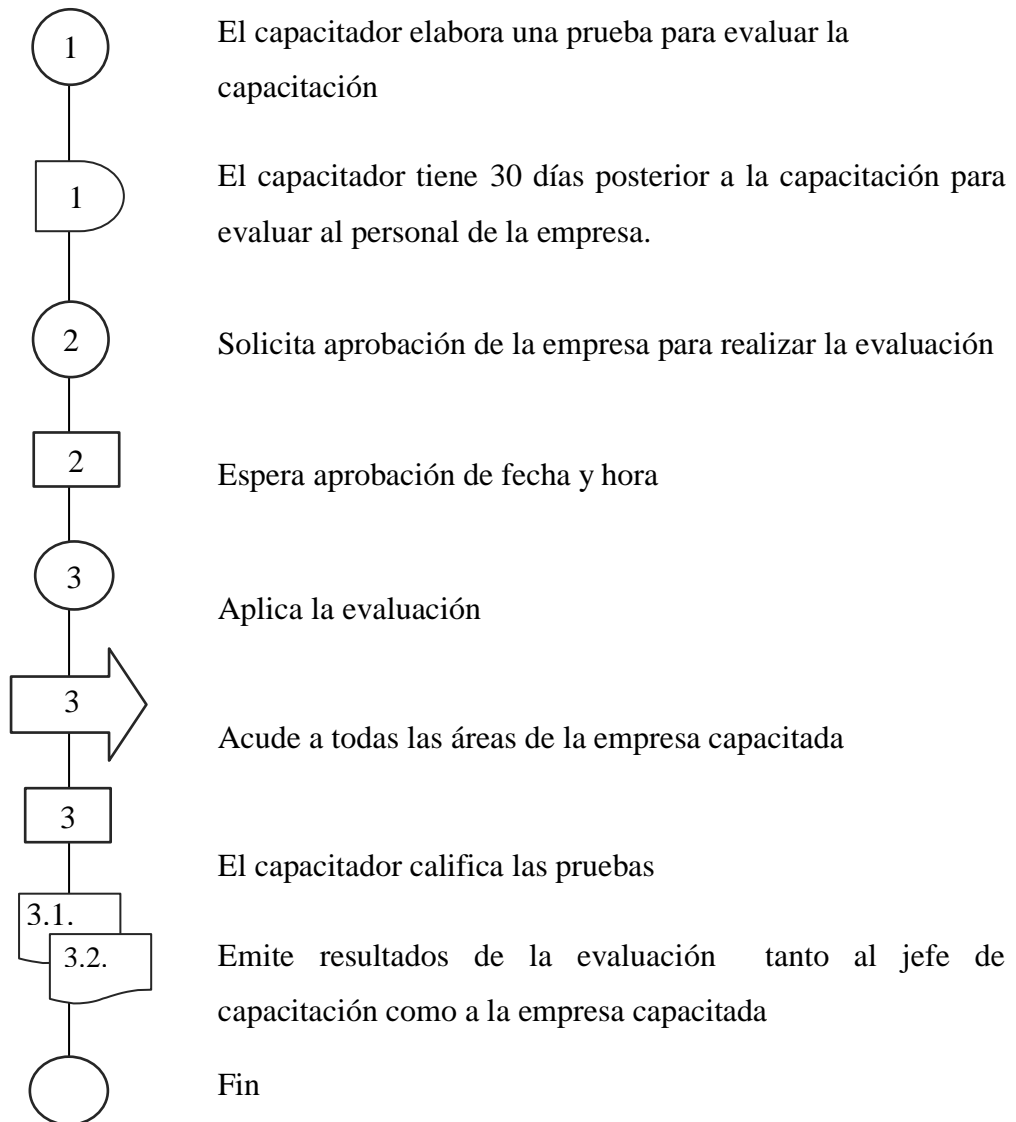


**GRÁFICO No 44 PROCESO DE EVALUACIÓN**



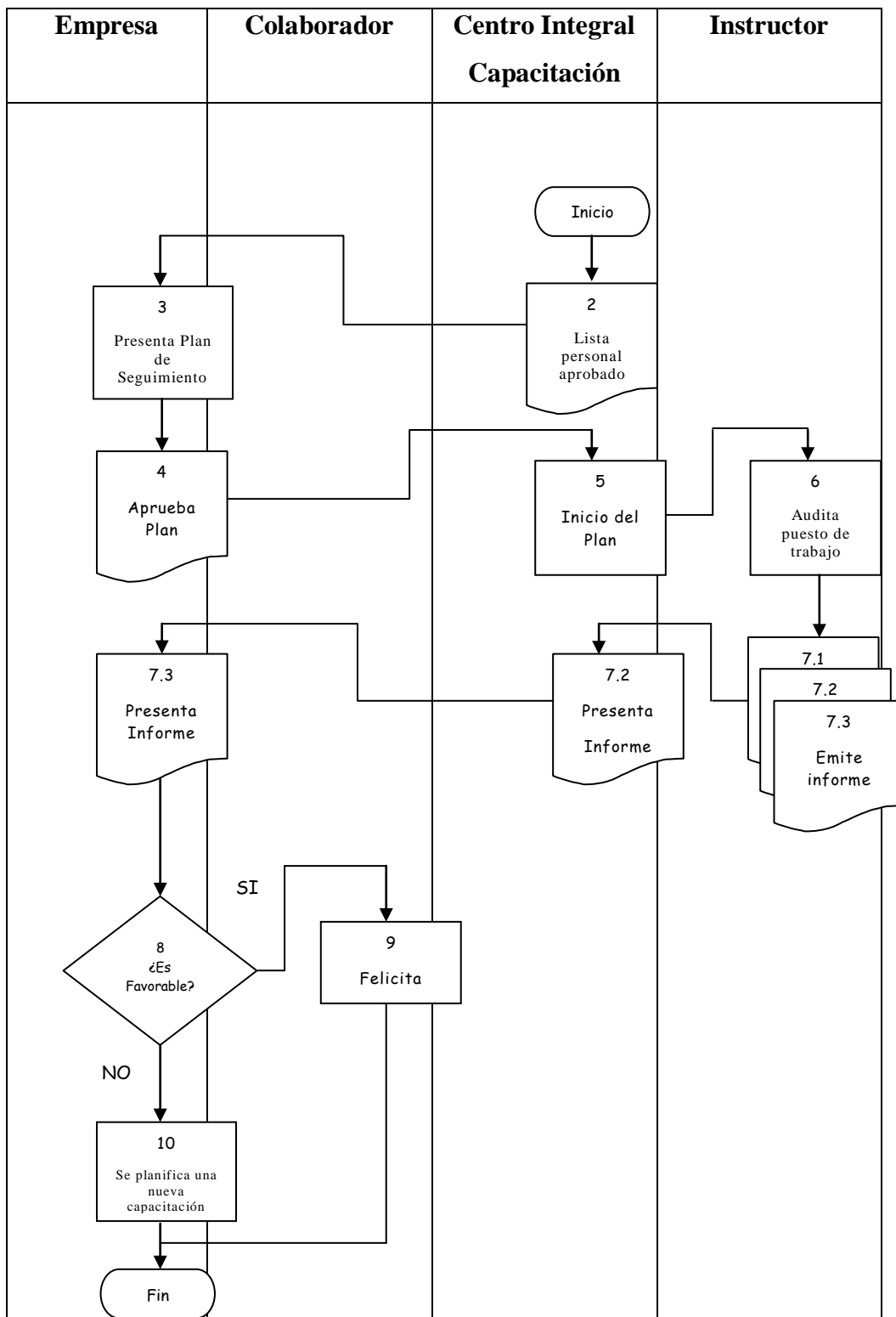
FUENTE: Análisis Personal  
 ELABORADO POR: El Autor

## GRÁFICO N° 45 CURSOGRAMA DE PROCESO EVALUACIÓN



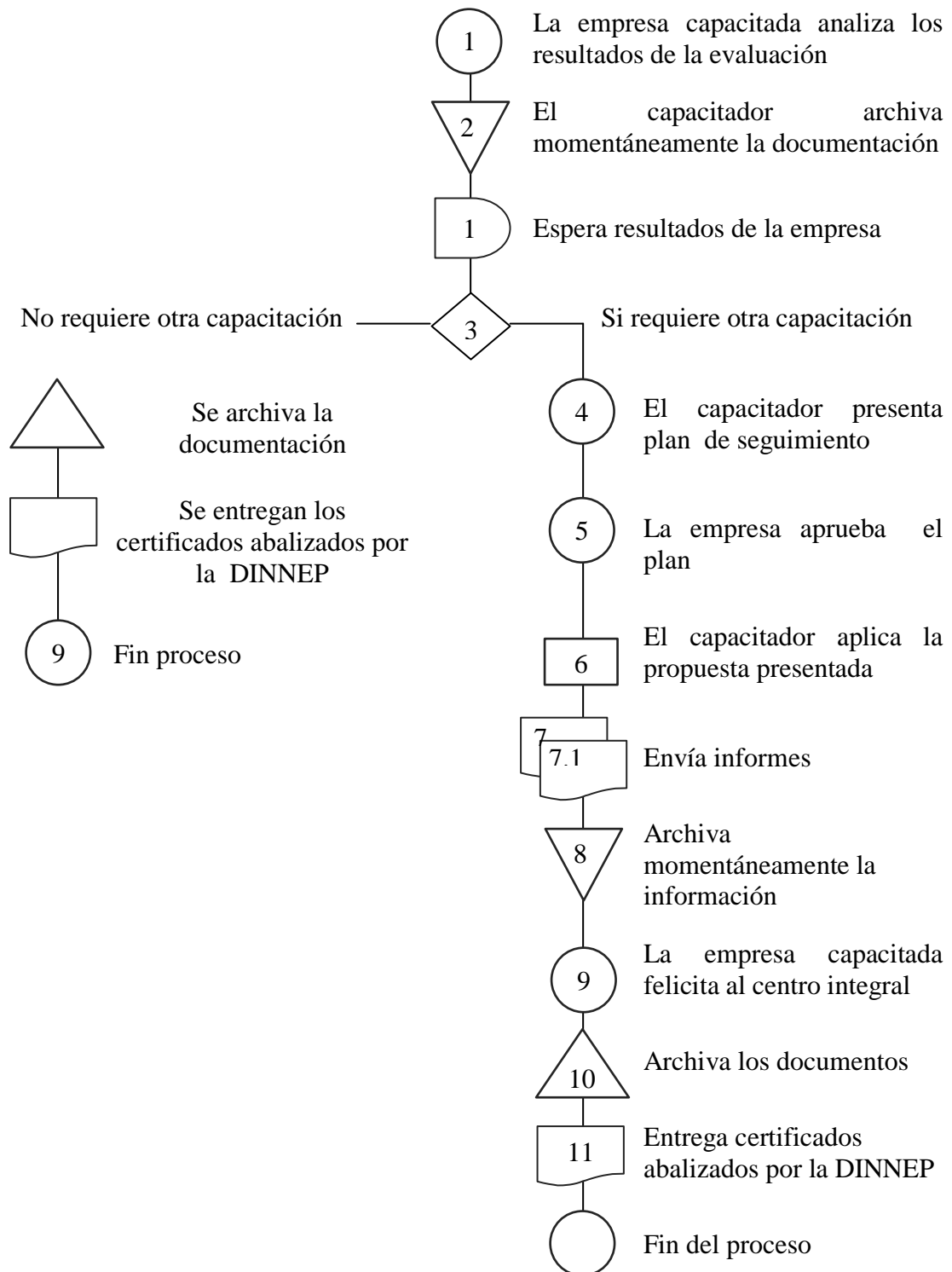
FUENTE: Análisis Personal  
ELABORADO POR: El Autor

**GRÁFICO No 46 PROCESO DE SEGUIMIENTO**



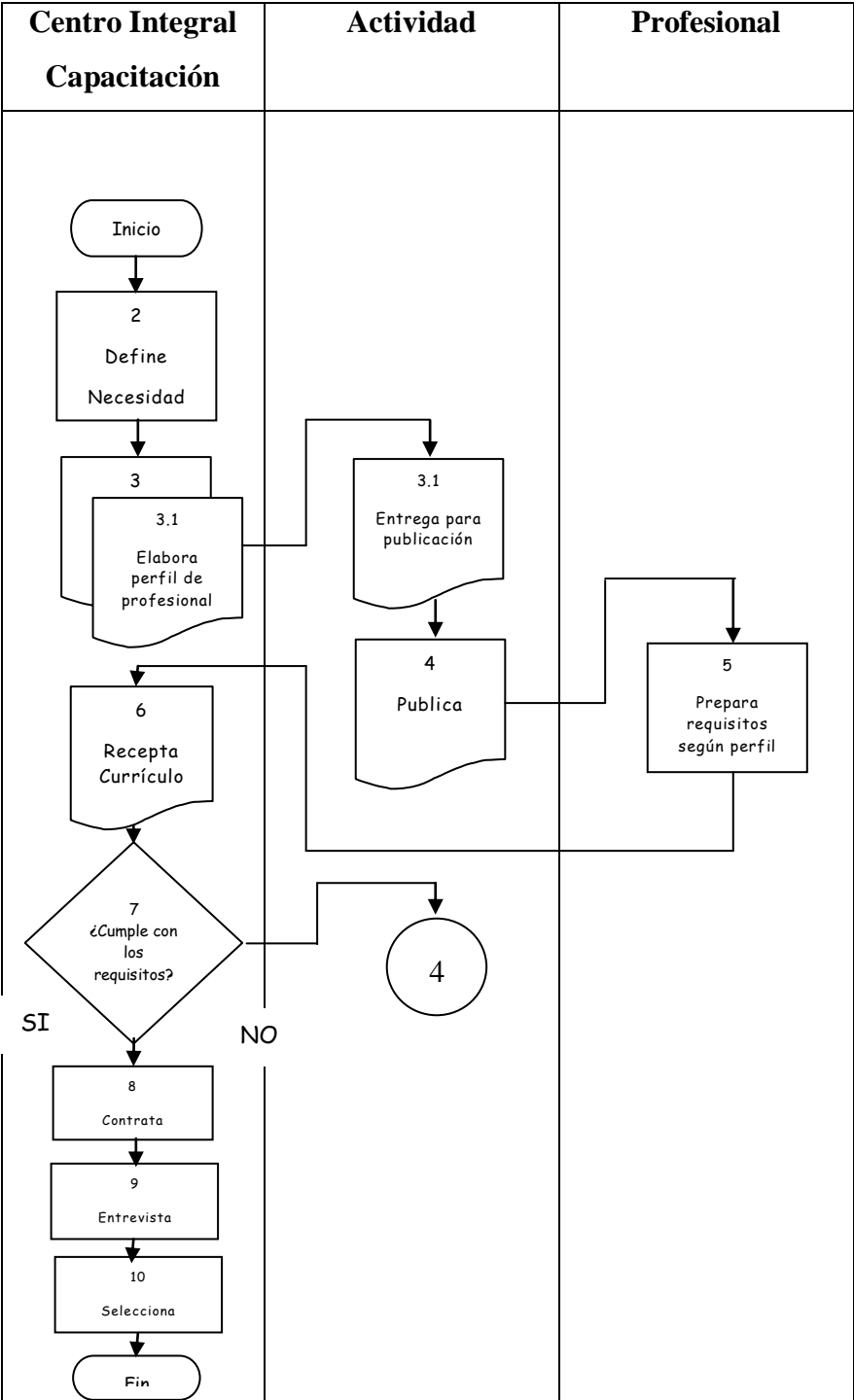
FUENTE: Análisis Personal  
ELABORADO POR: El Autor

## GRÁFICO N° 47 CURSOGRAMA DE PROCESO SEGUIMIENTO



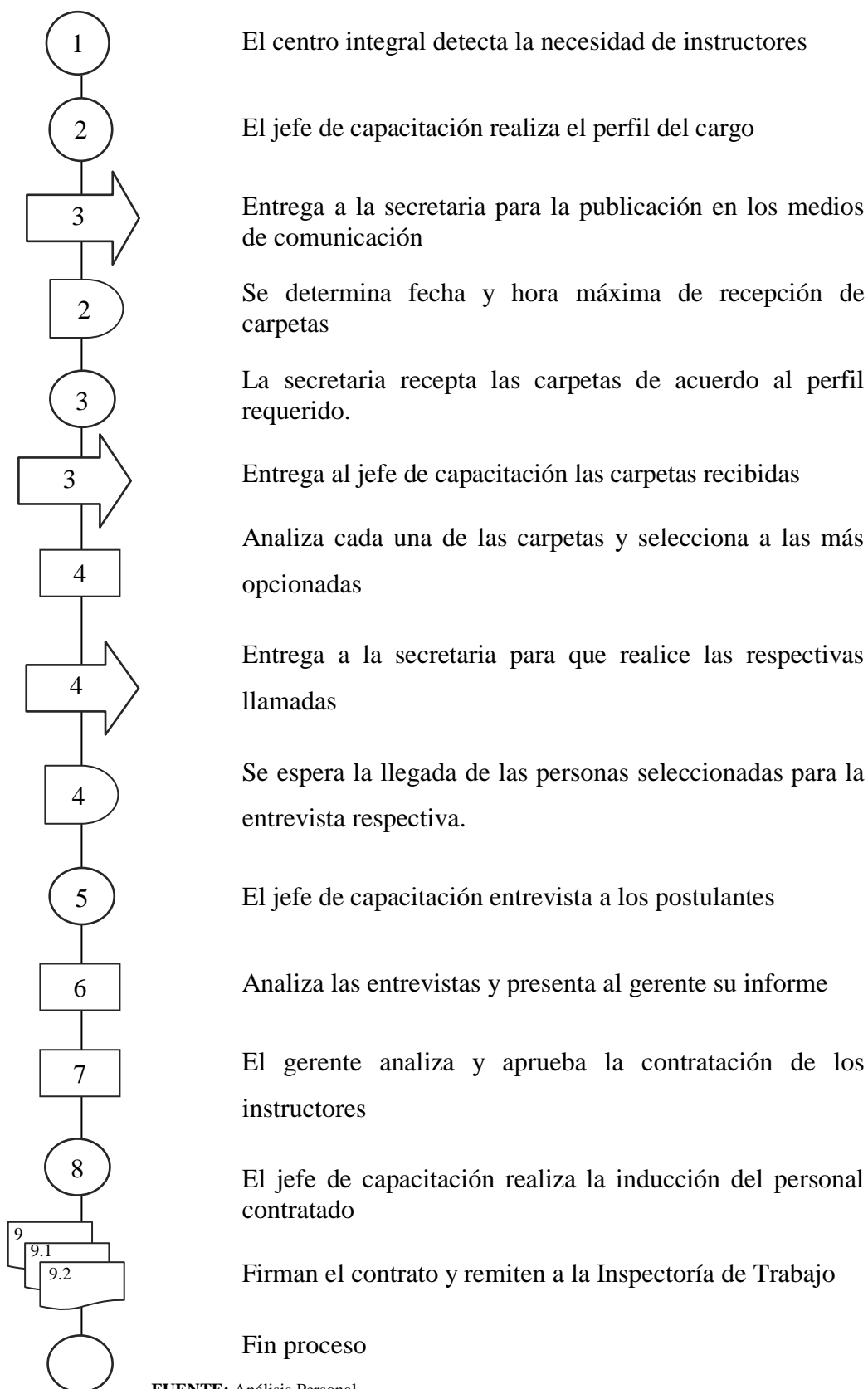
FUENTE: Análisis Personal  
 ELABORADO POR: El Autor

**GRÁFICO No 48 PROCESO DE CONTRATACIÓN DE INSTRUCTORES**



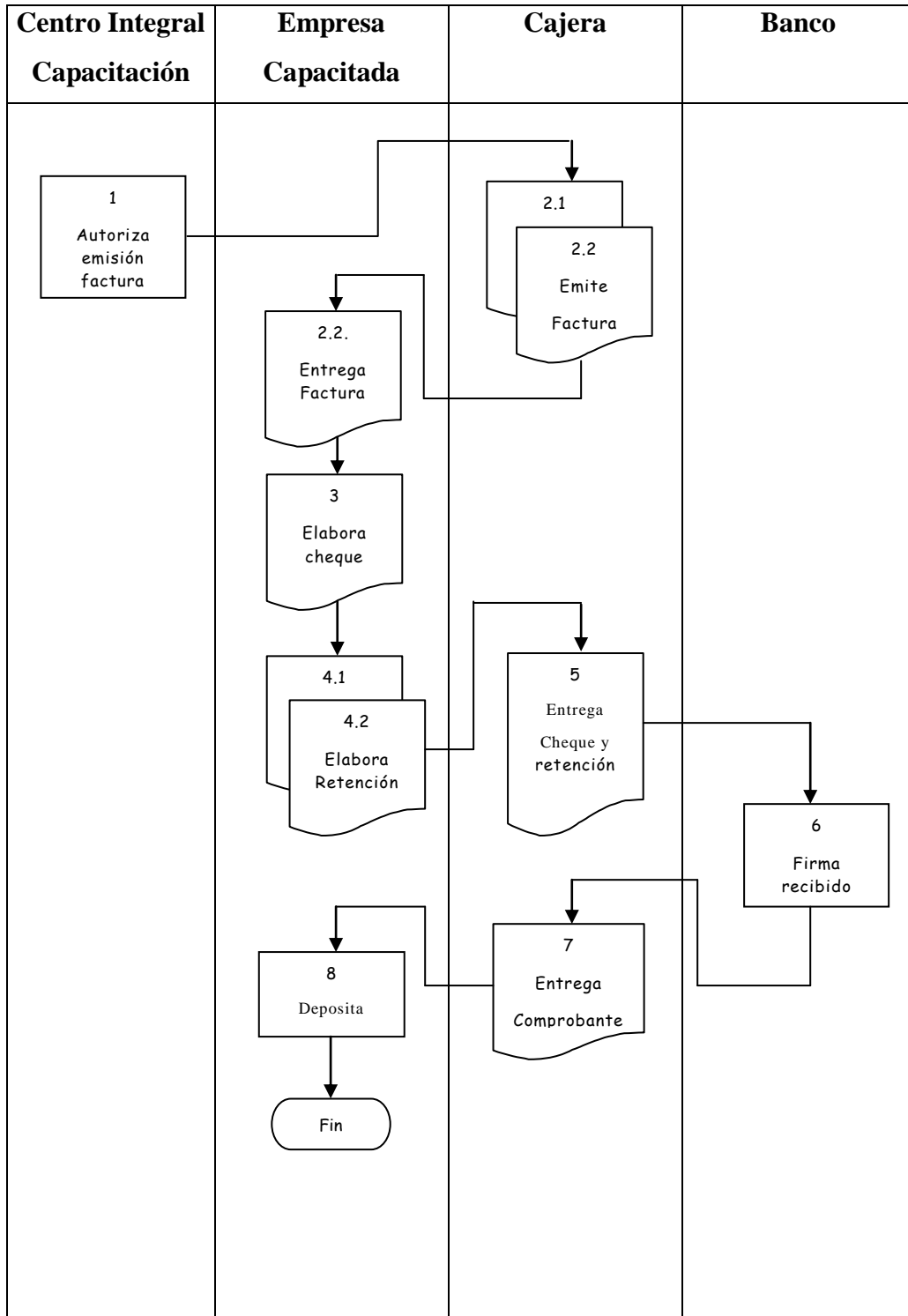
FUENTE: Análisis Personal  
ELABORADO POR: El Autor

**GRÁFICO N° 49 CURSOGRAMA DE PROCESO CONTRATACIÓN DE INSTRUCTORES**



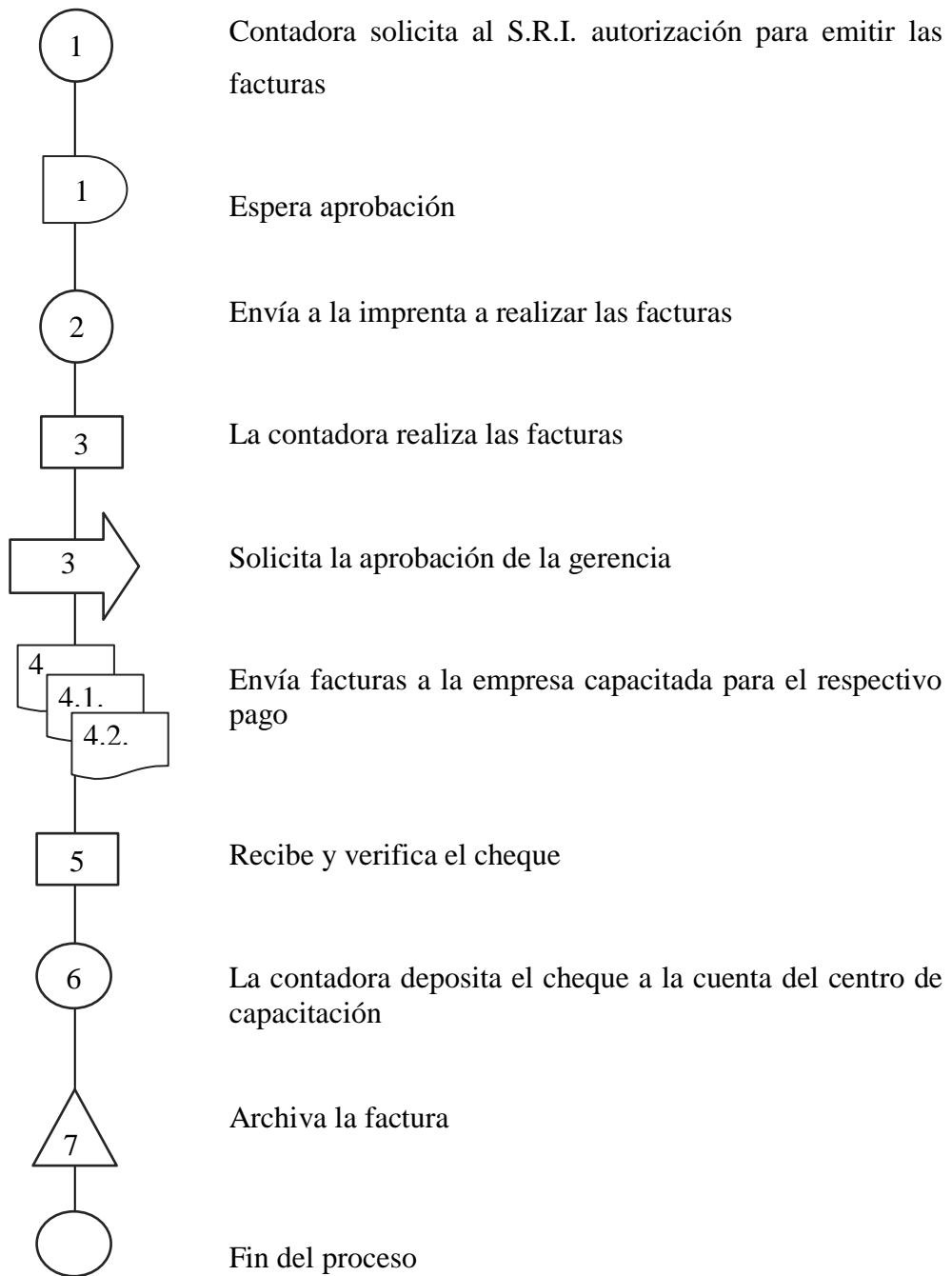
FUENTE: Análisis Personal  
 ELABORADO POR: El Autor

**GRÁFICO No 50 PROCESO DE FACTURACIÓN**



FUENTE: Análisis Personal  
ELABORADO POR: El Autor

## GRÁFICO No 51 CURSOGRAMA DE PROCESO FACTURACIÓN

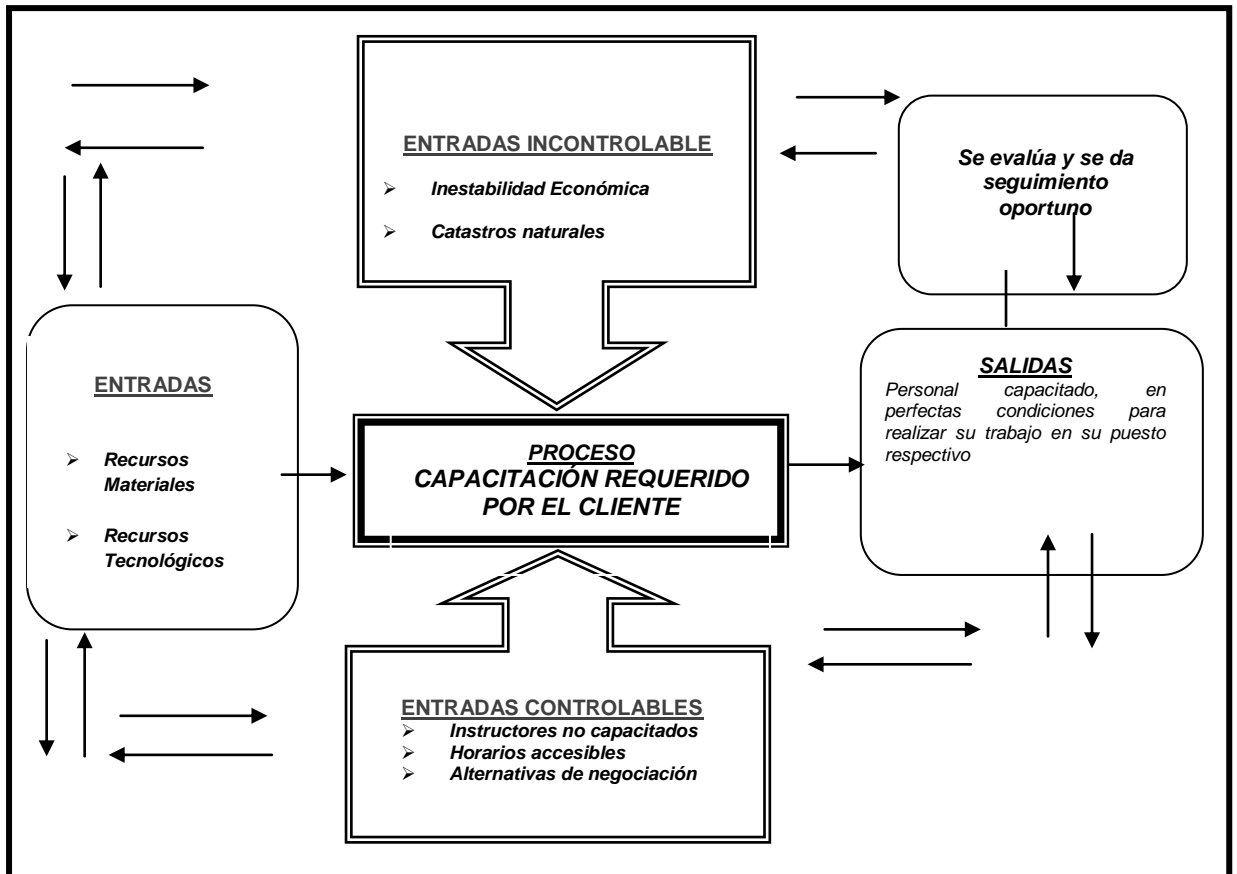


FUENTE: Análisis Personal  
ELABORADO POR: El Autor



**3.2.2. Entradas y Salidas del proceso de Servicio del Centro Integral de Capacitación.**

**GRÁFICO No 52 ENTRADAS Y SALIDAS DEL SERVICIO**



**FUENTE:** Análisis personal.  
**ELABORADO POR:** El Autor

Como se puede observar el proceso de capacitación inicia con entradas de recursos como materiales, tecnológicos, mano de obra, financieros, insumos necesarios para que la empresa atienda eficientemente a los clientes, existen entradas que se pueden controlar como negociaciones, horarios accesibles, temas de acuerdo a los requerimientos, instructores no capacitados ya que son circunstancias que se pueden planificar y si es necesario tomar correctivos inmediatos, pero, también hay entradas incontrolables como catástrofes naturales, inestabilidad política y económica que en el caso de ocurrir causan problemas para la empresa y se debe estar preparados para solucionarlos.

Se plantea hacer una evaluación y seguimiento con el objetivo de tener éxito en la capacitación teniendo como resultado un personal eficiente en cada puesto de trabajo.

### 3.2.3. Maquinaria y equipo

#### 3.2.3.1. Inversión en equipo de Cómputo

Para el perfeccionamiento eficiente de las actividades que se ejecutarán en el Centro Integral de Capacitación Empresarial se ha estimado necesario invertir en el siguiente equipo de cómputo:

**CUADRO N° 29 EQUIPO CÓMPUTO ÁREA ADMINISTRATIVA**

| N°           | DESCRIPCIÓN                                     | UNIDAD MEDIDA | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL     |
|--------------|---|---------------|----------|----------------|-----------------|
| 1            | Computador de escritorio INTEL DUAL CORE 3.2ghz | Unidad        | 4        | 509,6          | 2.038,4         |
| 2            | Impresora – Copiadora                           | Unidad        | 1        | 106,4          | 106,4           |
| 3            | Teléfonos Panasonic                             | Unidad        | 2        | 35             | 70              |
| 4            | Fax KXTT981 LAB                                 | Unidad        | 1        | 135            | 135             |
| 5            | Televisión LCD LG 32 "                          | Unidad        | 1        | 770            | 770             |
| 6            | Cafetera  | Unidad        | 1        | 66,25          | 66,25           |
| <b>TOTAL</b> |   |               |          |                | <b>3.186,05</b> |

FUENTE: Investigación de Campo, Anexo No 8, 9,

ELABORADO POR: El Autor

**CUADRO N° 30 EQUIPO DE CÓMPUTO ÁREA DE CAPACITACIÓN**

| N°           | DESCRIPCIÓN                                       | UNIDAD MEDIDA | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL      |
|--------------|---|---------------|----------|----------------|------------------|
| 1            | Computadoras Portátiles HP425 AMD                 | Unidad        | 4        | 571,2          | 2.284,8          |
| 2            | Computador de escritorio INTEL DUAL CORE 3.2ghz , | Unidad        | 40       | 509,6          | 2.0384           |
| 3            | Proyector   | Unidad        | 4        | 800,8          | 3.203,2          |
| 4            | Fondo para proyectar imagen                       | Unidad        | 4        | 85             | 340              |
| 5            | Pizarrón de tiza liquida 2.44X1.20                | Unidad        | 4        | 94,99          | 379,96           |
| <b>TOTAL</b> |   |               |          |                | <b>26.591,96</b> |

FUENTE: Investigación de Campo, Anexo 8, 9.

ELABORADO POR: El Autor

El costo de cada computadora de escritorio incluye:

- Una mesa de dos niveles.
- Una silla.

### 3.2.4 Estudio de materiales e insumos

#### 3.2.4.1. Requerimiento de Muebles y enseres

La inversión que se realizara será la siguiente:

**CUADRO N° 31 MUEBLES Y ENSERES ÁREA ADMINISTRATIVA**

| N°           | DESCRIPCIÓN                 | UNIDAD DE MEDIDA | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL     |
|--------------|-----------------------------|------------------|----------|----------------|-----------------|
| 1            | Archivadores de 4 gavetas   | Unidad           | 1        | 210,00         | 210,00          |
| 2            | Basureros metálicos         | Unidad           | 4        | 28,00          | 112,00          |
| 3            | Estaciones de trabajo       | Unidad           | 2        | 275,00         | 550,00          |
| 4            | Escritorios tipo secretaria | Unidad           | 2        | 205,00         | 410,00          |
| 5            | Papeleras                   | Unidad           | 4        | 23,00          | 92,00           |
| 6            | Sillas giratorias           | Unidad           | 4        | 87,99          | 351,96          |
| 7            | Sala tri personal           | Unidad           | 2        | 175,00         | 350,00          |
| <b>TOTAL</b> |                             |                  |          |                | <b>2.075,96</b> |

FUENTE: Investigación de Campo, Anexo 10.

ELABORADO POR: El Autor

**CUADRO N° 32 MUEBLES Y ENSERES ÁREA DE CAPACITACIÓN**

| N°           | DESCRIPCIÓN               | UNIDAD DE MEDIDA | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL   |
|--------------|---------------------------|------------------|----------|----------------|---------------|
| 1            | Archivadores de 4 gavetas | Unidad           | 1        | 210,00         | 210,00        |
| 2            | Basureros metálicos       | Unidad           | 4        | 28,00          | 112,00        |
| 4            | Papeleras                 | Unidad           | 4        | 23,00          | 92,00         |
| <b>TOTAL</b> |                           |                  |          |                | <b>414,00</b> |

FUENTE: Investigación de Campo, Anexo 10.

ELABORADO POR: El Autor

La cotización se realizó tomando en consideración las 4 aulas de capacitación que tendrá el Centro Integral y como mínimo 10 participantes por aula.

### 3.2.4.2. Requerimiento de Útiles de Oficina

Los materiales e insumos necesarios que se van a utilizar en este servicio son los siguientes:

**CUADRO N° 33 ÚTILES DE OFICINA ÁREA ADMINISTRATIVA**

| PRODUCTO              | UNIDAD MEDIDA | CANTIDAD MENSUAL | VALOR UNITARIO | COSTO TOTAL MENSUAL | COSTO TOTAL ANUAL |
|-----------------------|---------------|------------------|----------------|---------------------|-------------------|
| Factureros (100 UNID) | Unidad        | 1                | 15,00          | 15,00               | 180,00            |
| Goma en barra         | Unidad        | 4                | 0,50           | 2,00                | 24,00             |
| Grapadora             | Unidad        | 5                | 6,50           | 0,00                | 32,50             |
| Grapas                | Caja          | 5                | 0,90           | 4,50                | 54,00             |
| Lápiz                 | Caja          | 2                | 3,60           | 7,20                | 86,40             |
| Papel Bond A4         | Resmas        | 2                | 3,50           | 7,00                | 84,00             |
| Correctores           | Unidad        | 4                | 0,65           | 2,60                | 31,20             |
| Resaltadotes          | Unidad        | 4                | 1,90           | 7,60                | 91,20             |
| Esferos               | Caja          | 1                | 5,60           | 5,60                | 67,20             |
| Perforadora           | Unidad        | 5                | 2,50           | 0,00                | 12,50             |
| Recibos de cobro      | Unidad        | 2                | 4,00           | 8,00                | 96,00             |
| Clips                 | Caja          | 5                | 1,20           | 6,00                | 72,00             |
| <b>TOTAL</b>          |               |                  |                |                     | <b>831,00</b>     |

FUENTE: Investigación de Campo (Referencia Actual del Mercado).

ELABORADO POR: El Autor

**CUADRO N° 34 ÚTILES DE OFICINA ÁREA DE CAPACITACIÓN**

| PRODUCTO                 | UNIDAD MEDIDA | CANTIDAD ANUAL | VALOR UNITARIO | COSTO TOTAL ANUAL |
|--------------------------|---------------|----------------|----------------|-------------------|
| Esferos con logotipo     | Unidad        | 4.830          | 0,28           | 1.352,40          |
| Papel Bond A4            | Resmas        | 145            | 3,50           | 507,50            |
| CD`S con logotipo        | Unidad        | 4.830          | 0,75           | 3.622,50          |
| Carpetas con logotipo    | Unidad        | 4.830          | 0,21           | 1014,30           |
| Marcador de tiza liquida | Unidad        | 400            | 0,90           | 360,00            |
| Borrador de pizarra      | Unidad        | 96             | 1,50           | 144,00            |
| <b>TOTAL</b>             |               |                |                | <b>\$7.000,70</b> |

FUENTE: Investigación de Campo (Referencia Actual del Mercado).

ELABORADO POR: El Autor

Se entregara a cada participante un esfero, tres hojas de papel bond, un Cd, una carpeta y cada capacitador tendrá marcadores y borradores para su trabajo.

### 3.2.4.3. Requerimiento de útiles de limpieza

El material a utilizarse para realizar las actividades de limpieza del Centro son:

**CUADRO N° 35 ÚTILES DE LIMPIEZA ÁREA ADMINISTRATIVA**

| PRODUCTO                    | UNIDAD MEDIDA | CANTIDAD MENSUAL | VALOR UNITARIO | COSTO TOTAL MENSUAL | COSTO TOTAL ANUAL |
|-----------------------------|---------------|------------------|----------------|---------------------|-------------------|
| Escoba                      | Unidad        | 1                | 1,50           | 1,50                | 18,00             |
| Trapeador                   | Unidad        | 1                | 1,50           | 1,50                | 18,00             |
| Ambiental                   | Unidad        | 1                | 4,25           | 4,25                | 51,00             |
| Jabón (3 UNID)              | Unidad        | 1                | 1,75           | 1,75                | 21,00             |
| Papel higiénico             | Unidad        | 6                | 0,30           | 1,80                | 21,60             |
| Toallas desechables         | Caja          | 2                | 2,50           | 5,00                | 60,00             |
| Recogedor de basura         | Unidad        | 1                | 1,50           | 1,50                | 18,00             |
| Desinfectante               | Unidad        | 2                | 1,80           | 3,60                | 43,20             |
| Paquete de fundas de basura | Unidad        | 1                | 1,50           | 1,50                | 18,00             |
| <b>TOTAL</b>                |               |                  |                |                     | <b>268,80</b>     |

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: El Autor

La persona encargada del aseo tendrá todos los útiles necesarios para mantener limpia cada una de áreas del centro integral.

**CUADRO N° 36 ÚTILES DE LIMPIEZA ÁREA DE CAPACITACIÓN**

| PRODUCTO                    | UNIDAD MEDIDA | CANTIDAD MENSUAL | VALOR UNITARIO | COSTO TOTAL MENSUAL | COSTO TOTAL ANUAL |
|-----------------------------|---------------|------------------|----------------|---------------------|-------------------|
| Escoba                      | Unidad        | 1                | 1,50           | 1,50                | 18,00             |
| Ambiental                   | Unidad        | 2                | 4,25           | 8,50                | 102,00            |
| Recogedor de basura         | Unidad        | 1                | 1,50           | 1,50                | 18,00             |
| Desinfectante               | Unidad        | 2                | 1,80           | 3,60                | 43,20             |
| Paquete de fundas de basura | Unidad        | 2                | 1,50           | 3,00                | 36,00             |
| <b>TOTAL</b>                |               |                  |                |                     | <b>217,20</b>     |

FUENTE: Investigación de Campo (Referencia Actual del Mercado).

ELABORADO POR: El Autor

- Los costos de equipo de cómputo, suministros de oficina, útiles de oficina y útiles de limpieza incluyen I.V.A.

- La determinación de los costos se los realizó mediante pro – formas Anexos 6 al 11 y en base al volumen de compra requerida a un pago de contado.

#### 3.2.4.4. Requerimiento de Mano de Obra

El equipo de trabajo requerido para el cumplimiento de las actividades planificadas para el desarrollo efectivo y eficiente del Centro Integral de Capacitación estará conformado por los siguientes colaboradores:

##### 3.2.4.4.1 Personal administrativo

**CUADRO N° 37 PERSONAL ADMINISTRATIVO**

| N°           | PERSONAL             | CANTIDAD | SALARIO MENSUAL | BENEFICIOS | REMUNERACIÓN MENSUAL | TOTAL ANUAL      |
|--------------|----------------------|----------|-----------------|------------|----------------------|------------------|
| 1            | Administrador        | 1        | \$500,00        | 35%        | \$675,00             | \$8.100,00       |
| 2            | Jefe de Capacitación | 1        | \$450,00        | 35%        | \$607,50             | \$7.290,00       |
| 3            | Secretaria           | 1        | \$ 264,00       | 35%        | \$ 356,40            | \$4.276,80       |
| 4            | Contador             | 1        | \$ 350,00       | 35%        | \$472,50             | \$5.670,00       |
| 5            | Auxiliar Técnico     | 1        | \$ 250,00       |            | \$ 250,00            | \$3.000,00       |
| 6            | Auxiliar de Limpieza | 1        | \$150           |            | \$150                | \$1.800,00       |
| 7            | Vigilancia           | 1        | \$ 264,00       | 35%        | \$ 356,40            | \$4.276,80       |
| <b>TOTAL</b> |                      |          |                 |            |                      | <b>34.413,60</b> |

FUENTE: Investigación de Campo (Referencia Actual del Mercado)

ELABORADO POR: El Autor

En el organigrama estructural y en el manual de funciones se encuentra ubicada la jerarquía y las funciones que desempeñaran cada uno de los trabajadores del Centro Integral.

##### 3.2.4.4.2 Personal operativo

**CUADRO N° 38 PERSONAL DE CAPACITACIÓN**

| N°           | PERSONAL                       | CANTIDAD | SALARIO MENSUAL | BENEFICIOS | REMUNERACIÓN MENSUAL | TOTAL ANUAL      |
|--------------|--------------------------------|----------|-----------------|------------|----------------------|------------------|
| 1            | Ingeniero Comercial            | 1        | 400,00          | 35%        | 540,00               | 6.480,00         |
| 2            | Ingeniero Sistemas             | 1        | 400,00          | 35%        | 540,00               | 6.480,00         |
| 3            | Ingeniero Finanzas             | 1        | 400,00          | 35%        | 540,00               | 6.480,00         |
| 4            | Ingeniero Seguridad Industrial | 1        | 400,00          | 35%        | 540,00               | 6.480,00         |
| <b>TOTAL</b> |                                |          |                 |            |                      | <b>25.920,00</b> |

FUENTE: Investigación de Campo (Referencia Actual del Mercado)

ELABORADO POR: El Autor

Es importante recalcar que se considerará la prestación de servicios profesionales de un asesor legal externo al cuál se le cancelara sus honorarios dependiendo del trabajo realizado cuando exista demanda de algún cliente o empresa inconforme con el servicio.

#### 3.2.4.4.3 Personal de ventas

**CUADRO No 39 GASTO PERSONAL DE VENTAS**

| Nº           | PERSONAL         | CANTIDAD | SALARIO MENSUAL | BENEFICIOS | REMUNERACIÓN MENSUAL | TOTAL ANUAL      |
|--------------|------------------|----------|-----------------|------------|----------------------|------------------|
| 1            | Asesor Comercial | 1        | 350,00          | 35%        | 472,50               | 5.670,00         |
| 1            | Asesor Comercial | 1        | 350,00          | 35%        | 472,50               | 5.670,00         |
| <b>TOTAL</b> |                  |          |                 |            |                      | <b>11.340,00</b> |

FUENTE: Investigación de Campo (Referencia Actual del Mercado)

ELABORADO POR: El Autor

#### 3.2.5. Gastos del proyecto

##### 3.2.5.1. Gastos de ventas

**CUADRO No 40 GASTO DE VENTAS**

| CANTIDAD     | DETALLE                  | TOTAL MENSUAL | TOTAL ANUAL       |
|--------------|--------------------------|---------------|-------------------|
| 1            | PUBLICIDAD RADIAL        | 224           | 2.688             |
| 1            | ROTULO LUMINOSO 3x1 mts. | 252           | 252               |
| 1            | Página Web               | 246,4         | 246,40            |
| 1000         | Trípticos                | 95,2          | 1142,4            |
| <b>TOTAL</b> |                          |               | <b>\$4.328,80</b> |

FUENTE: Investigación de Campo (Referencia Actual del Mercado), Anexo 12

ELABORADO POR: El Autor

La difusión y publicidad del proyecto se lo realizara por medio radial en un importante medio de comunicación como es Radio Novedades, una Pagina Web en la cual se irán actualizando los cursos dictados y en general noticias para dar a conocer el Centro Integral de Capacitación, trípticos y un rotulo luminoso formaran parte de la publicidad; cabe señalar que de ser necesario se analizaran otros medios de difusión.

### 3.2.5.2 Gasto Instalaciones del proyecto

**CUADRO No 41 INSTALACIONES DEL PROYECTO**

**ÁREA ADMINISTRATIVA**

| DETALLE                             | CANTIDAD   | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL     |
|-------------------------------------|------------|----------------|-----------------|
| Cableado para las computadoras      | 8 mts.     | 0,48           | 3,8             |
| Cableado internet y sistemas de red | 10 mts     | 1,29           | 12,9            |
| Plub RJ45                           | 8 Unidades | 0,28           | 2,2             |
| Sistema Contable FENIX              | Unidad     | 1.500          | 1.680,0         |
| <b>TOTAL</b>                        |            |                | <b>1.699,00</b> |

FUENTE: Investigación de Campo (Referencia Actual del Mercado) Anexo 7.

ELABORADO POR: El Autor

**CUADRO No 42 INSTALACIONES DEL PROYECTO ÁREA DE CAPACITACIÓN**

| DETALLE                             | CANTIDAD    | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL  |
|-------------------------------------|-------------|----------------|--------------|
| Cableado para las computadoras      | 92 mts.     | 0,48           | 44,2         |
| Cableado internet y sistemas de red | 40 mts      | 1,29           | 51,6         |
| Plub RJ45                           | 88 Unidades | 0,28           | 24,6         |
| <b>TOTAL</b>                        |             |                | <b>120,4</b> |

FUENTE: Investigación de Campo (Referencia Actual del Mercado)

ELABORADO POR: El Autor

Para el área contable se instalara el Programa Fénix, las instalaciones contarán con internet y en esta parte del proyecto consta los recursos necesarios para instalar las computadoras, retroproyector y el sistema de red para las aulas de capacitación y el área administrativa.

### 3.2.5.2.1 Gasto de servicios básicos

**CUADRO No 43 SERVICIOS BÁSICOS DE ADMINISTRACIÓN**

| DETALLE           | UNIDAD          | CANTIDAD | COSTO    | COSTO   | COSTO  |
|-------------------|-----------------|----------|----------|---------|--------|
| DETALLE           | UNIDAD          | MENSUAL  | UNITARIO | MENSUAL | ANUAL  |
| Energía Eléctrica | kw/h            | 276,20   | 0,095    | 26,24   | 314,87 |
| Agua              | metros cúbicos  | 9        | 0,40     | 3,60    | 43,20  |
| Teléfono          | Minutos         | 650      | 0,10     | 65,00   | 780,00 |
| <b>TOTAL</b>      | <b>1.138,07</b> |          |          |         |        |

FUENTE: ELEPCO Anexo 3, 4 y 12, dpto. de agua potable, CNT,

ELABORADO POR: El Autor



### CUADRO No 44 SERVICIOS BÁSICOS DE CAPACITACIÓN

| DETALLE           | UNIDAD          | CANTIDAD MENSUAL | COSTO UNITARIO | COSTO MENSUAL | COSTO ANUAL |
|-------------------|-----------------|------------------|----------------|---------------|-------------|
| Energía Eléctrica | kw/h            | 2351,2           | 0,095          | 223,36        | 2.680,37    |
| Agua              | metros cúbicos  | 3                | 0,4            | 1,2           | 14,4        |
| Teléfono          | Minutos         | 100              | 0,1            | 10            | 120         |
| Internet          |                 | Ilimitado        |                | 85            | 1020        |
| <b>TOTAL</b>      | <b>3.834,77</b> |                  |                |               |             |

FUENTE: ELEPCO Anexo 2, 3 y 11, Municipio, CNT.

ELABORADO POR: El Autor.

Se estimó el consumo mensual y anual para el área administrativa y de producción del proyecto, tomando como referencia los anexos y consultas realizadas con técnicos especializados.

### 3.3. Planta de producción del proyecto

#### 3.3.1. Área para la planta

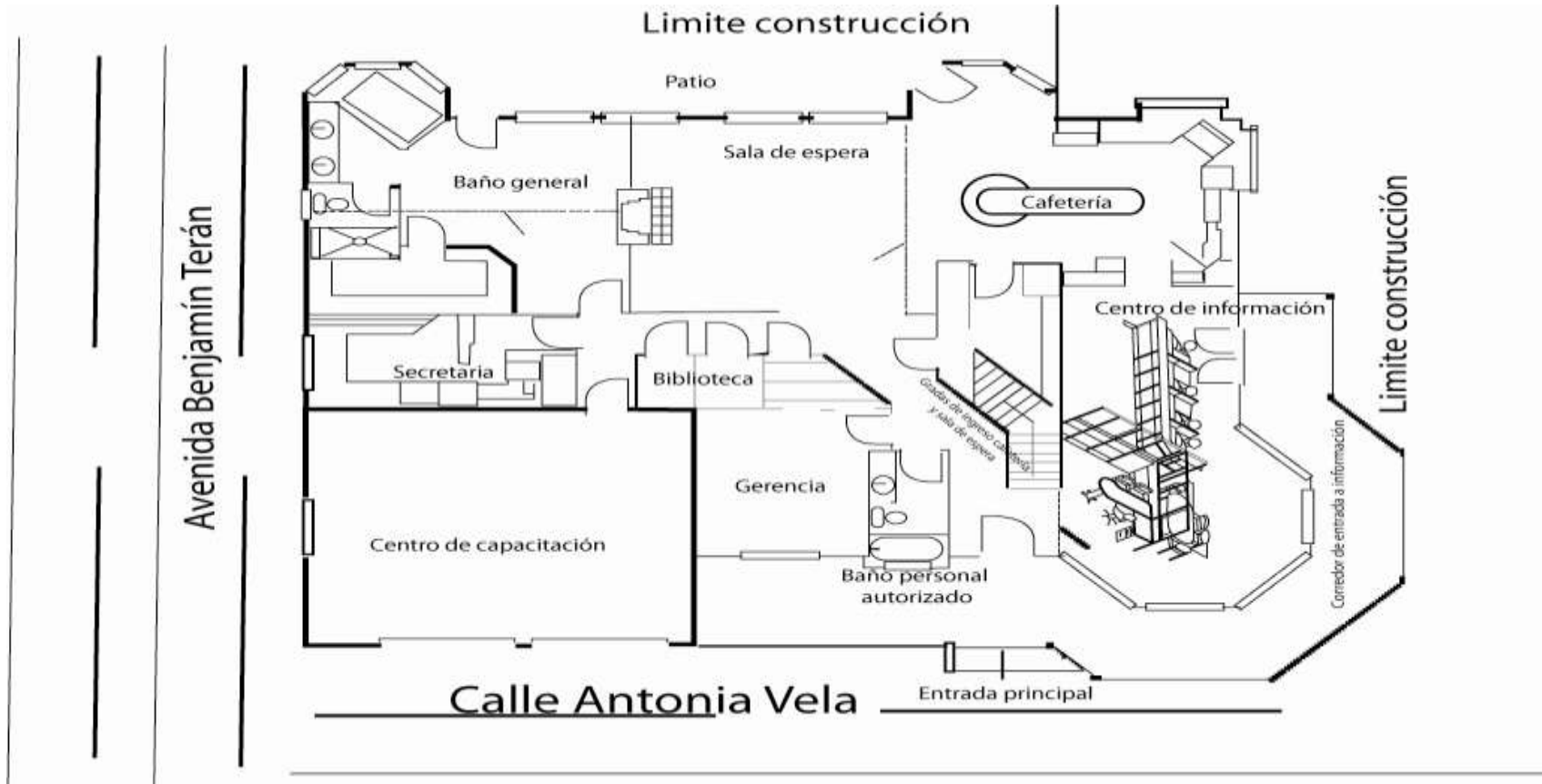
Establecida la ubicación exacta del terreno que se proyecta adquirir y en el cuál se va a construir las dimensiones del mismo son:

➤  $20\text{m}^2 \times 9^2 \text{ m} = 180\text{m}^2$ .

El terreno se encuentra valorado \$14.400 a la fecha, se realizó el respectivo estudio para determinar la distribución interna del mismo tomando en consideración todos los servicios que se proyecta brindar a nuestros clientes como se lo representa en el siguiente gráfico:

### 3.3.2. Distribución de la planta

GRÁFICO N° 53 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA.



FUENTE: Diseño en Autocat

ELABORADO POR: Ing. Julio Mena

### 3.3.3. Costos de obras civiles

#### CUADRO N° 45 TERRENOS Y OBRA CIVIL

##### ACTIVOS FIJOS NO DEPRECIABLES

| N°           | DETALLE      | UNIDAD             | Valor/Unitario | COSTO               |
|--------------|--------------|--------------------|----------------|---------------------|
| 1            | Terreno      | 180 m <sup>2</sup> | \$ 80,00       | \$ 14.400,00        |
| 2            | Construcción | 170 m <sup>2</sup> | \$ 361,07605   | \$ 61.382,93        |
| <b>TOTAL</b> |              |                    |                | <b>\$ 75.782,93</b> |

FUENTE: Municipio, Ing. José Panchi  
ELABORADO POR: El Autor

En la actualidad el costo del terreno es de \$ 80 el metro cuadrado y como se consideró que el Centro Integral estará ubicado en el sector del Carmen; el costo total incluido la construcción es de \$75.782,93.

## 4. PERFIL ORGANIZACIONAL Y ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO

### 4.1. Filosofía corporativa del proyecto

#### 4.1.1. Nombre o razón social

El nombre propuesto para Centro Integral de Capacitación Empresarial, será: “CEFI”.

#### 4.1.2. Logotipo de la empresa

La empresa tendrá el siguiente logotipo:

#### GRÁFICO No 54 LOGOTIPO DE LA EMPRESA




FUENTE: Diseño Autocad  
ELABORADO POR: Ing. Julio Mena

#### 4.1.2.1. Slogan

“Marca el futuro de tu empresa”.

#### 4.1.3. Sector del Tipo de Empresa

 , pertenece al Sector de Servicios, ya que su actividad principal es la capacitación a los colaboradores de la diferentes empresas de la ciudad de Latacunga.

#### ***4.1.4. Visión***

Durante los próximos cinco años, seremos el Centro Integral de Capacitación Empresarial de mayor aceptación por nuestros clientes, logrando una mayor participación del mercado, brindando rentabilidad para sus accionistas, calidad en el servicio y con talento humano exitoso y visionario.

#### ***4.1.5. Misión***

Ofertar servicios de capacitación empresarial de alta calidad a través de personal calificado aplicando una temática acorde a las necesidades de las empresas y trabajadores cumpliendo con todas sus expectativas y requerimientos, con la finalidad de fomentar en las empresas una cultura de capacitación proporcionando a la sociedad personal eficiente y calificado para desempeñar sus funciones y al mismo tiempo generar rentabilidad aportando positivamente al desarrollo socio económico del país.

#### ***4.1.6. Objetivos***

##### ***4.1.6.1. Objetivo general***

Proporcionar un servicio de calidad para el campo empresarial, impartiendo conocimientos sólidos y actuales basados en la detección de sus necesidades en miras del desarrollo del potencial humano de las organizaciones.

##### ***4.1.6.2. Objetivos específicos***

- Actualizar permanentemente los diferentes planes y programas planificados, de acuerdo a la necesidad del mercado y ajustados a la realidad empresarial.
- Contar con talento humano y recursos tecnológicos acorde a las necesidades de los clientes para lograr un óptimo desarrollo de las diferentes actividades de capacitación.

- Contribuir con el desarrollo y rentabilidad de las empresas y el país, actualizando los conocimientos y aptitudes de las personas que serán capacitadas por el Centro Integral de Capacitación Empresarial.

#### 4.1.7. Principios y valores

Se ha establecido los siguientes principios y valores que regirán todas las actividades que se llevarán a cabo en la ejecución del proyecto:

**CUADRO No 46 PRINCIPIOS Y VALORES**

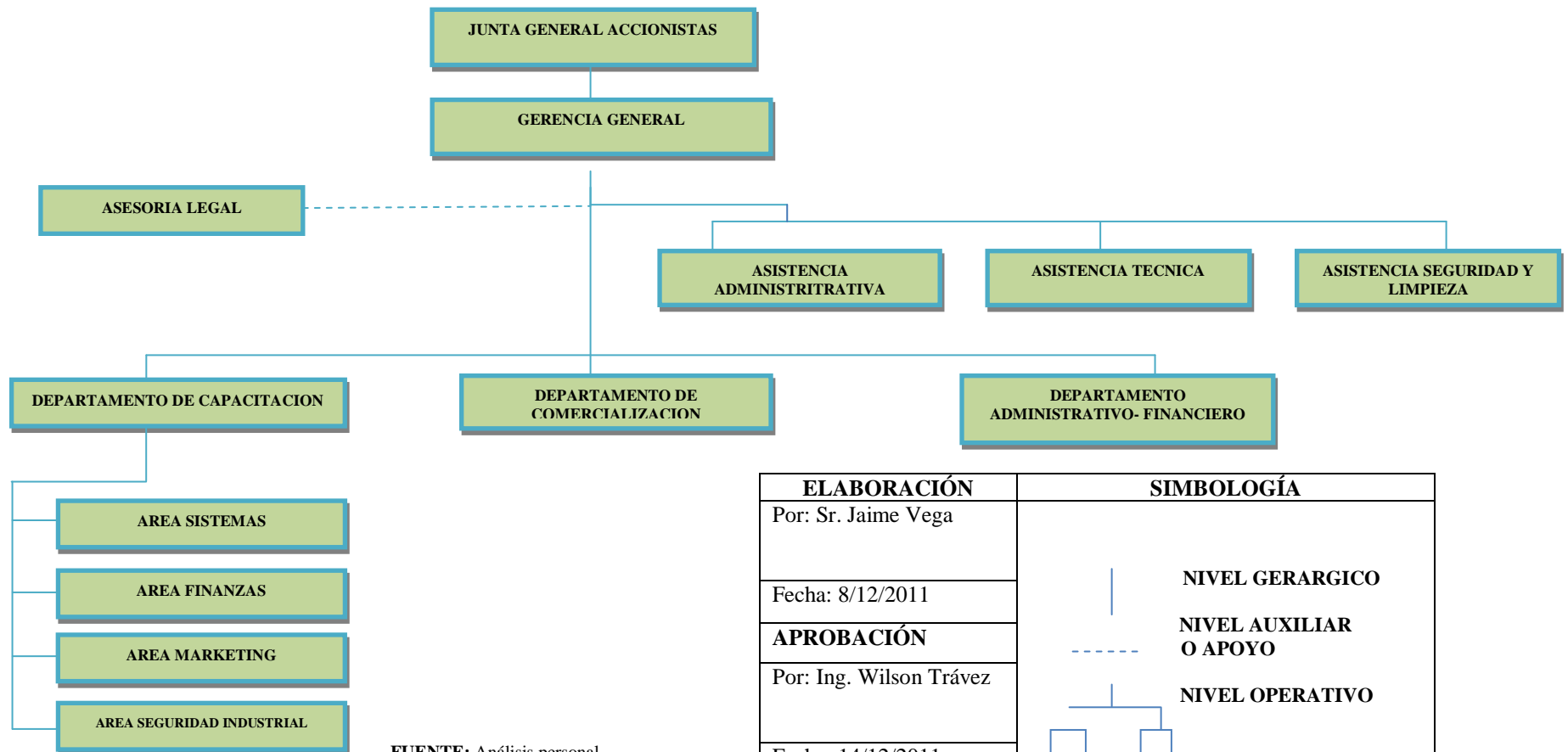
|                        |  |
|------------------------|--|
| <b>HONESTIDAD</b>      | Base de nuestros valores como Centro Integral.   |
| <b>CONFIANZA</b>       | En el servicio ofrecido y entregado.   |
| <b>RESPONSABILIDAD</b> | En todos nuestros actos y acciones.  |
| <b>SERVICIO</b>        | En la satisfacción de las necesidades de nuestro cliente.  |
| <b>COMPROMISO</b>      | Con nuestros clientes, colaboradores y comunidad.  |
| <b>LEALTAD</b>         | Entrega total para el logro de los objetivos de Centro Integral  |
| <b>PROFESIONALISMO</b> | Todo resultado debe ser producto de un esfuerzo consiente en beneficio del progreso individual, institucional y colectivo. |
| <b>COMPROMISO</b>      | Realizar nuestro mejor esfuerzo para lograr la satisfacción total del cliente.   |

FUENTE: Investigación de Campo  
ELABORADO POR: El Autor

## 4.2 DISEÑO ORGANIZACIONAL DEL PROYECTO

### 4.2.1. Organigrama estructural

GRÁFICO N° 55 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DEL “ PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO INTEGRAL EMPRESARIAL EN LA CIUDAD DE LATACUNGA”.

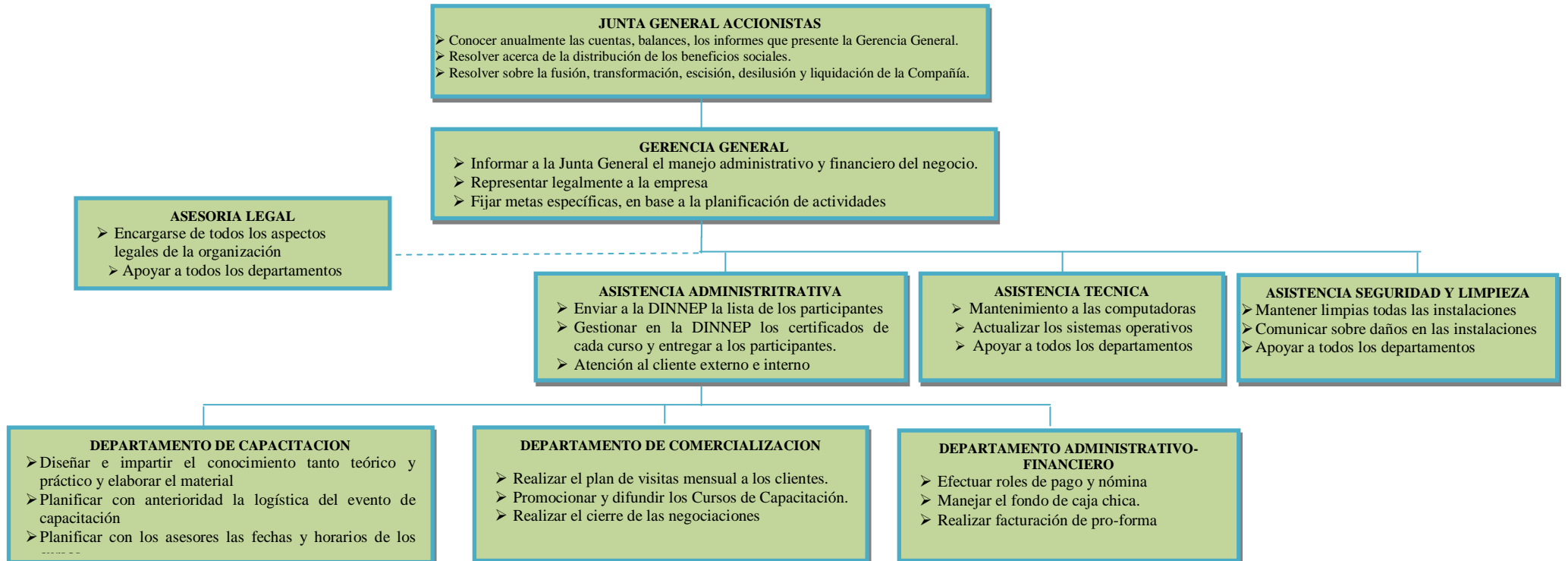


FUENTE: Análisis personal  
 ELABORADO POR: El Autor

| ELABORACIÓN             | SIMBOLOGÍA  |
|-------------------------|---|
| Por: Sr. Jaime Vega     | <p>NIVEL GERÁRGICO</p> <p>NIVEL AUXILIAR O APOYO</p> <p>NIVEL OPERATIVO</p> |
| Fecha: 8/12/2011        |   |
| APROBACIÓN              |   |
| Por: Ing. Wilson Trávez |   |
| Fecha: 14/12/2011       |   |

### 4.2.2. Organigrama funcional

**GRÁFICO No 56 ORGANIGRAMA FUNCIONAL DEL “ PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO INTEGRAL EMPRESARIAL EN LA CIUDAD DE LATACUNGA”.**



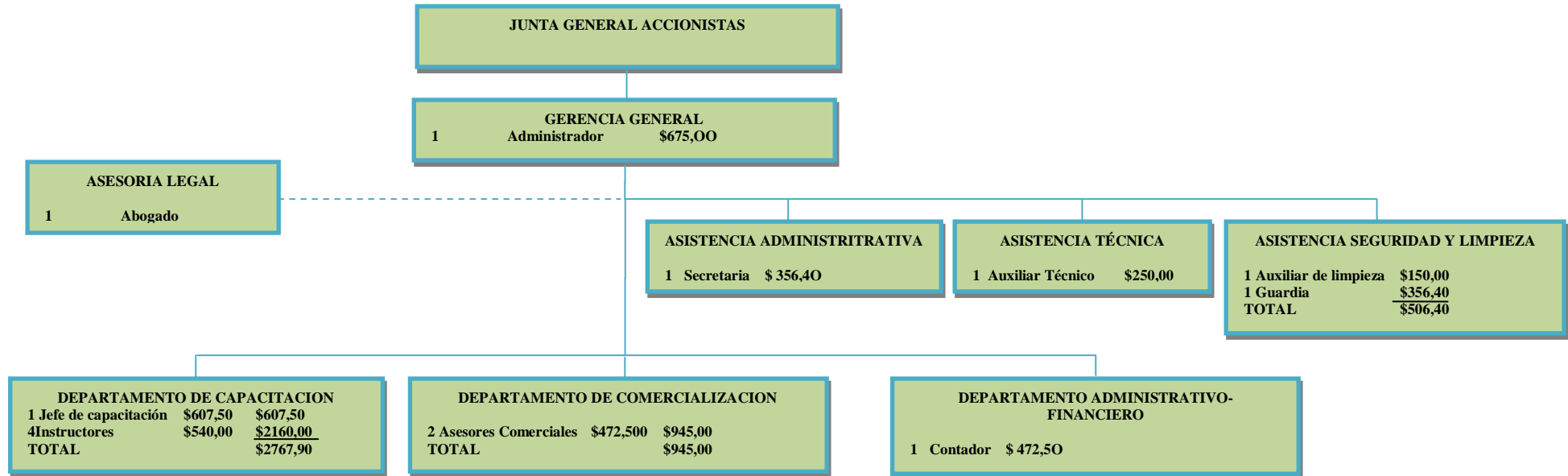
FUENTE: Análisis personal  
ELABORADO POR: El Autor

| ELABORACIÓN             | SIMBOLOGÍA  |
|-------------------------|---|
| Por: Sr. Jaime Vega     | <p>NIVEL GERARGICO<br/>NIVEL AUXILIAR<br/>O APOYO<br/>NIVEL OPERATIVO</p> |
| Fecha: 29/02/2012       |   |
| APROBACIÓN              |   |
| Por: Ing. Wilson Trávez |   |
| Fecha: 01/02/2012       |   |



### 4.2.3. Organigrama posicional

**GRÁFICO No 57 ORGANIGRAMA POSICIONAL DEL “ PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO INTEGRAL EMPRESARIAL EN LA CIUDAD DE LATACUNGA”.**



| ELABORACIÓN             | SIMBOLOGÍA  |
|-------------------------|---|
| Por: Sr. Jaime Vega     | <p>NIVEL GERARGICO<br/>NIVEL AUXILIAR<br/>O APOYO<br/>NIVEL OPERATIVO</p> |
| Fecha: 29/01/2012       |   |
| <b>APROBACIÓN</b>       |   |
| Por: Ing. Wilson Trávez |   |
| Fecha: 01/02/2012       |   |

FUENTE: Análisis personal  
ELABORADO POR: El Autor

#### 4.2.4. Responsabilidades y funciones por áreas

**CUADRO No 47 FUNCIONES DEL PERSONAL**

| <b>NOMBRE DEL PUESTO</b> | <b>PERFIL DEL PUESTO</b>   | <b>FUNCIONES PRINCIPALES</b>   | <b>TIPO DE RELACIÓN</b> | <b>PUESTOS QUE SUPERVISA</b>   |
|--------------------------|--|--|-------------------------|--|
| Gerente General          | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Edad</b> : 25 – 45 años</li> <li>➤ <b>Sexo</b>: Masculino – femenino</li> <li>➤ <b>Instrucción</b>: Título de tercer nivel en Adm. Empresas o carreras afines</li> <li>➤ <b>Experiencia</b>: Un año en cargos similares</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Informar a la Junta General el manejo administrativo y financiero del negocio.</li> <li>➤ Representar legalmente a la empresa</li> <li>➤ Fijar metas específicas, en base a la planificación de actividades</li> <li>➤ Determinar las políticas de negociación del servicio.</li> <li>➤ Organizar el funcionamiento interno de a través de la distribución del trabajo.</li> <li>➤ Realizar periódicamente reuniones de trabajo</li> <li>➤ Realizar evaluaciones periódicas del desempeño del personal a su cargo.</li> <li>➤ Realizar la contratación de todos los recursos</li> </ul>   | Dependencia             | Todo el personal   |
| Contador                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Edad</b> : 25 – 35 años</li> <li>➤ <b>Sexo</b>: Femenino</li> <li>➤ <b>Instrucción</b>: C.P.A</li> <li>➤ <b>Experiencia</b>: Un año en cargos similares</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Elaborar los presupuestos anuales y los flujos mensuales.</li> <li>➤ Controlar todo lo relacionado a cobros, pagos, y asuntos de registro contables</li> <li>➤ Revisar y conciliar cuentas contables para elaborar los estados financieros.</li> <li>➤ Pagar cheques a proveedores los días viernes</li> <li>➤ Efectuar compras de suministros de oficina y otros.</li> <li>➤ Efectuar pagos de impuestos y servicios básicos.</li> <li>➤ Realizar declaraciones y aspectos tributarios del centro.</li> <li>➤ Efectuar roles de pago y nómina</li> <li>➤ Manejar el fondo de caja chica.</li> <li>➤ Realizar facturación de pro-formas.</li> <li>➤ Realizar compras de suministros</li> <li>➤ Realizar evaluaciones periódicas del desempeño del personal a su cargo.</li> <li>➤ Realizar otras funciones y responsabilidades que le sean asignadas por su jefe inmediato</li> </ul> | Dependencia             | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Secretaria</li> <li>➤ Auxiliar técnico</li> <li>➤ Auxiliar legal</li> </ul> |
| Secretaria               | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Edad</b> : 22 – 35 años</li> <li>➤ <b>Sexo</b>: Femenino</li> <li>➤ <b>Instrucción</b>: Bachiller</li> <li>➤ <b>Experiencia</b>: No indispensable</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Contestar el teléfono de llamadas de clientes, proveedores</li> <li>➤ Inscribir al Personal que requiere un determinado curso de capacitación.</li> <li>➤ Enviar a la DINNEP la lista de los participantes de cada curso.</li> <li>➤ Gestionar en la DINNEP los certificados de cada curso y entregar a los participantes.</li> <li>➤ Redactar y distribuir documentos internos y externos</li> <li>➤ Atención al cliente externo e interno</li> <li>➤ Realizar otras funciones y responsabilidades que le sean asignadas por su jefe inmediato</li> <li>➤ Apoyar a todos los departamentos.</li> </ul>   | Dependencia             | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Guardia</li> <li>➤ Auxiliar de limpieza</li> </ul>                          |
| Auxiliar técnico         | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Edad</b> : 25 – 35 años</li> <li>➤ <b>Sexo</b>: Masculino - Femenino</li> <li>➤ <b>Instrucción</b>: Técnico en sistemas</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Mantenimiento a las computadoras de la empresa</li> <li>➤ Actualizar los sistemas operativos de las computadoras</li> </ul>   | Asesoría Externa        | NO APLICA  |

|                      |  |  |                   |  |
|----------------------|--|--|-------------------|--|
|                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Experiencia:</b> Un año en cargos similares</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Apoyar a todos los departamentos</li> </ul>   |                   |  |
| Auxiliar legal       | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Edad :</b> 28 años en adelante</li> <li>➤ <b>Sexo:</b> Masculino - Femenino</li> <li>➤ <b>Instrucción:</b> Abogado</li> <li>➤ <b>Experiencia:</b> Un año en cargos similares</li> </ul>                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Encargarse de todos los aspectos legales de la organización</li> <li>➤ Apoyar a todos los departamentos</li> </ul>  | Asesoría Externa  | NO APLICA  |
| Auxiliar de limpieza | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Edad :</b> 18 años en adelante</li> <li>➤ <b>Sexo:</b> Masculino - Femenino</li> <li>➤ <b>Instrucción:</b> Bachiller</li> <li>➤ <b>Experiencia:</b> No indispensable</li> </ul>                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Mantener limpias todas las instalaciones del Centro Integral.</li> <li>➤ Comunicar sobre daños en las instalaciones de la empresa.</li> <li>➤ Apoyar a todos los departamentos</li> </ul>   | Relación de Staff | NO APLICA  |
| Jefe de capacitación | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Edad :</b> 28 – 45 años</li> <li>➤ <b>Sexo:</b> Masculino - Femenino</li> <li>➤ <b>Instrucción:</b> Titulo de tercer nivel</li> <li>➤ <b>Experiencia:</b> Un año en cargos similares</li> </ul>                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Analizar los informes mensuales del Asesor e Instructores</li> <li>➤ Atender los reclamos y sugerencias de los clientes.</li> <li>➤ Controlar y evaluar el desempeño de las ventas</li> <li>➤ Evaluar el personal a su cargo</li> <li>➤ Diseñar un plan de ventas.</li> <li>➤ Efectuar un informe trimestral sobre su gestión</li> <li>➤ Realizar otras funciones y responsabilidades que le sean asignadas por su jefe inmediato.</li> </ul>   | Dependencia       | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Instructores</li> <li>➤ Asesor Comercial</li> </ul> |
| Instructores         | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Edad :</b> 28 – 45 años</li> <li>➤ <b>Sexo:</b> Masculino - Femenino</li> <li>➤ <b>Instrucción:</b> Titulo de tercer nivel</li> <li>➤ <b>Experiencia:</b> Un año en cargos similares</li> </ul>                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Elaborar anualmente los Programas de Capacitación de conformidad a las necesidades de capacitación institucionales.</li> <li>➤ Elaborar Informes de inscripción, de asistencia y de resultados finales de evaluación del personal capacitado</li> <li>➤ Evaluar y dar seguimiento de las Acciones de Capacitación</li> <li>➤ Diseñar e impartir el conocimiento tanto teórico y práctico y elaborar el material</li> <li>➤ Planificar con anterioridad la logística del evento de capacitación</li> <li>➤ Planificar con los asesores las fechas y horarios de los cursos de capacitación</li> <li>➤ Realizar otras funciones y responsabilidades que le sean asignadas por su jefe inmediato.</li> </ul> | Dependencia       | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Asesor Comercial</li> </ul>                         |
| Asesor Comercial     | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Edad :</b> 22 – 45 años</li> <li>➤ <b>Sexo:</b> Masculino - Femenino</li> <li>➤ <b>Instrucción:</b> Estudiante universitario marketing o afines</li> <li>➤ <b>Experiencia:</b> Un año en cargos similares</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Mantener frecuentemente contacto con los proveedores, clientes, instituciones del estado y privadas.</li> <li>➤ Manejar una cartera de clientes y proveedores</li> <li>➤ Analizar el mercado y a la competencia, así como el planeamiento y ejecución de estrategias de marketing, promoción y publicidad.</li> <li>➤ Realizar el plan de visitas mensual a los clientes.</li> <li>➤ Planificar con los instructores las fechas y horarios de los cursos de capacitación</li> <li>➤ Realizar la detección de necesidades de capacitación en las empresas visitadas.</li> <li>➤ Promocionar y difundir los Cursos de Capacitación.</li> <li>➤ Realizar el cierre de las negociaciones</li> </ul>           | Dependencia       | NO APLICA  |

|         |   |   |             |           |
|---------|---|---|-------------|-----------|
|         |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Realizar otras funciones y responsabilidades que le sean asignadas por su jefe inmediato.</li> </ul>   |             |           |
| Guardia | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Edad</b> : 18 – 45 años</li> <li>➤ <b>Sexo</b>: Masculino</li> <li>➤ <b>Instrucción</b>: Bachiller</li> <li>➤ <b>Experiencia</b>: Un año en cargos similares</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Custodiar los bienes y velar por los intereses de la empresa.</li> <li>➤ Cumplir con las funciones de mensajería interna</li> <li>➤ Ejecutar el despacho y trámite de documentos en coordinación con la secretaria</li> <li>➤ Apoyar a todos los departamentos</li> <li>Realizar otras funciones y responsabilidades que le sean asignadas por su jefe inmediato.</li> </ul> | Dependencia | NO APLICA |

**FUENTE:** Análisis personal  
**ELABORADO POR:** El Autor

## 4.3. Principales Políticas y Estrategias

### 4.3.1 Políticas



Las políticas en las cuáles se legislarán todas las actividades de detallan en el siguiente:

- Todo proceso de capacitación será evaluado con su respectivo seguimiento.
- La actualización del conocimiento de los instructores y miembros del Centro Integral, será de manera permanente y constante.
- Toda nuestra cartera de servicios, considerados como nuestra oferta, serán aprobados y validados por el respectivo ente regulador.
- Las promociones y publicidad estarán estrictamente ligadas al presupuesto de mercadeo, toda promoción y aplicación será primero aprobada por la administración antes de su ejecución.
- Los clientes son el punto central del servicio que ofertamos, todas las actividades y procesos serán orientados a entregar un valor agregado al cliente para proporcionar un mejor servicio que la competencia.
- Excelencia en la atención a todos nuestros clientes, por parte de todo el equipo de trabajo.
- Cumplimiento al 100% de las horas consideradas para la capacitación, de acuerdo a las negociaciones respectivas.

### **4.3.2. Estrategias**

- Mantener siempre comunicados y actualizados a nuestra base de clientes, sobre la tendencia de la nueva administración y sus ajustes respectivos.
- Realizar convenios de capacitación tanto para organizaciones, gremios, asociaciones, etc., que son un segmento interesante dentro de las actividades comerciales de la ciudad.
- Concienciar que el servicio, nace en la educación y se focaliza en el personal que desea estar siempre actualizado, con miras a tener una oportunidad de ascender en la empresa, adquirir competencias que posibiliten un trabajo más enriquecido, como trabajo en equipo y liderazgo.
- Realizar el respectivo seguimiento de la capacitación para evaluar los resultados y tomar correctivos necesarios.
- Ejecutar programas de ventas donde se haga conocer a la empresa desde su constitución, creando expectativa del servicio mediante promoción por internet y entrega de carpetas informativas a empresas.
- Realizar campañas publicitarias a fin de promocionar dentro del primer año de funcionamiento a la empresa como mejor alternativa de capacitación empresarial en la ciudad de Latacunga.

### **4.4. Aspectos legales considerados para la organización del proyecto**

El Centro Integral de Capacitación en la Ciudad de Latacunga, se va a crear bajo resolución N° 066 emitida por el Ministerio de Educación y Cultura y por resolución N° 879 por el Ministerio de Trabajo, como se indica en el ANEXO N°

4 y 5, el proyecto será legalmente constituido bajo una Compañía de Responsabilidad Limitada.

#### ***4.4.1. Disposiciones generales para la constitución de una compañía***

**CUADRO No 48 TRÁMITES DE CONSTITUCIÓN**

| <b>DESCRIPCIÓN</b>                 | <b>COSTO</b>   |
|------------------------------------|----------------|
| Constitución Legal de la Empresa   | 2016,00        |
| Registro de marcas y logotipo IEPI | 280,00         |
| Permiso de Funcionamiento          | 500,00         |
| Patente municipal                  | 56,00          |
| Afiliación a la Cámara de Comercio | 56,00          |
| Permiso Cuerpo de Bomberos         | 40,00          |
| Permiso de Salud                   | 20,00          |
| <b>TOTAL</b>                       | <b>2968,00</b> |

FUENTE: Investigación de campo

ELABORADO POR: El Autor

De acuerdo al estudio de campo realizado en la DINNEP Anexo No 5 se determina que para el obtener el permiso de funcionamiento del Centro Integral de Capacitación, el mismo, dictará sus cursos de capacitación en las siguientes áreas.

- Contable - Financiera
- Industrial
- Marketing y Recursos Humanos
- Sistemas Computacionales.

**CUADRO No 49 REQUISITOS PARA LA CONSTITUCIÓN DE UNA  
COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA**

| <b>REQUISITO</b>                         | <b>ACCIÓN A REALIZAR</b>   |
|--|--|
| <b>EL NOMBRE</b>                         | En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía  |
| <b>SOLICITUD DE APROBACIÓN</b>           | La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía   |
| <b>NÚMEROS MÍNIMO Y MÁXIMO DE SOCIOS</b> | Se constituirá con dos socios, como mínimo, según el primer inciso del Artículo 92 de la Ley de Compañías, con un máximo de quince socios.   |
| <b>CAPITAL MÍNIMO</b>                    | Se constituye con un capital mínimo de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América  |
| <b>PARTICIPACIONES</b>                   | Los aportes del capital, son iguales, acumulativas e indivisibles, la compañía entregará a cada socio un certificado de aportación en el que consta, necesariamente, su carácter de no negociable y el número de las participaciones que por su aporte le corresponde. |
| <b>EL OBJETO SOCIAL</b>                  | Tiene como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitida por la ley, excepción hecha de operaciones de banco, segura, capitalización de ahorro. Artículo 94 de la Ley de Compañías                         |

**FUENTE:** <http://www.supercias.gob.ec>, Ley de Compañías

**ELABORADO POR:** El Autor



# ESTUDIO FINANCIERO

## 5. Inversiones y Origen de Fondos

Para la elaboración de la estimación de los datos para obtener los diferentes resultados financieros se considerará los datos del siguiente cuadro:

**CUADRO No 50 PRESUPUESTACIÓN**

| <i>FACTOR</i>        | <i>ESTIMADO</i> |
|----------------------|-----------------|
| Tiempo de estimación | Cinco Años      |
| Tasa de Inflación    | 3 % Anual       |
| Tasa Activa          | 11,20 % BNF     |

**FUENTE:** BNF. Dpto. Créditos. <http://www.bce.gob.ec>

**ELABORADO POR:** El Autor

### 5.1. Inversiones

#### 5.1.1. Inversión Fija

Comprenden los bienes que se los adquieren una vez durante la etapa de instalación del proyecto, los mismos que serán utilizados a lo largo de la vida útil y del desarrollo del proyecto.

#### 5.1.2. Inversión Diferida

Conforman los rubros necesarios sobre los activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto, se caracteriza por la inmaterialidad de los bienes de propiedad de la empresa.

### ***5.1.3. Capital de Trabajo***

Lo conforma el capital adicional, distinto o diferente a la inversión en activos fijos y diferidos, principalmente servirá para pagar a los empleados, los suministros y servicios con lo que hay que contar para que empiece a funcionar el Centro Integral de Capacitación Empresarial.

### ***5.1.4. Resumen de inversiones***

**CUADRO N° 51 INVERSIONES**

| RUBRO DE INVERSION                         | RECURSOS ACCIONISTAS | RECURSOS EXTERNOS   | TOTAL                | %              |
|--|----------------------|---------------------|----------------------|----------------|
| <b>ACTIVOS FIJOS</b>                       |                      |                     | <b>\$ 109.780,20</b> | <b>93,48%</b>  |
| <i>Terreno</i>                             | \$ 14.400,00         |                     | \$ 14.400,00         | 12,26%         |
| <i>Edificios</i>                           | \$ 61.382,93         |                     | \$ 61.382,93         | 52,27%         |
| <i>Equipo de Computo</i>                   | \$ 28.356,80         |                     | \$ 28.356,80         | 24,15%         |
| <i>Equipo de Oficina</i>                   | \$ 1.605,21          |                     | \$ 1.605,21          | 1,37%          |
| <i>Muebles y Enceres</i>                   | \$ 2.130,96          |                     | \$ 2.130,96          | 1,81%          |
| <i>Instalaciones</i>                       | \$ 1.904,30          |                     | \$ 1.904,30          | 1,62%          |
| <b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>                   |                      |                     | <b>\$ 3.531,74</b>   | <b>3,01%</b>   |
| <i>G. Pre-operativos</i>                   | \$ 3.531,74          |                     | \$ 3.531,74          | 3,01%          |
| <b>CAPITAL DE TRABAJO</b>                  |                      |                     | <b>\$ 4.123,02</b>   | <b>3,51%</b>   |
| <i>45 días del Costo de Producción</i>     | \$ 2.246,76          |                     | \$ 2.246,76          | 1,91%          |
| <i>45 días del Gasto de Administración</i> | \$ 1.223,39          |                     | \$ 1.223,39          | 1,04%          |
| <i>45 días del Gasto de Ventas</i>         | \$ 652,87            |                     | \$ 652,87            | 0,56%          |
| <b>TOTAL</b>                               | <b>\$ 117.434,97</b> | <b>\$ 46.973,99</b> | <b>\$ 117.434,97</b> | <b>100,00%</b> |
|  | <b>60,00%</b>        | <b>40,00%</b>       |                      |                |

FUENTE: Estudio técnico  
ELABORADO POR: El Autor

## 5.2. Financiamiento

### 5.2.1. Fuentes de financiamiento

Para poner en marcha las actividades programadas por el Centro Integral de Capacitación Empresarial se requiere de una importante inversión, la misma, que debe ser financiada mediante capital propio y por medio de un préstamo bancario que se lo puede realizar en las diferentes entidades financieras gubernamentales y privadas existentes en la ciudad, con la finalidad de obtener fondos suficientes para el normal funcionamiento del proyecto objeto de este estudio.

### 5.2.2. Composición de capital

Del monto total del capital necesario para poner en marcha el proyecto los accionistas aportarán con el 60% de la inversión mientras que el 40% mediante crédito bancario, como se representa en el siguiente cuadro:

**CUADRO No 52 COMPOSICIÓN DEL CAPITAL**

| RUBRO                        | CAPITAL              |                    |                    |
|------------------------------|----------------------|--------------------|--------------------|
|                              | TOTAL                | PROPIO             | CRÉDITO            |
|                              | 100%                 | 60%                | 40%                |
| INVERSIÓN FIJA               | \$ 109.780,20        | \$ 65868,12        | \$ 43912,08        |
| INVERSIÓN DIFERIDA           | \$ 3531,74           | \$ 2119,04         | \$ 1412,69         |
| CAPITAL DE TRABAJO           | \$ 3991,32           | \$ 2394,79         | \$ 1596,53         |
| <b>TOTAL DE LA INVERSIÓN</b> | <b>\$ 117.303,26</b> | <b>\$ 70381,95</b> | <b>\$ 46921,31</b> |

FUENTE: Estudio técnico  
ELABORADO POR: El Autor

### 5.2.3. Condiciones de préstamo

Para que la empresa empiece con sus actividades se requiere **\$117.303,26**, el aporte de los socios llega a un capital de **\$ 70.381,95** que representa el 60%, la diferencia que es del 40% **\$ 46.921,30** será obtenido por medio de un préstamo

bancario, el mismo, que se realizará en el Banco Nacional de Fomento, como se indica a continuación:

**CUADRO N° 53 FINANCIAMIENTO**

|  |                   |
|--|-------------------|
| <b>MONTO</b>                                     | \$ 46.921,30      |
| <b>INTERÉS DEL CRÉDITO A LARGO PLAZO (ANUAL)</b> | 11.20%            |
| <b>INTERÉS NOMINAL (MENSUAL)</b>                 | 60 MESES          |
| <b>PLAZO DE PAGO</b>                             | 60 MESES (5 AÑOS) |
| <b>PERÍODO DE PAGO</b>                           | MENSUAL           |
| <b>PERÍODO DE SOLICITUD DEL CRÉDITO</b>          | OPERACIONAL       |

FUENTE: Banco Nacional de Fomento

ELABORADO POR: El Autor

#### *5.2.4. Depreciaciones y Amortizaciones*

##### *5.2.4.1. Amortización de la deuda*

El préstamo con sus respectivos plazos e intereses se indica:

**CUADRO No 54 TABLA DE AMORTIZACIÓN**

|                        |              |
|------------------------|--------------|
| <b>MONTO</b>           | \$ 46.921,30 |
| <b>TASA MENSUAL</b>    | 0,93%        |
| <b>PERÍODO</b>         | 60           |
| <b>INTERÉS</b>         | 13.356,93    |
| <b>CAPITAL+INTERÉS</b> | \$ 60.278,23 |

FUENTE: Estudio técnico y financiero.

ELABORADO POR: El Autor

Como se indica en el siguiente cuadro, para iniciar con las actividades del Centro Integral y poner en marcha el proyecto se requiere de un préstamo bancario el mismo que a continuación se detalla en la tabla de amortización con su respectivo interés.

**CUADRO No 55 AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA**

| <b>PERIODO</b> | <b>CAPITAL INICIAL</b> | <b>CAPITAL+INTERES</b> | <b>CAPITAL AMORTIZADO</b> | <b>INTERES</b> | <b>SALDO</b> |
|----------------|------------------------|------------------------|---------------------------|----------------|--------------|
| 1              | \$ 46.921,30           | \$ 1.219,95            | \$ 782,02                 | \$ 437,93      | \$ 46.139,28 |
| 2              | \$ 46.139,28           | \$ 1.212,65            | \$ 782,02                 | \$ 430,63      | \$ 45.357,26 |
| 3              | \$ 45.357,26           | \$ 1.205,36            | \$ 782,02                 | \$ 423,33      | \$ 44.575,24 |
| 4              | \$ 44.575,24           | \$ 1.198,06            | \$ 782,02                 | \$ 416,04      | \$ 43.793,22 |
| 5              | \$ 43.793,22           | \$ 1.190,76            | \$ 782,02                 | \$ 408,74      | \$ 43.011,19 |
| 6              | \$ 43.011,19           | \$ 1.183,46            | \$ 782,02                 | \$ 401,44      | \$ 42.229,17 |
| 7              | \$ 42.229,17           | \$ 1.176,16            | \$ 782,02                 | \$ 394,14      | \$ 41.447,15 |
| 8              | \$ 41.447,15           | \$ 1.168,86            | \$ 782,02                 | \$ 386,84      | \$ 40.665,13 |
| 9              | \$ 40.665,13           | \$ 1.161,56            | \$ 782,02                 | \$ 379,54      | \$ 39.883,11 |
| 10             | \$ 39.883,11           | \$ 1.154,26            | \$ 782,02                 | \$ 372,24      | \$ 39.101,09 |
| 11             | \$ 39.101,09           | \$ 1.146,97            | \$ 782,02                 | \$ 364,94      | \$ 38.319,06 |
| 12             | \$ 38.319,06           | \$ 1.139,67            | \$ 782,02                 | \$ 357,64      | \$ 37.537,04 |
| 13             | \$ 37.537,04           | \$ 1.132,37            | \$ 782,02                 | \$ 350,35      | \$ 36.755,02 |
| 14             | \$ 36.755,02           | \$ 1.125,07            | \$ 782,02                 | \$ 343,05      | \$ 35.973,00 |
| 15             | \$ 35.973,00           | \$ 1.117,77            | \$ 782,02                 | \$ 335,75      | \$ 35.190,98 |
| 16             | \$ 35.190,98           | \$ 1.110,47            | \$ 782,02                 | \$ 328,45      | \$ 34.408,96 |
| 17             | \$ 34.408,96           | \$ 1.103,17            | \$ 782,02                 | \$ 321,15      | \$ 33.626,93 |
| 18             | \$ 33.626,93           | \$ 1.095,87            | \$ 782,02                 | \$ 313,85      | \$ 32.844,91 |
| 19             | \$ 32.844,91           | \$ 1.088,57            | \$ 782,02                 | \$ 306,55      | \$ 32.062,89 |
| 20             | \$ 32.062,89           | \$ 1.081,28            | \$ 782,02                 | \$ 299,25      | \$ 31.280,87 |
| 21             | \$ 31.280,87           | \$ 1.073,98            | \$ 782,02                 | \$ 291,95      | \$ 30.498,85 |
| 22             | \$ 30.498,85           | \$ 1.066,68            | \$ 782,02                 | \$ 284,66      | \$ 29.716,82 |
| 23             | \$ 29.716,82           | \$ 1.059,38            | \$ 782,02                 | \$ 277,36      | \$ 28.934,80 |
| 24             | \$ 28.934,80           | \$ 1.052,08            | \$ 782,02                 | \$ 270,06      | \$ 28.152,78 |
| 25             | \$ 28.152,78           | \$ 1.044,78            | \$ 782,02                 | \$ 262,76      | \$ 27.370,76 |
| 26             | \$ 27.370,76           | \$ 1.037,48            | \$ 782,02                 | \$ 255,46      | \$ 26.588,74 |
| 27             | \$ 26.588,74           | \$ 1.030,18            | \$ 782,02                 | \$ 248,16      | \$ 25.806,72 |
| 28             | \$ 25.806,72           | \$ 1.022,88            | \$ 782,02                 | \$ 240,86      | \$ 25.024,69 |
| 29             | \$ 25.024,69           | \$ 1.015,59            | \$ 782,02                 | \$ 233,56      | \$ 24.242,67 |
| 30             | \$ 24.242,67           | \$ 1.008,29            | \$ 782,02                 | \$ 226,26      | \$ 23.460,65 |
| 31             | \$ 23.460,65           | \$ 1.000,99            | \$ 782,02                 | \$ 218,97      | \$ 22.678,63 |

|    |              |           |           |           |              |
|----|--------------|-----------|-----------|-----------|--------------|
| 32 | \$ 22.678,63 | \$ 993,69 | \$ 782,02 | \$ 211,67 | \$ 21.896,61 |
| 33 | \$ 21.896,61 | \$ 986,39 | \$ 782,02 | \$ 204,37 | \$ 21.114,59 |
| 34 | \$ 21.114,59 | \$ 979,09 | \$ 782,02 | \$ 197,07 | \$ 20.332,56 |
| 35 | \$ 20.332,56 | \$ 971,79 | \$ 782,02 | \$ 189,77 | \$ 19.550,54 |
| 36 | \$ 19.550,54 | \$ 964,49 | \$ 782,02 | \$ 182,47 | \$ 18.768,52 |
| 37 | \$ 18.768,52 | \$ 957,19 | \$ 782,02 | \$ 175,17 | \$ 17.986,50 |
| 38 | \$ 17.986,50 | \$ 949,90 | \$ 782,02 | \$ 167,87 | \$ 17.204,48 |
| 39 | \$ 17.204,48 | \$ 942,60 | \$ 782,02 | \$ 160,58 | \$ 16.422,46 |
| 40 | \$ 16.422,46 | \$ 935,30 | \$ 782,02 | \$ 153,28 | \$ 15.640,43 |
| 41 | \$ 15.640,43 | \$ 928,00 | \$ 782,02 | \$ 145,98 | \$ 14.858,41 |
| 42 | \$ 14.858,41 | \$ 920,70 | \$ 782,02 | \$ 138,68 | \$ 14.076,39 |
| 43 | \$ 14.076,39 | \$ 913,40 | \$ 782,02 | \$ 131,38 | \$ 13.294,37 |
| 44 | \$ 13.294,37 | \$ 906,10 | \$ 782,02 | \$ 124,08 | \$ 12.512,35 |
| 45 | \$ 12.512,35 | \$ 898,80 | \$ 782,02 | \$ 116,78 | \$ 11.730,33 |
| 46 | \$ 11.730,33 | \$ 891,50 | \$ 782,02 | \$ 109,48 | \$ 10.948,30 |
| 47 | \$ 10.948,30 | \$ 884,21 | \$ 782,02 | \$ 102,18 | \$ 10.166,28 |
| 48 | \$ 10.166,28 | \$ 876,91 | \$ 782,02 | \$ 94,89  | \$ 9.384,26  |
| 49 | \$ 9.384,26  | \$ 869,61 | \$ 782,02 | \$ 87,59  | \$ 8.602,24  |
| 50 | \$ 8.602,24  | \$ 862,31 | \$ 782,02 | \$ 80,29  | \$ 7.820,22  |
| 51 | \$ 7.820,22  | \$ 855,01 | \$ 782,02 | \$ 72,99  | \$ 7.038,20  |
| 52 | \$ 7.038,20  | \$ 847,71 | \$ 782,02 | \$ 65,69  | \$ 6.256,17  |
| 53 | \$ 6.256,17  | \$ 840,41 | \$ 782,02 | \$ 58,39  | \$ 5.474,15  |
| 54 | \$ 5.474,15  | \$ 833,11 | \$ 782,02 | \$ 51,09  | \$ 4.692,13  |
| 55 | \$ 4.692,13  | \$ 825,81 | \$ 782,02 | \$ 43,79  | \$ 3.910,11  |
| 56 | \$ 3.910,11  | \$ 818,52 | \$ 782,02 | \$ 36,49  | \$ 3.128,09  |
| 57 | \$ 3.128,09  | \$ 811,22 | \$ 782,02 | \$ 29,20  | \$ 2.346,07  |
| 58 | \$ 2.346,07  | \$ 803,92 | \$ 782,02 | \$ 21,90  | \$ 1.564,04  |
| 59 | \$ 1.564,04  | \$ 796,62 | \$ 782,02 | \$ 14,60  | \$ 782,02    |
| 60 | \$ 782,02    | \$ 789,32 | \$ 782,02 | \$ 7,30   | \$ -         |

FUENTE: Banco Nacional de Fomento

ELABORADO POR: El Autor

**CUADRO N° 56 DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES**

| <b>INVERSION FIJA</b>                              |                     |                       |                           |                             |
|--|---------------------|-----------------------|---------------------------|-----------------------------|
| <b>ACTIVO FIJO</b>                                 | <b>VALOR TOTAL</b>  | <b>% DEPRECIACION</b> | <b>DEPRECIACION ANUAL</b> | <b>DEPRECIACION MENSUAL</b> |
| Edificios  | \$ 61.382,93        | 5,00%                 | \$ 3.069,15               | \$ 255,76                   |
| Equipo de Computo                                  | \$ 28.356,80        | 33,00%                | \$ 9.357,74               | \$ 779,81                   |
| Equipo de Oficina                                  | \$ 1.605,21         | 10,00%                | \$ 160,52                 | \$ 13,38                    |
| Muebles y Enceres                                  | \$ 2.130,96         | 10,00%                | \$ 213,10                 | \$ 17,76                    |
| Instalaciones                                      | \$ 1.904,30         | 10,00%                | \$ 190,43                 | \$ 15,87                    |
| <b>TOTAL</b>                                       | <b>\$ 95.380,20</b> |                       | <b>\$ 12.990,94</b>       | <b>\$ 1.082,58</b>          |
| <b>INVERSION DIFERIDA</b>                          |                     |                       |                           |                             |
| <b>ACTIVO DIFERIDO</b>                             | <b>VALOR TOTAL</b>  | <b>% AMORTIZACIÓN</b> | <b>AMOTIZACION ANUAL</b>  | <b>AMORTIZACIÓN MENSUAL</b> |
| Permiso de funcionamiento (DINNEP)                 | \$ 500,00           | 20,00%                | \$ 100,00                 | \$ 8,33                     |
| Patente municipal                                  | \$ 56,00            | 20,00%                | \$ 11,20                  | \$ 0,93                     |
| Constitución legal empresa                         | \$ 2.016,00         | 20,00%                | \$ 403,20                 | \$ 33,60                    |
| Certificado cuerpo de bomberos                     | \$ 40,00            | 20,00%                | \$ 8,00                   | \$ 0,67                     |
| Registro de marca - logo IEPI                      | \$ 280,00           | 20,00%                | \$ 56,00                  | \$ 4,67                     |
| Permiso de salud                                   | \$ 20,00            | 20,00%                | \$ 4,00                   | \$ 0,33                     |
| Afiliación a cámara de comercio                    | \$ 56,00            | 20,00%                | \$ 11,20                  | \$ 0,93                     |
| Estudios del proyecto 0,5% de la inversión inicial | \$ 563,74           | 20,00%                | \$ 112,75                 | \$ 9,40                     |
| <b>TOTAL</b>                                       | <b>\$ 3.531,74</b>  |                       | <b>\$ 706,35</b>          | <b>\$ 58,86</b>             |

FUENTE: Estudio técnico  
ELABORADO POR: El Autor



## 6. Presupuesto y Evaluación Económica del Proyecto

### 6.1. Presupuesto

#### 6.1.1 Presupuesto de Ingresos

CUADRO No 57 PRESUPUESTO DE INGRESOS

| DETALLE               | 2.012                | 2.013                | 2.014                | 2.015                | 2.016                |
|-----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Unidades proyectadas  | 4.830                | 5.628                | 6.342                | 7.098                | 7.620                |
| PVP                   | \$ 40,00             | \$ 41,20             | \$ 42,44             | \$ 43,71             | \$ 45,02             |
| <b>VENTAS ANUALES</b> | <b>\$ 193.200,00</b> | <b>\$ 231.873,60</b> | <b>\$ 269.129,11</b> | <b>\$ 310.247,05</b> | <b>\$ 343.055,09</b> |

FUENTE: Estudio técnico  
ELABORADO POR: El Autor

El rubro de ingresos para cualquier tipo de empresa, está determinado por el volumen de ventas sean éstos de bienes o de servicios, para nuestra empresa lo constituyen la venta de servicios, que se lo realiza en un período de tiempo, considerando el crecimiento reflejado en cada uno de los años, tomando en consideración la frecuencia anual de capacitación y el números de participantes, 4.830 participantes serán capacitados por el Centro Integral “CEFI” en el primer año, con esta información analizamos el presupuesto de ingresos, tomando en consideración que cada curso va a tener un costo por participantes de \$40,00 y un mínimo de participantes de 10 por curso.

### 6.1.2 Presupuesto de costos y gastos

CUADRO N° 58 PRESUPUESTO COSTOS Y GASTOS

| CONCEPTO                          | 2012                 | 2013                 | 2014                 | 2015                 | 2016                 |
|-----------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| <b>COSTOS DE CAPACITACIÓN</b>     |                      |                      |                      |                      |                      |
| MATERIALES PARA CAPACITACIÓN      | \$ 16.156,35         | \$ 19.506,09         | \$ 22.747,49         | \$ 26.317,25         | \$ 29.173,93         |
| SUELDOS DE INSTRUCTORES           | \$ 25.920,00         | \$ 26.697,60         | \$ 27.498,53         | \$ 28.323,48         | \$ 29.173,19         |
| GASTOS GENERALES                  | \$ 11.845,97         | \$ 12.095,27         | \$ 12.567,39         | \$ 12.944,41         | \$ 13.332,74         |
| DEPRESIACIONES ACTIVO FIJO        | \$ 12.990,94         | \$ 12.990,94         | \$ 12.990,94         | \$ 12.990,94         | \$ 12.990,94         |
| <b>SUB TOTAL</b>                  | <b>\$ 66.913,26</b>  | <b>\$ 71.289,89</b>  | <b>\$ 75.804,34</b>  | <b>\$ 80.576,09</b>  | <b>\$ 84.670,80</b>  |
| <b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>     |                      |                      |                      |                      |                      |
| SUELDO DEL PERSONAL               | \$ 27.123,60         | \$ 27.937,31         | \$ 28.775,43         | \$ 29.638,69         | \$ 30.527,85         |
| GASTOS DE OFICINA                 | \$ 1.099,80          | \$ 1.132,79          | \$ 1.166,78          | \$ 1.201,78          | \$ 1.237,83          |
| SERVICIOS BÁSICOS                 | \$ 1.138,07          | \$ 1.172,21          | \$ 1.207,38          | \$ 1.243,60          | \$ 1.280,91          |
| AMORTIZACIONES                    | \$ 706,35            | \$ 706,35            | \$ 706,35            | \$ 706,35            | \$ 706,35            |
| <b>SUB TOTAL</b>                  | <b>\$ 30.067,82</b>  | <b>\$ 30.948,66</b>  | <b>\$ 31.855,93</b>  | <b>\$ 32.790,42</b>  | <b>\$ 33.752,94</b>  |
| <b>GASTOS DE VENTA</b>            |                      |                      |                      |                      |                      |
| SUELDOS                           | \$ 11.340,00         | \$ 11.680,20         | \$ 12.030,61         | \$ 12.391,52         | \$ 12.763,27         |
| PUBLICIDAD                        | \$ 4.328,80          | \$ 4.458,66          | \$ 4.592,42          | \$ 4.730,20          | \$ 4.872,10          |
| <b>SUB TOTAL</b>                  | <b>\$ 15.668,80</b>  | <b>\$ 16.138,86</b>  | <b>\$ 16.623,03</b>  | <b>\$ 17.121,72</b>  | <b>\$ 17.635,37</b>  |
| <b>COSTO TOTAL DE OPERACIONES</b> | <b>\$ 112.649,87</b> | <b>\$ 118.377,41</b> | <b>\$ 124.283,30</b> | <b>\$ 130.488,22</b> | <b>\$ 136.059,11</b> |
| <b>COSTO UNITARIO</b>             | <b>\$ 23,32</b>      | <b>\$ 21,03</b>      | <b>\$ 19,60</b>      | <b>\$ 18,38</b>      | <b>\$ 17,86</b>      |
| <b>GASTOS FINANCIEROS</b>         |                      |                      |                      |                      |                      |
| INTERESES                         | \$ 4.778,82          | \$ 3.726,60          | \$ 2.674,39          | \$ 1.622,17          | \$ 569,95            |
| <b>COSTO TOTAL DE OPERACIONES</b> | <b>\$ 117.428,69</b> | <b>\$ 122.104,02</b> | <b>\$ 126.957,68</b> | <b>\$ 132.110,39</b> | <b>\$ 136.629,06</b> |
| <b>COSTO UNITARIO</b>             | <b>\$ 24,31</b>      | <b>\$ 21,70</b>      | <b>\$ 20,02</b>      | <b>\$ 18,61</b>      | <b>\$ 17,93</b>      |

FUENTE: Estudio técnico  
ELABORADO POR: El Autor

### 6.1.3. Punto de Equilibrio

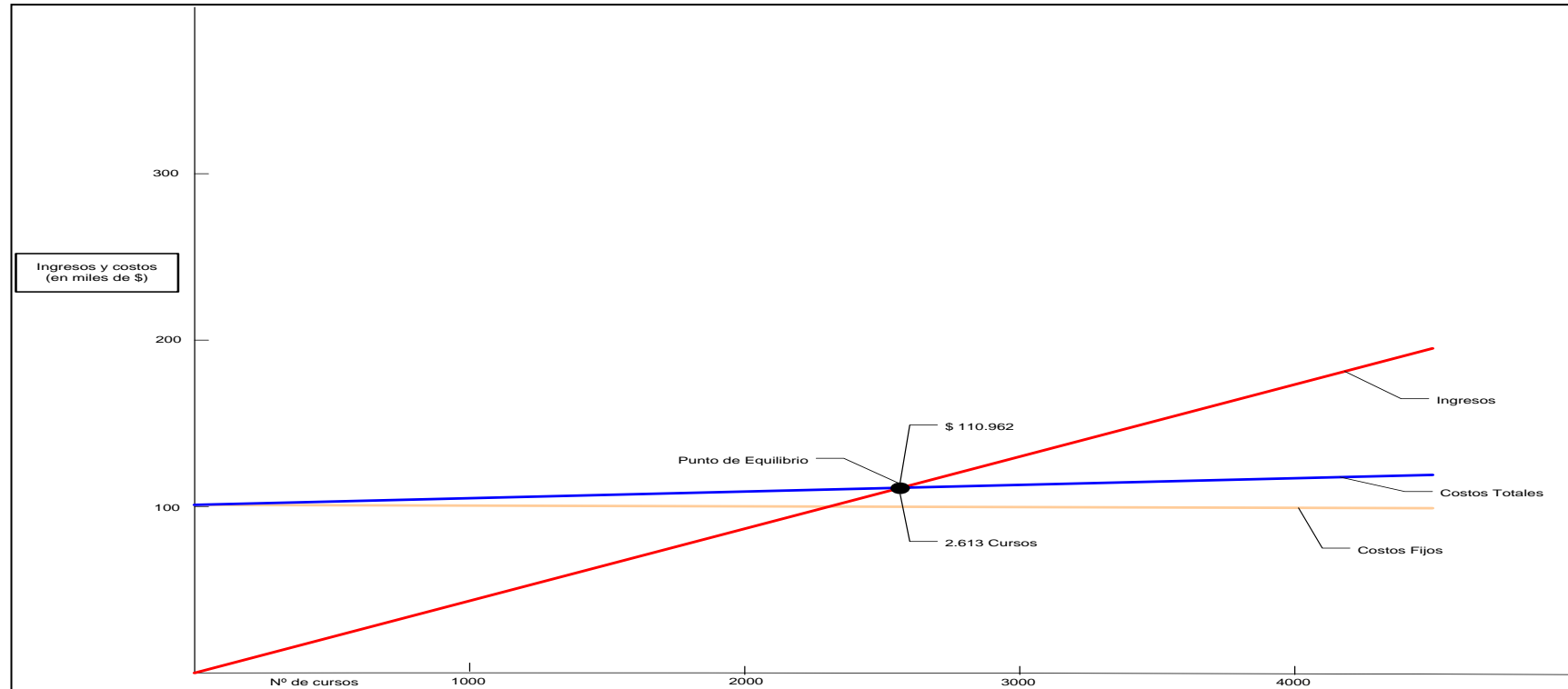
**CUADRO N° 59 PUNTO DE EQUILIBRIO**

| DETALLE                                   | FASE OPERATORIA      |                      |                      |                      |                      |
|---|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
|   | 2012                 | 2013                 | 2014                 | 2015                 | 2016                 |
| <b>UNIDADES PROYECTADAS</b>               | <b>4.830</b>         | <b>5.628</b>         | <b>6.342</b>         | <b>7.098</b>         | <b>7.620</b>         |
| <b>DETALLE</b>                            | <b>2012</b>          | <b>2013</b>          | <b>2014</b>          | <b>2015</b>          | <b>2016</b>          |
| Ingresos                                  | \$ 193.200,00        | \$ 231.873,60        | \$ 269.129,11        | \$ 310.247,05        | \$ 343.055,09        |
| Costos totales                            | \$ 112.649,87        | \$ 118.377,41        | \$ 124.283,30        | \$ 130.488,22        | \$ 136.059,11        |
| Costos variables                          | \$ 16.156,35         | \$ 19.506,09         | \$ 22.747,49         | \$ 26.317,25         | \$ 29.173,93         |
| Costos fijos                              | \$ 96.493,52         | \$ 98.871,33         | \$ 101.535,81        | \$ 104.170,97        | \$ 106.885,18        |
| Costo variable unitario                   | \$ 3,35              | \$ 3,47              | \$ 3,59              | \$ 3,71              | \$ 3,83              |
| <b>Precio unitario</b>                    | <b>\$ 40,00</b>      | <b>\$ 41,20</b>      | <b>\$ 42,44</b>      | <b>\$ 43,71</b>      | <b>\$ 45,02</b>      |
| <b>Punto de equilibrio (N° de cursos)</b> | <b>2.632</b>         | <b>2.620</b>         | <b>2.614</b>         | <b>2.604</b>         | <b>2.595</b>         |
| <b>Punto de equilibrio (\$)</b>           | <b>\$ 105.299,16</b> | <b>\$ 107.952,72</b> | <b>\$ 110.910,23</b> | <b>\$ 113.826,50</b> | <b>\$ 116.819,71</b> |

FUENTE: Estudio técnico

ELABORADO POR: El Autor

**GRÁFICO No 58 PUNTO DE EQUILIBRIO**



Como se observa en el Cuadro 60 y Gráfico 58, el análisis respectivo del punto de equilibrio determina que las unidades de producción promedio son de 2.613 cursos de capacitación como mínimo para cada año para no ganar ni perder y en recursos económicos la fuerza de ventas deberá lograr vender como mínimo \$110.961,17 para cada año

## 6.1.4. Estados financieros

### 6.1.4.1 Estado de pérdidas y ganancias o de resultados

CUADRO N° 60 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

|   | DETALLE                                | 2012              | 2013              | 2014              | 2015              | 2016              |
|---|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
|   | <b>INGRESOS</b>                        | 193.200,00        | 231.873,60        | 269.129,11        | 310.247,05        | 343.055,09        |
| - | <i>Costo de capacitación</i>           | (66.913,26)       | (71.289,89)       | (75.804,34)       | (80.576,09)       | (84.670,80)       |
| = | <b>UTILIDAD BRUTA</b>                  | <b>126.286,74</b> | <b>160.583,71</b> | <b>193.324,77</b> | <b>229.670,96</b> | <b>258.384,29</b> |
| - | <i>Gastos administrativos</i>          | (30.067,82)       | (30.948,66)       | (31.855,93)       | (32.790,42)       | (33.752,94)       |
| - | <i>Gastos de ventas</i>                | (15.668,80)       | (16.138,86)       | (16.623,03)       | (17.121,72)       | (17.635,37)       |
| = | <b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>            | <b>80.550,13</b>  | <b>113.496,19</b> | <b>144.845,81</b> | <b>179.758,83</b> | <b>206.995,97</b> |
| - | <i>Gastos financieros</i>              | (4.778,82)        | (13.121,40)       | (12.069,18)       | (11.016,97)       | (9.964,75)        |
| = | <b>UTILIDAD ANT-PAR</b>                | <b>75.771,31</b>  | <b>100.374,78</b> | <b>132.776,63</b> | <b>168.741,86</b> | <b>197.031,23</b> |
| - | <i>15 % Participación trabajadores</i> | (11.365,70)       | (15.056,22)       | (19.916,49)       | (25.311,28)       | (29.554,68)       |
| = | <b>UTILIDAD ANTES IMPUESTOS</b>        | <b>64.405,61</b>  | <b>85.318,57</b>  | <b>112.860,14</b> | <b>143.430,58</b> | <b>167.476,54</b> |
| - | <i>25 % Impuesto a la renta</i>        | (16.101,40)       | (21.329,64)       | (28.215,03)       | (35.857,65)       | (41.869,14)       |
| = | <b>UTILIDAD NETA</b>                   | <b>48.304,21</b>  | <b>63.988,93</b>  | <b>71.520,06</b>  | <b>107.572,94</b> | <b>125.607,41</b> |

FUENTE: Estudio técnico  
ELABORADO POR: El Autor

Como se señala en el cuadro el proyecto tiene un incremento significativo año tras año iniciando con una utilidad neta para el año 2012 de \$ 48.304,21 mientras que para el 2016 es de \$ 125.607,41, siendo un factor importante para determinar la factibilidad del proyecto.

### 6.1.4.2 Flujo de Caja

**CUADRO N° 61 FLUJO DE CAJA**

| Cuentas                                      | AÑOS                  |                      |                      |                      |                      |                      |
|--|-----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
|  | 2011                  | 2012                 | 2013                 | 2014                 | 2015                 | 2016                 |
| <b>OPERACIÓN</b>                             |                       |                      |                      |                      |                      |                      |
| Utilidad Neta                                |                       | \$ 48.304,21         | \$ 63.988,93         | \$ 71.520,06         | \$ 107.572,94        | \$ 125.607,41        |
| Mas depreciación más amortización.           |                       | \$ 13.697,29         | \$ 13.697,29         | \$ 13.697,29         | \$ 13.697,29         | \$ 13.697,29         |
| <b>Subtotal</b>                              |                       | <b>\$ 62.001,49</b>  | <b>\$ 77.686,21</b>  | <b>\$ 85.217,35</b>  | <b>\$ 121.270,22</b> | <b>\$ 139.304,69</b> |
| Prestamos por pagar                          |                       | \$ 14.173,62         | \$ -13.121,40        | \$ -12.069,18        | \$ -11.016,97        | \$ -9.964,75         |
| Ctas por Pagar                               |                       | \$ 27.467,10         | \$ -8.918,76         | \$ -11.745,67        | \$ -13.037,19        | \$ -10.245,90        |
| <b>EFFECTIVO GENERADO POR OPERACIÓN</b>      |                       | <b>\$ 103.642,21</b> | <b>\$ 55.646,05</b>  | <b>\$ 61.402,49</b>  | <b>\$ 97.216,07</b>  | <b>\$ 119.094,04</b> |
| <b>FINANCIAMIENTO</b>                        |                       | -                    | -                    | -                    | -                    | -                    |
| Mas Adquisición de Capital                   | \$ 117.434,97         | -                    | -                    | -                    | -                    | -                    |
| <b>EFFECTIVO GENERADO POR FINANCIAMIENTO</b> | <b>\$ 117.434,97</b>  | -                    | -                    | -                    | -                    | -                    |
| Menos Adquisiciones de Activos Fijos         | \$ -109.780,20        | -                    | -                    | -                    | -                    | -                    |
| Menos Adquisiciones de Activos Diferidos     | \$ -3.531,74          | -                    | -                    | -                    | -                    | -                    |
| Menos capital de Trabajo                     | \$ -4.123,02          | -                    | -                    | -                    | -                    | -                    |
| <b>EFFECTIVO GENERADO POR INVERSIÓN</b>      | <b>\$ -117.434,97</b> | -                    | -                    | -                    | -                    | -                    |
| <b>CAMBIO EN EFFECTIVO</b>                   |                       | -                    | -                    | -                    | -                    | -                    |
| Mas saldo inicial de efectivo                |                       |                      | \$ 103.642,21        | \$ 159.288,26        | \$ 220.690,76        | \$ 317.906,82        |
| <b>SALDO FINAL DE EFFECTIVO</b>              |                       | <b>\$ 103.642,21</b> | <b>\$ 159.288,26</b> | <b>\$ 220.690,76</b> | <b>\$ 317.906,82</b> | <b>\$ 437.000,87</b> |

FUENTE: Estudio técnico  
ELABORADO POR: El Autor

En el cuadro anterior se determina el efectivo que tendrá la empresa por cada período, realizando el análisis partiendo de la utilidad neta, depreciaciones y las cuentas por pagar, teniendo un saldo inicial de \$ 103.642,21 y para el año 2016 el saldo final de caja será de \$ 437.000,87 considerándose una atractiva rentabilidad para los inversionistas.

#### ***6.1.4.3. Balance General***

Refleja la situación financiera, con la que una empresa termina un período económico, su finalidad radica principalmente en rendir un claro y preciso informe a las partes interesadas: accionistas o socios sobre la situación de la empresa al final del año, reflejando aspectos importantes como: activo, pasivo y patrimonio; información que contribuirá a la toma de decisiones para que la empresa pueda seguir desarrollando sus actividades comerciales, así se demuestra en el siguiente cuadro:

## CUADRO N° 62 BALANCE GENERAL

| Cuentas                          | Años                 |                      |                      |                      |                      |
|----------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
|                                  | 2.012                | 2013                 | 2014                 | 2015                 | 2016                 |
| <b>ACTIVO</b>                    |                      |                      |                      |                      |                      |
| <b>ACTIVO CORRIENTE</b>          |                      |                      |                      |                      |                      |
| Caja Bancos                      | \$ 103.642,21        | \$ 159.288,26        | \$ 220.690,76        | \$ 317.906,82        | \$ 437.000,87        |
| Inversión                        |                      | \$ 2.439,60          | \$ 28.029,15         | \$ 52.322,61         | \$ 68.689,75         |
| <b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>    | <b>\$ 103.642,21</b> | <b>\$ 161.727,86</b> | <b>\$ 248.719,91</b> | <b>\$ 370.229,43</b> | <b>\$ 505.690,62</b> |
| <b>ACTIVO FIJO</b>               |                      |                      |                      |                      |                      |
| Terrenos                         | \$ 14.400,00         | \$ 14.400,00         | \$ 14.400,00         | \$ 14.400,00         | \$ 14.400,00         |
| Edificios y Construcciones       | \$ 61.382,93         | \$ 61.382,93         | \$ 61.382,93         | \$ 61.382,93         | \$ 61.382,93         |
| (Depre. Acum. Edificios)         | \$ -3.069,15         | \$ -6.138,29         | \$ -9.207,44         | \$ -12.276,59        | \$ -15.345,73        |
| Equipo de Oficina                | \$ 1.605,21          | \$ 1.605,21          | \$ 1.605,21          | \$ 1.605,21          | \$ 1.605,21          |
| (Depre. Acum. Equipo Oficina)    | \$ -160,52           | \$ -321,04           | \$ -481,56           | \$ -642,08           | \$ -802,61           |
| Equipo de Computo                | \$ 28.356,80         | \$ 28.356,80         | \$ 28.356,80         | \$ 28.356,80         | \$ 28.356,80         |
| (Depre. Acum. Eq de Computo)     | \$ -9.357,74         | \$ -18.715,49        | \$ -28.073,23        | \$ -37.430,98        | \$ -46.788,72        |
| Muebles y Enseres                | \$ 2.130,96          | \$ 2.130,96          | \$ 2.130,96          | \$ 2.130,96          | \$ 2.130,96          |
| (Depre. Acum. Mueb y Enser)      | \$ -213,10           | \$ -426,19           | \$ -639,29           | \$ -852,38           | \$ -1.065,48         |
| Instalaciones                    | \$ 1.904,30          | \$ 1.904,30          | \$ 1.904,30          | \$ 1.904,30          | \$ 1.904,30          |
| (Depre. Acum. Instalaciones)     | \$ -190,43           | \$ -380,86           | \$ -571,29           | \$ -761,72           | \$ -952,15           |
| <b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>         | <b>\$ 96.789,26</b>  | <b>\$ 83.798,33</b>  | <b>\$ 70.807,39</b>  | <b>\$ 57.816,45</b>  | <b>\$ 44.825,51</b>  |
| <b>ACTIVO DIFERIDO</b>           |                      |                      |                      |                      |                      |
| Gastos Pre operativos            | \$ 3.531,74          | \$ 3.531,74          | \$ 3.531,74          | \$ 3.531,74          | \$ 3.531,74          |
| Amortizaciones                   | \$ -706,35           | \$ -1.412,70         | \$ -2.119,04         | \$ -2.825,39         | \$ -3.531,74         |
| <b>TOTAL ACTIVO DIFERIDO</b>     | <b>\$ 2.825,39</b>   | <b>\$ 2.119,04</b>   | <b>\$ 1.412,70</b>   | <b>\$ 706,35</b>     | <b>\$ -</b>          |
| <b>TOTAL ACTIVO</b>              | <b>\$ 203.256,87</b> | <b>\$ 247.645,23</b> | <b>\$ 320.939,99</b> | <b>\$ 428.752,23</b> | <b>\$ 550.516,13</b> |
| <b>PASIVO</b>                    |                      |                      |                      |                      |                      |
| <b>PASIVO CORTO PLAZO</b>        |                      |                      |                      |                      |                      |
| Préstamos por Pagar              | \$ 14.173,62         | \$ 13.121,40         | \$ 12.069,18         | \$ 11.016,97         | \$ 9.964,75          |
| Cuentas por Pagar                | \$ 27.467,10         | \$ 8.918,76          | \$ 11.745,67         | \$ 13.037,19         | \$ 10.245,90         |
| <b>TOTAL PASIVO CORTO PLAZO</b>  | <b>\$ 41.640,72</b>  | <b>\$ 22.040,16</b>  | <b>\$ 23.814,85</b>  | <b>\$ 24.054,16</b>  | <b>\$ 20.210,65</b>  |
| <b>TOTAL PASIVO</b>              | <b>\$ 41.640,72</b>  | <b>\$ 22.040,16</b>  | <b>\$ 23.814,85</b>  | <b>\$ 24.054,16</b>  | <b>\$ 20.210,65</b>  |
| <b>PATRIMONIO</b>                |                      |                      |                      |                      |                      |
| Capital Social                   | \$ 113.311,94        | \$ 113.311,94        | \$ 113.311,94        | \$ 113.311,94        | \$ 113.311,94        |
| Utilidades Retenidas             |                      | \$ 48.304,21         | \$ 112.293,13        | \$ 183.813,19        | \$ 291.386,13        |
| Utilidad del Ejercicio           | \$ 48.304,21         | \$ 63.988,93         | \$ 71.520,06         | \$ 107.572,94        | \$ 125.607,41        |
| <b>TOTAL PATRIMONIO</b>          | <b>\$ 161.616,15</b> | <b>\$ 225.605,08</b> | <b>\$ 297.125,14</b> | <b>\$ 404.698,07</b> | <b>\$ 530.305,48</b> |
| <b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b> | <b>\$ 203.256,87</b> | <b>\$ 247.645,24</b> | <b>\$ 320.939,99</b> | <b>\$ 428.752,23</b> | <b>\$ 550.516,13</b> |

FUENTE: Estudio técnico  
ELABORADO POR: El Autor



#### **6.1.4.4 Razones Financieras**

Estos índices serán de gran utilidad para evaluar los resultados de las operaciones de la empresa, permitiendo aplicar de mejor manera el desempeño y posición de la misma en un momento dado para llegar a conclusiones válidas para la toma de decisiones

##### **6.1.4.4.1 Razones de Liquidez**

Miden la capacidad que tendrá la empresa para cumplir sus obligaciones a corto plazo dentro de las cuales tenemos:

**Razón Corriente.-** Este índice está dado por la relación entre el activo corriente y el pasivo corriente:

$$\text{RAZÓN CORRIENTE} = \frac{\text{ACTIVO CORRIENTE}}{\text{PASIVO CORRIENTE}} = \frac{103.642,21}{41640.72} = \$ 2,49$$

El resultado obtenido demuestra la cantidad de activos que en el corto plazo será de \$ 2,49; con los cuáles la empresa podrá cubrir un dólar de deuda.

**Capital de Trabajo.-** Es aquel que está dado por la diferencia entre el activo corriente y el pasivo corriente:

$$\text{CAP.TRBAJO} = \text{AC} - \text{PC} = 103.642,21 - 41.640,72 = \$ 62.001,49$$

Podemos determinar que el capital de trabajo es positivo, es decir tiene un superávit de \$ 62.001,49, el mismo que estará disponible para cubrir sus obligaciones en el corto plazo.

#### ***6.1.4.4.2 Razones de Apalancamiento***

Estos índices miden la capacidad de respaldo de las deudas; los acreedores pueden conocer si el activo y las utilidades son suficientes para cubrir los intereses y el capital endeudado.

**Razón del Nivel de Endeudamiento.-** Este índice demuestra la cantidad del activo total de la empresa que han financiado terceras personas (acreedores).

$$\begin{aligned}\text{NIVEL DE ENDEUDAMIENTO EXTERNO} &= \frac{\text{PAS. TOTALES} * 100\%}{\text{AT}} \\ &= \frac{41.640,72}{203.256,87} = 20,49\%\end{aligned}$$

Este resultado indica que el 20,49% del total del activo estará solventado por créditos.

$$\begin{aligned}\text{NIVEL DE ENDEUDAMIENTO INTERNO} &= \frac{\text{PATRIMONIO} * 100\%}{\text{AT}} \\ &= \frac{161.616,15}{203.256,87} = 79,51\%\end{aligned}$$

El 79,51% de las operaciones de la empresa estarán financiadas por los accionistas o propietarios.

#### ***6.1.4.4.3 Razones de Rentabilidad***

Este grupo de ratios indican el grado de eficiencia de la empresa para generar utilidades a través del uso racional de los activos y sus ventas entre los cuales se encuentran:

**Margen Neto de Utilidad.-** Demuestra el porcentaje de utilidad que le quedará al Centro Integral de Capacitación Empresarial en las ventas realizadas, luego de haber deducido todos los gastos.

$$\text{MARGEN NETO DE UTILIDAD} = \frac{\text{UTILIDAD NETA} * 100\%}{\text{VENTAS NETAS (INGRESOS)}}$$

$$= \frac{48.304,21}{193.200,00} = 25\%$$

El margen de utilidad neta de la empresa es significativo con un porcentaje del 25% lo que representa que los costos no son muy altos.

**Margen Bruto de Utilidades.-** Indica el porcentaje de utilidad que la empresa genera en sus ventas luego de haber deducido el costo de ventas de los productos vendidos.

$$\text{MARGEN BRUTO DE UTILIDAD} = \frac{\text{UTIL. BRUTA EN VENTAS} * 100\%}{\text{VENTAS NETAS (INGRESOS)}}$$

$$= \frac{126.286,74}{193.200,00} = 65,37\%$$

La utilidad bruta representa el 65,37%, es decir, el costo de las mercaderías asciende a 34,63%.

**Rentabilidad sobre el Capital.-** Indica el rendimiento obtenido durante el período en relación con los aportes del capital accionario.

$$\text{RENTABILIDAD SOBRE CAPITAL} = \frac{\text{UTILIDAD NETA} * 100\%}{\text{CAPITAL}}$$

$$= \frac{48.304,21}{113.311,94} = 42,63\%$$

La inversión realizada en el proyecto genera un margen del 42,63%, determinando así su efectividad en la administración para producir utilidades con los activos disponibles.

**Rentabilidad sobre el Patrimonio.-** Este índice se relaciona con la utilidad neta y todos los haberes patrimoniales.

$$\text{RENTABILIDAD SOBRE PATRIMONIO} = \frac{\text{UTILIDAD NETA} * 100\%}{\text{PATRIMONIO}}$$
$$= \frac{48.304,21}{161.616,15} = 29,89\%$$

El rendimiento que ha generado el patrimonio en el ejercicio contable es del 29,89%, lo que demuestra la capacidad de la compañía para generar ganancias en su favor.

#### **6.1.4.5. Flujos Nominales**

Los flujos nominales están conformados por los ingresos, costos e inversiones, los cuales representan entradas y salidas de dinero, así mismo, deberá incluir las depreciaciones y amortizaciones, la recuperación del capital de trabajo entre otros, lo que permitirá a la empresa continuar con sus operaciones y enfrentar obligaciones contraídas para su funcionamiento.

### CUADRO N° 63 FLUJOS NOMINALES

| DETALLE  | PRE-OP              | FASE OPERATORIA  |                   |                   |                   |                   |
|--|---------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
|  | 2011                | 2012             | 2013              | 2014              | 2015              | 2016              |
| <b>INVERSIONES REALIZADAS</b>                    |                     |                  |                   |                   |                   |                   |
| Activo fijo                                      | (109.780,20)        |                  |                   |                   |                   |                   |
| Activo diferido                                  | (3.531,74)          |                  |                   |                   |                   |                   |
| Capital de trabajo                               | (4.123,02)          |                  |                   |                   |                   |                   |
| <b>FLUJO EFECTIVO OPERACIONAL (FEO)</b>          |                     |                  |                   |                   |                   |                   |
| INGRESOS DE VENTAS                               |                     | 193.200,00       | 231.873,60        | 269.129,11        | 310.247,05        | 343.055,09        |
| (-) Costos de capacitación                       |                     | (66.913,26)      | (71.289,89)       | (75.804,34)       | (80.576,09)       | (84.670,80)       |
| (-) Gastos administrativos                       |                     | (30.067,82)      | (30.948,66)       | (31.855,93)       | (32.790,42)       | (33.752,94)       |
| (-) Gastos de ventas                             |                     | (15.668,80)      | (16.138,86)       | (16.623,03)       | (17.121,72)       | (17.635,37)       |
| (-) Gastos financieros                           |                     | (4.778,82)       | (13.121,40)       | (12.069,18)       | (11.016,97)       | (9.964,75)        |
| <b>(=) Ut. Antes Part. Empleados e impuestos</b> |                     | <b>75.771,31</b> | <b>100.374,78</b> | <b>132.776,63</b> | <b>168.741,86</b> | <b>197.031,23</b> |
| (-) Participación empleados                      |                     | (11.365,70)      | (15.056,22)       | (19.916,49)       | (25.311,28)       | (29.554,68)       |
| <b>(=) Utilidad antes de impuestos</b>           |                     | <b>64.405,61</b> | <b>85.318,57</b>  | <b>112.860,14</b> | <b>143.430,58</b> | <b>167.476,54</b> |
| (-) Impuesto renta (25%)                         |                     | (16.101,40)      | (21.329,64)       | (28.215,03)       | (35.857,65)       | (41.869,14)       |
| <b>(=) Utilidad Neta</b>                         |                     | <b>48.304,21</b> | <b>63.988,93</b>  | <b>84.645,10</b>  | <b>107.572,94</b> | <b>125.607,41</b> |
| (+) Depreciación                                 |                     | 13.697,29        | 13.697,29         | 13.697,29         | 13.697,29         | 13.697,29         |
| (+) Amortización                                 |                     | 706,35           | 706,35            | 706,35            | 706,35            | 706,35            |
| (-) Pago de Capital                              |                     | (9.394,80)       | (9.394,80)        | (9.394,80)        | (9.394,80)        | (9.394,80)        |
| <b>FLUJO DE EFECTIVO NETO</b>                    |                     | <b>53.313,05</b> | <b>68.997,76</b>  | <b>89.653,94</b>  | <b>112.581,77</b> | <b>130.616,24</b> |
| Activos fijos                                    |                     |                  |                   |                   |                   | 41.293,77         |
| Recuperación Cap. Trabajo                        |                     |                  |                   |                   |                   | 4.123,02          |
| <b>FLUJO EFECTIVO FINAL</b>                      | <b>(117.434,97)</b> | <b>53.313,05</b> | <b>68.997,76</b>  | <b>89.653,94</b>  | <b>112.581,77</b> | <b>176.033,04</b> |
| <b>FLUJO EFECTIVO ACUMULADO</b>                  |                     | <b>53.313,05</b> | <b>122.310,81</b> | <b>211.964,75</b> | <b>324.546,52</b> | <b>500.579,56</b> |

FUENTE: Estudio técnico  
ELABORADO POR: El Autor

Del cuadro anterior podemos señalar que el proyecto tiene flujos positivos en la mayor parte de años durante su vida, exceptuando el año cero (año de inversiones) y el año uno de poca producción con ingresos bajos y con costos por cubrir, constituyéndose una herramienta valiosa para determinar su factibilidad.

## 6.2. Indicadores Financieros y Económicos

La evaluación financiera del proyecto mide la rentabilidad de manera que se pueda tomar una decisión sobre la inversión y el beneficio que arrojará la puesta en marcha del proyecto.

### 6.2.1 Tasa mínima Aceptable de Retorno (TMAR).

El cálculo de la TMAR permitirá conocer la ganancia que el inversionista espera alcanzar a través de la ejecución del proyecto, la misma, que por lo menos debe ser igual al costo promedio ponderado de las fuentes de financiamiento.

La TMAR se calcula en base a los datos obtenidos de la tasa activa y pasiva que presenta el sistema financiero, más un porcentaje de prima de riesgo, a continuación el siguiente cuadro:

**CUADRO N° 64 CÁLCULO DE LA TMAR.**

| VARIABLES         | PORCENTAJE   |
|-------------------|--------------|
| TASA ACTIVA       | 8,17         |
| TASA PASIVA       | 4,53         |
| PRIMA DE RIESGO   | 5            |
| <b>TOTAL TMAR</b> | <b>11,35</b> |

FUENTE: Banco Central del Ecuador ( Febrero 2012 ).

ELABORADO POR: El Autor

### 6.2.2. Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Presente Neto (VAN) es el equivalente en dineros actuales de todos ingresos y egresos, presentes y futuros, que constituyen el proyecto, el mismo que debe aceptarse si su valor es igual o superior a cero.

**CUADRO N° 65 CÁLCULO DEL VAN.**

| AÑO                     | 0          | 2012          | 2013          | 2014         | 2015          | 2016          |
|-------------------------|------------|---------------|---------------|--------------|---------------|---------------|
| FLUJO NETO              | -117434,97 | 53313,05      | 68997,76      | 89653,94     | 112581,77     | 176033,04     |
| TASA DE DCTO            |            | 0,1135        | 0,1135        | 0,1135       | 0,1135        | 0,1135        |
| <b>VAN DEL PROYECTO</b> |            | \$ -62.466,25 | \$ -12.489,92 | \$ 45.828,87 | \$ 111.597,23 | \$ 203.950,62 |

FUENTE: Estudio técnico  
ELABORADO POR: El Autor

El VAN del proyecto es **\$ 203.950,62**; es decir los flujos de caja futuros traídos a valor presente descontada la inversión.

El valor presente del proyecto es positivo por lo que se justifica la inversión, se puede obtener un rendimiento mayor que el costo de oportunidad del capital y conviene llevar a cabo el proyecto.

Como el valor actual neto es mayor a cero, se puede considerar el proyecto es económicamente viable.

### 6.2.3. Tasa Interna de Retorno (TIR).

La TIR constituye la tasa de descuento por la que el VAN es igual a cero, o es la tasa en la que se igualan la suma de los flujos de la inversión inicial.

La TIR representa la tasa de interés que gana el dinero invertido en el proyecto, mide la rentabilidad en términos de porcentajes.

### CUADRO N° 66 CÁLCULO DEL TIR

| AÑOS                    | 0          | 2012     | 2013     | 2014     | 2015      | 2016      |
|-------------------------|------------|----------|----------|----------|-----------|-----------|
| FLUJO EFECTIVO FINAL    | -117434,97 | 53313,05 | 68997,76 | 89653,94 | 112581,77 | 176033,04 |
| <b>TIR DEL PROYECTO</b> | -55%       | -55%     | 3%       | 33%      | 49%       | 59%       |

FUENTE: Estudio técnico  
ELABORADO POR: El Autor

El resultado obtenido de la TIR es de 59%, porcentaje que es mayor a la tasa pasiva y activa más la prima de riesgo país, ya que el costo de oportunidad del dinero es de 11,35%, por consiguiente el proyecto desde este punto de vista es rentable.

#### 6.2.4. Período de recuperación de la inversión

Es el tiempo requerido para que una empresa recupere la inversión inicial de su proyecto, se facilita su cálculo partiendo de las entradas y salidas de efectivo, como se determina en el siguiente cuadro:

### CUADRO N° 67 CÁLCULO DEL PIR

| FLUJOS NOMINALES       | AÑO 0          | AÑO 1        | AÑO 2        | AÑO 3        | AÑO 4         | AÑO 5         |
|------------------------|----------------|--------------|--------------|--------------|---------------|---------------|
| TOTAL FLUJOS           | \$ -117.434,97 | \$ 53.313,05 | \$ 68.997,76 | \$ 89.653,94 | \$ 112.581,77 | \$ 176.033,04 |
| TIEMPO DE RECUPERACIÓN |                | \$ 64.121,92 | \$ 4.875,84  |              |               |               |
| <b>PERÍODO</b>         |                | 1 AÑO        | 11,2         |              |               |               |

FUENTE: Estudio técnico  
ELABORADO POR: El Autor

El presente proyecto recuperará su inversión en 1 año 11 meses, considerando que este tiempo es menor al estimado en la proyección de los datos que fue de 5 años, se determina la factibilidad del proyecto para la Creación de un Centro Integral de Capacitación Empresarial en la ciudad de Latacunga.

#### 6.2.5 Relación Costo Beneficio

Permite relacionar los flujos netos del proyecto para cubrir la inversión necesaria, este criterio requiere que la rentabilidad sea mayor o igual que uno (1) para que el



proyecto sea aceptable, ya que el resultado indica que el valor actualizado de los ingresos cubre el valor actualizado de los costos.

Para realizar el cálculo se utiliza la siguiente fórmula:

$$RCB = \frac{\sum \text{Flujos Netos}}{\text{Inversión Inicial}}$$

**CUADRO N° 69 CÁLCULO RELACIÓN COSTO BENEFICIO**

| FLUJOS NOMINALES       | AÑO 0          | AÑO 1         | AÑO 2        | AÑO 3        | AÑO 4         | AÑO 5         |
|------------------------|----------------|---------------|--------------|--------------|---------------|---------------|
| FLUJO NOMINAL          |                | \$ 53.313,05  | \$ 68.997,76 | \$ 89.653,94 | \$ 112.581,77 | \$ 176.033,04 |
| TASA DE DCTO           |                | 11,35%        | 11,35%       | 11,35%       | 11,35%        | 11,35%        |
| FLUJOS ACTUALIZADOS    |                | \$ 47.262,01  | \$ 61.166,52 | \$ 79.478,22 | \$ 99.803,74  | \$ 156.053,29 |
| INVERSIÓN INICIAL      | 117434,965     | \$ 443.763,78 |              |              |               |               |
| <b>COSTO BENEFICIO</b> | <b>\$ 3,78</b> |               |              |              |               |               |

FUENTE: Estudio técnico  
ELABORADO POR: El Autor

El cuadro anterior determina que, la relación costo beneficio que genera el estudio es de \$ 3,78 por cada dólar que se gaste, lo que favorece la rentabilidad y factibilidad del proyecto.

### 6.3. Análisis de Impacto

#### 6.3.1. Generación de empleo

Con la ejecución e implantación de un Centro de capacitación en la ciudad de Latacunga el objetivo también es generar fuentes de empleo directas e indirectas, directas en lo relacionado a las empresa, sus trabajadores y por consiguiente contribuyendo con ingresos económicos para sus familias; indirecto en lo concerniente a las compañías proveedoras de todos los recursos materiales y tecnológicos que se requieren para la creación del proyecto.

### ***6.3.2. Valor agregado***

Con la creación de una nueva unidad de producción se aporta activamente al desarrollo del país, ya que la empresa está en la capacidad de cumplir con todas sus obligaciones referente al pago de todos los impuestos que rigen en las leyes del Ecuador y al cumplimiento de sus obligaciones con el recurso humano y de material prima que el proyecto requiere para su normal funcionamiento.

### ***6.3.3 Impacto sobre el ente ejecutor***

En el mundo globalizado en el que vivimos es muy importante capacitarnos constantemente, estar preparados para el cambio es nuestra responsabilidad, las empresas al contar con personal capacitado en todas sus áreas va a producir excelentes productos y servicios, lo que le va a permitir ser más competitivo en el mercado al cual está dirigida su producción; generando mayor utilidad y rentabilidad para sus accionistas y colaboradores.

### ***6.3.4. Impacto sobre el servicio de capacitación***

En el análisis de competencia realizado, se determina que existen tres principales empresas que ofertan este servicio en la actualidad y dada la importancia de capacitación existente las empresas deberán mejorar sus estrategias de comercialización y de precios, perfeccionar sus planes de estudio y abrirse a nuevos mercados; lo que ocasionará que el cliente tenga un mejor y completo servicio y tenga varias opciones en el momento de elegir la empresa que le brindará la capacitación que requiera dependiendo de sus necesidades.

## 7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 7.1. Conclusiones

Al término de la presente investigación para la creación del Centro Integral de Capacitación Empresarial se ha determinado las siguientes conclusiones:

- El primer capítulo constituye la fundamentación teórica necesaria para sustentar los contenidos teóricos del tema de estudio, permitiendo desarrollar las diferentes etapas de un proyecto de factibilidad.
- Existe una demanda insatisfecha al 2012 de 4.830 participantes siendo atractiva para el proyecto asegurando la aceptación del servicio, éste valor se incrementa año a año con una proyección para el 2016 de 7620 participantes, por lo que también se puede considerar una expansión de la cobertura facilitando la permanencia de la empresa en un periodo más largo de tiempo.
- Al definirse la existencia de demanda insatisfecha se ha llegado a establecer que la empresa estará en la capacidad de cubrir el 20%, esto se debe a la disponibilidad del tamaño y capacidad que tendrá el “CEFI”.
- En el estudio técnico se definió el sector del Carmen al norte de la ciudad de Latacunga como el sitio óptimo para implantar el proyecto, así como también, se pudo determinar que la competencia está dada por FUNDEL, GRUPO ECUADOR y CENCAL (Cámara de Comercio).
- Se definió el requerimiento de, maquinaria y equipo, muebles y enseres, mano de obra, útiles de oficina y limpieza, necesarios para el funcionamiento del proyecto.

- Con la finalidad de ofrecer un servicio de calidad se aplicará como estrategia de mercado la mezcla de mercadotecnia como son las 4 P's: Producto, Precio, Plaza y Promoción, agregándole valor al servicio.
- EL Centro de Formación Integral de Capacitación "CEFI", tiene una base filosófica, estructura organizacional, y funcional adecuada que para alcanzar una imagen de solidez y fortaleza con el paso del tiempo, será constituida como una compañía de sociedad anónima, que estará constituida por los socios autores del presente proyecto.
- En el estudio financiero se determinó que la inversión inicial del proyecto es de \$ 117.434,97; la misma que será financiada en un 60% por accionistas y un 40% por recursos externos a través de un crédito financiero.
- En base a la evaluación financiera y al análisis de los criterios de evaluación del proyecto se ha concluido que es viable y rentable ya que posee un VAN positivo de \$ 203.950,62 dólares, una tasa TIR del 59% la cuál es superior a la TMAR que es de 11,35%, esto garantiza que el proyecto está en capacidad de generar mayor rentabilidad que una inversión alternativa.
- El tiempo de recuperación de la inversión será de 1 año y 11 meses, tiempo que se cumple dentro de los objetivos corporativos, la relación costo beneficio es de 3,78 dólares, es decir, que por cada dólar invertido se gana 3,78 lo que justifica la inversión.

## 7.2. Recomendaciones

Del presente estudio de factibilidad podemos sintetizar las siguientes recomendaciones:

- Realizar un estudio comprensivo de la estructura teórica investigada en este proyecto, con la finalidad que el lector comprenda la terminología utilizada en el presente documento, sirviendo como material didáctico para nuevas investigaciones.
- Ofertar el servicio de capacitación a las empresas de la ciudad de Latacunga, priorizando todos los servicios que le hacen integral al Centro de Formación de Capacitación “CEFI”.
- Implementar el Centro de Formación Integral de Capacitación “CEFI”, en la ciudad de Latacunga, ya que se constituye en el polo de desarrollo de la provincia.
- La puesta en marcha de este proyecto debe seguir ordenadamente los parámetros y requerimientos establecidos en la presente investigación, lo que permitirá alcanzar niveles óptimos de servicio y los beneficios esperados por el inversionista.
- Aplicar correctamente estrategias de comercialización identificando las debilidades y fortalezas del mercado, desarrollando un plan que permita a la empresa obtener estabilidad y productividad frente a la competencia.
- La inversión del proyecto tiene capital propio y de terceros, por lo tanto se recomienda que en la obtención de la fuente de financiamiento de terceros se obtenga la tasa de interés más rentable.

- Diseñar un plan de publicidad y comercialización que contenga con claridad los aspectos necesarios para obtener los resultados esperados al ofertar el servicio de capacitación en la ciudad de Latacunga.
- Es necesario para el éxito del proyecto, respaldar sus actividades con una planificación estratégica consistente y flexible, que permita tomar decisiones de contingencia rápidas sobre la marcha, a fin de enfrentar eventos no previstos que pueden afectar la estabilidad de la empresa.
- El capital de trabajo respaldara el funcionamiento del negocio durante los tres primeros meses de labores, por esta razón es primordial contar con todo este dinero para evitar desfinanciamiento o incurrir en deudas no programadas que encarecerán los costos del servicio.
- Implementar el proyecto considerando que el VAN es mayor a cero y es positivo lo que implica que el proyecto es factible; la TIR es superior a la tasa mínima de rendimiento aceptable (TMAR) por lo que se recomienda la ejecución del proyecto.

## 8. BIBLIOGRAFÍA

### 8.1 Bibliografía Citada

**BACA** Gabriel. Evaluación de Proyectos. Quinta Edición, Editorial Mc Graw Hill, México, 2006. (8, 19, 48, 92, 173, 180).

**CASTRO** Raúl y **MORATE** Karen. Evaluación Económica y Social de Proyectos de Inversión .Segunda Edición. Alfa-omega S.A., Colombia 2003. (32, 34, 72, 287)

**CHAIN** Nossir. Elaboración de proyectos de inversión. Octava edición. Mc. Graw Hill. Chile, 2000. (17, 18, 169)

**CHAIN** Nossir y **CHAIN** Reinaldo. Preparación y evaluación de proyectos. Tercera edición. Mc Graw Hill S.A. Bogotá – Colombia, 2006. (15, 16, 494).

**CHIAVENATO** Idalberto, “La Administración en los Nuevos Tiempos”, Primera edición, Editorial Mc Graw Hill, Los Ángeles California. 2004. (225)

**COTRINA** Saúl, Evaluación de Proyectos de Inversión. Primera Edición. Asociación Internacional de Fomento. La Paz Bolivia. 1998. (106, 107)

**DE CENSO** David y **ROBBINS** Stephen. Administración de recursos humanos. Primera edición. Limusa S.A de CV. México DF, 2003. (17, 183)

**DESSLER** Gary, “Administración de Recursos Humanos” Segunda Edición Prentice Hall Pearson Education. México DF, 2009. (294).

**EMERY** Douglas y **FINNERTY** Jhon. Administración corporativa financiera. Primera edición. Prentice Hall Pearson Education. México DF, 2001. (44)

**HAROLD** Koontz y **HEINZ** Weinrich. Elementos de la Administración. Doceava edición. Mc Graw Hill S.A. México DF, 2006. (25, 46, 47, 494).

**KOTLER** Philip y **KELLER** Kevin. Dirección del marketing. Doceava edición. Pearson Education. México, 2007. (234, 235, 385)

**M. de BEAS** Antonio. Organización y administración de empresas. Primera edición. Mc Graw Hill S.A. España. 2001. (1, 10)

**MALHOTRA** Naresh. Investigación de Mercado un Enfoque Aplicado. Cuarta Edición. Perason Education. México. 2004. (6, 8,).

**MEDELLIN** Víctor y **OTROS**. Proyectos formulación y criterios de evaluación. Primera edición. Pearson Education. Colombia, 2009. (214, 215).

**MORATE** Karen Marie. Evaluación Financiera de Proyecto de Inversión. Segunda edición. Editorial Alfa – Omega, Colombia 2004. (1, 2, 145).

**NUÑEZ** Rafael. Manual para la Evaluación de Proyectos de Inversión. Primera Edición. Editorial Trillas. México. 2007. (107, 108).

**OCAMPO** José. Costos y Evaluación de Proyectos. Primera edición. Editorial Continental. México 2002. (143, 144)

**ZAPATA** Pedro. Contabilidad General. Cuarta Edición. McGRAW HILL. Colombia. 2002. (114, 293)



## **8.2. Bibliografía Consultada**

**FONTAINE** Ernesto. Evaluación Social de Proyectos. Duodécima Edición, Editorial Alfa Omega, Chile, 2005.

**HARTLEY** Steven y **RUDELIUS** Willian. Marketing. Novena edición. . Mc Graw Hill S.A. México DF, 2009.

**LOZANO** Javier. Gurús del marketing. Primera edición. Palomino E.I.R.L Editora. Lima Perú, 2006.

**LAWRENCE** Gitman. Principios de Administración Financiera. Décimo primera edición. Editorial Pearson Education. México DF.2007.

**VÁRELA** Rodrigo. Evaluacion económica de proyectos de inversión. Primera Edición, Editorial Pearson Education, Colombia, 2001.

### 8.3 Bibliografía Electrónica-

Banco Central del Ecuador. Disponible en Web, <http://www.bce.gob.ec>

<http://www.mapas.google.com>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Disponible en web,

<http://www.inec.gob.ec>

Superintendencia de Compañías. Disponible en la web,

<http://www.supercias.gob.ec>

Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional. Disponible en la web,

<http://www.secap.gob.ec/index.html>.

**M. Eugenio Ruiz**, el emprendedor [en línea]. [Ref. 08 Abril 2002] Disponible en la web, [http://html.rincondelvago.com/clasificacion-de-empresas\\_1.html](http://html.rincondelvago.com/clasificacion-de-empresas_1.html)

**ARBOLEDA**, clasificación de las empresas, [en línea]. [Ref. Mayo 2010].

[Colombia] Disponible en la web,

<http://www.monografias.com/trabajos21/clasificacion-empresas/clasificacion-empresas.shtml#tama%C3%B1o,anfes>.

**THOMPSON Mónica**, proceso administrativo, [en línea]. [Ref. Septiembre 2006].

Disponible en la web,

<http://www.promonegocios.net/administracion/proceso-administrativo.html>

## 9. ANEXOS

### ANEXO No 1 ENCUESTA

## UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

CARRERA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, HUMANÍSTICAS Y DEL HOMBRE  
ESPECIALIDAD: INGENIERÍA COMERCIAL

### ENCUESTA DIRIGIDA A LOS RESPONSABLES DEL TALENTO HUMANO DE LAS EMPRESAS DE LA CIUDAD DE LATACUNGA

#### INSTRUCCIONES:

Por favor siga las siguientes instrucciones, para llenar las siguientes preguntas:

- ✓ Lea y analice cada una de las preguntas antes de contestarlas.
- ✓ Demuestre su honestidad con las respuestas respectivas.
- ✓ Coloque una X, en el casillero correcto que usted lo identifique.

### CUESTIONARIO

1.- ¿Su empresa ha capacitado alguna vez a sus colaboradores?

SI ( )

NO ( )

**Si la respuesta es SI, porque lo han hecho:**

- a) Motivar al personal ( )
- b) Actualizar Conocimientos ( )
- c) Imagen de la Empresa ( )
- d) Generar utilidades ( )

**Si la respuesta es No, indique sus razones:**

- Falta de información ( )
- Considera a la capacitación como un gasto ( )
- Falta de personal especializado ( )
- Falta de un Centro Integral Eficiente ( )

**2.- ¿Conoce algún o algunos Centro de Capacitación, ubicados en la ciudad de Latacunga, indique cuáles?**

SI ( )

NO ( )

- 1)..... 2).....
- 3)..... 4).....
- 5)..... 6).....

**3.- ¿La falta de capacitación permanente que efectos ha provocado a los colaboradores de su empresa?**

- Personal desmotivado ( )
- Personal Des actualizado ( )
- Baja su productividad ( )
- Accidentes de trabajo ( )
- Otra, especifique.....

**4.- ¿Estaría dispuesto a demandar los servicios de un Centro Integral de Capacitación en la ciudad de Latacunga?**

SI ( )

NO ( )

**5.- ¿Qué tipo de servicio de capacitación demandaría usted para sus colaboradores?**

- Creación y fortalecimiento de Pymes ( )
- Relaciones Humanas ( )
- Liderazgo ( )
- Mercadotecnia y Ventas ( )
- Finanzas-Contabilidad ( )
- Proyectos ( )
- Seguridad e Higiene Industrial ( )
- Informática y Computación ( )
- Otra, especifique.....

**6.- ¿Qué servicios debería ofrecer el Centro Integral de Capacitación?**

- Personal Especializado ( )
- Procesos de Seguimiento y Evaluación ( )
- Costos moderados ( )
- Infraestructura adecuada ( )
- Transporte ( )
- Otra, especifique.....

**7.- ¿Con qué frecuencia Ud. demandaría los servicios de capacitación actualmente?**

- Bimestral ( )
- Trimestral ( )
- Cuatrimestral ( )
- Semestral ( )
- Anual ( )

**8.- ¿Cuántas horas considera adecuadas para participar en un curso de capacitación?**

- Hasta 20 horas ( )
- De 20 horas a 30 horas ( )
- De 30 horas a 50 horas ( )

➤ > de 50 horas ( )

**9.- ¿Cuál sería el precio destinado a cancelar por las horas recibidas de capacitación?**

✓ De \$40 a \$50 ( )

✓ De \$50 a \$60 ( )

✓ De \$60 a \$70 ( )

✓ > a \$70 ( )

**10.- ¿Qué horario considera el más adecuado para impartir la capacitación a sus colaboradores?**

➤ Matutino (9h00 a 13h00) ( )

➤ Vespertino (14h30 a 18h30) ( )

**11.- ¿En qué medio de comunicación de su preferencia le gustaría que se publiquen los Servicios del Centro Integral de Capacitación?**

➤ Radio ( )

➤ Televisión ( )

➤ Prensa ( )

➤ Página Web ( )

➤ Otro, especifique.....

**“MUY AMABLE POR SU GENTIL COLABORACIÓN”**

## ANEXO No 2

### CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA PARA EL ÁREA ADMINISTRATIVA

| DETALLE                   | CANTIDAD | CONSUMO kw/h SEMANAL | CONSUMO MENSUAL | TOTAL CONSUMO kw/h |
|---------------------------|----------|----------------------|-----------------|--------------------|
| Computadora de Escritorio | 4        | 12,5                 | 50,0            | 200,0              |
| Florescentes              | 8        | 1,6                  | 6,4             | 51,2               |
| Televisión                | 1        | 3,8                  | 15,0            | 15,0               |
| Otros                     | 1        | 2,5                  | 10,0            | 10,0               |
| <b>TOTAL</b>              |          |                      |                 | <b>276,2</b>       |

FUENTE: ELEPCO, Municipio, CNT  
ELABORADO POR: El Autor

## ANEXO No 3

### CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA PARA EL ÁREA DE PRODUCCIÓN

| DETALLE           | CANTIDAD | CONSUMO kw/h SEMANAL | CONSUMO MENSUAL | TOTAL CONSUMO kw/h |
|-------------------|----------|----------------------|-----------------|--------------------|
| Computadoras      | 44       | 12,50                | 50              | 2200,0             |
| Retro - Proyector | 4        | 6,25                 | 25              | 100,0              |
| Florescentes      | 8        | 1,60                 | 6               | 51,2               |
| <b>TOTAL</b>      |          |                      |                 | <b>2351,2</b>      |

FUENTE: ELEPCO, Municipio, CNT  
ELABORADO POR: El Autor

## **ANEXO No 4**

### **REQUISITOS PARA LA CONSTITUCION DEL CENTRO INTEGRAL DE CAPACITACIÓN EMPRESARIAL**

#### **RESOLUCION N0. 066-DINEPP EL MINISTERIO DE EDUCACION Y CULTURA**

##### **CONSIDERANDO:**

**QUE:** Al expedirse la Ley de Educación en vigencia se institucionaliza la educación No Escolarizada como subsistema de la educación Nacional.

**QUE:** El Decreto Ejecutivo número 634 del 19 de 1989, reforma el reglamento general la ley de educación y en su Art. 4 reorienta la acción de la educación no escolarizada y se propone “Ofrecer permanentemente oportunidades de capacitación en y para el trabajo, mejoramiento y actualización educativa, científica, cultural, profesional o tecnológica, como respuesta a las demandas del desarrollo socio-económico del país”

**QUE:** En el mismo decreto ejecutivo Art. 6 Literal g), faculta a la Dirección Nacional de Educación Popular Permanente “Autorizar la ejecución de Proyectos, acciones y modalidades de educación no escolarizada, promovidos por instituciones y personas particulares”

**QUE:** Enmarcados dentro de la educación no escolarizada se vienen promocionando y desarrollando cursos, seminarios, talleres de diferente naturaleza financiado por personas o instituciones particulares y estatales.

**QUE:** Es necesario orientar el currículo, estableciendo normas para la apertura funcionamiento y evaluación, fijación de costos de las actividades anotadas; y,



## **EN USO DE SUS ATRIBUCIONES**

### **RESUELVE**

**ART.1.-** La autorización de funcionamiento de centros de capacitación ocupacional para realizar cursos en diferentes modalidades, ejecución de proyectos, seminarios, talleres de capacitación y otros eventos de orden educativo, cultural, científico y técnico, ocupacional, presencial y a distancia de carácter fiscal, particular, municipal, y confesional de educación NO-Escolarizada, será competencia de la DINEPP.

**ART.2.-** La autorización de funcionamiento de los centros se concederá hasta por tres años de duración, los eventos enunciados en el artículo 1, tendrán una duración de tres meses hasta un año, según la intensidad de los contenidos y de carácter terminal; en este caso, autorizara la Dirección Nacional de Educación Popular permanente, no así los eventos de tres meses de tratamiento y por una sola vez dentro la provincia que autorizará los respectivos departamentos.

Las autorizaciones se concederán previas al cumplimiento de los siguientes requisitos:

- a. Solicitud al Director Nacional de Educación Nacional popular permanente o al jefe del departamento provincial correspondiente según el caso.
- b. Estudio socio económico y ocupacional de la localidad donde va a funcionar el curso.
- c. Diseño de trabajo a realizarse, especificando lo concerniente a:
  - Datos informativos
  - Plan de trabajo
  - Objetivos

- Actividades
  - Tiempo de duración
  - Horario De trabajo
- d. Programa analítico por curso
- e. Documentos de idoneidad de los profesionales que van a realizar el curso, seminario, taller, etc.
- Cuadro H1y H2 adjuntar copias certificadas de los títulos del personal (El de mayor jerarquía a excepción de los de artesanía popular).
- f. Presupuestos: Ingresos y Egresos
- g. Contratos de trabajo.
- h. Contratos de arrendamiento o títulos de propiedades de los locales.
- i. Inventarios de equipo, maquinarias, muebles y otros.
- j. Informe de la supervisión provincial de Educación Popular Permanente sobre aspectos técnicos, administrativos y materiales, con el visto bueno del jefe del departamento.

**ART.3.-** Los eventos señalados en el Art. 1 serán dirigidos únicamente por ciudadanos ecuatorianos.

**ART.4.-** Al término de los eventos señalados en los artículos precedentes se concederán certificados de aprobación según el formato elaborado por la Dirección Nacional de Educación Popular Permanente, documento que no tendrá otro valor que el de los costos de impresión.

**ART.5.-** Ninguna institución ni persona natural o jurídica podrá poner en funcionamiento cursos, seminarios, talleres de capacitación de orden educativo, cultural, científico, técnico, ocupacional, en presencia o a distancia y otros

eventos de carácter no escolarizado sin contar con la resolución de autorización, salvo los de sostenimiento fiscal, caso contrario será sancionada de conformidad al Art. 177 del reglamento general de la ley de educación.

**ART.6.-** Un centro ocupacional será autorizado de una hasta cinco ramas diferentes, con opción a un curso cada uno, si se trata de una sola rama, hasta con cinco especialidades.

**ART.7.-** Los cursos serán terminales, no se permitirá la división en ciclos, niveles u otras modalidades que fraccionen la especialidad autorizada, los contenidos se referirán al tiempo determinado para el desarrollo del curso.

**ART.8.-** El propietario de un centro ocupacional no podrá abrir sucursales en ningún lugar del país.

**ART.9.-** El costo de matrícula, pensiones y el alza de las mismas se solicitarán a la Comisión de Fijación de costos de la educación no escolarizada, que debe organizarse para cumplir con esta función específica, la cual emitirá la resolución según el Art.179 del reglamento de la ley de educación.

**ART.10.-** No se permitirá cobros adicionales a la matrícula y pensiones mensuales, como derechos de tesis.

## **ANEXO No 5**

### **Reunión con responsable de la DINEPP**

Latacunga, 09 de Noviembre de 2010

Realizada la investigación de campo respectiva, al mantener un diálogo con el señor licenciado Jorge Reyes Jiménez Jefe de la División de Educación Popular Permanente de la Dirección Provincial de Educación de Cotopaxi se llegaron a las siguientes conclusiones:

1.- Un Centro de Capacitación Ocupacional puede ser constituido por cualquier persona natural o jurídica debidamente establecida en los organismos correspondientes, es decir, el Centro Integral de Capacitación que es objeto de la presente investigación se puede constituir como:

- Empresa
- ONG'S
- Fundaciones, grupos, asociaciones, etc.
- Por cualquier persona natural establecida legalmente en el país

2.- Se podrá dictar hasta un máximo de cinco carreras, mismas que serán establecidas según los requerimientos del ofertante.

3.- El tiempo de duración del permiso de funcionamiento será de un año calendario renovable previo al cumplimiento de los requisitos que rigen en el art. 66 de DINEPP.

4.- Se otorgaran permisos de funcionamiento de hasta tres años únicamente en la Matriz ubicada en Quito previo a la cancelación de \$100 dólares correspondientes a un derecho por el permiso de funcionamiento, adicional se pagará \$100 por cada carrera que se dictará

5.- Los Certificados de los cursos dictados serán otorgados y abalizados únicamente por la DINEPP.

## ANEXO No 6

### PROFORMA SISTEMA FÉNIX



|  |  |  |
|--|--|--|
| <b>ADS SOFTWARE CIA. LTDA.</b><br>www.adsecuador.com | <b>COTIZACION</b><br><b>Sistema Administrativo Integrado</b> | <br><b>IEI</b><br><b>Título No. 8237</b> |
| <b>SISTEMA FENIX</b>                                 | <b>Código: SFCC - 01    Año: 2011</b>                        |  |

- El Soporte Técnico se lo realizará vía: Remota, Telefónica, E-mail, en horario de Lunes a Viernes de 08:00 a 12:00 y 14:00 a 18:00, Teléfonos: (03)2813 809; 2807 699; 2802 445; 2660 421; Ext. 14 – 15 – 16. Movistar: 098 548 169 Email: [adssosporte@adsecuador.com](mailto:adssosporte@adsecuador.com)
- Servicio Técnico presencial, fuera de la zona urbana se cobrará movilización del técnico y su pago será en efectivo, previa cita al Departamento Técnico.
- La conexión remota se realizara vía Terminal Server para el acceso de los clientes.

**3.- Cotización y oferta de los Sistemas Fénix.**

| Paquete incluye   | Valor Unitario | Valor Total |
|---|----------------|-------------|
| SOFTWARE FENIX COMERCIAL CONTABLE. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Software para Un Servidor</li> <li>• Instalación con datos reales de la empresa.</li> <li>• 20 horas de capacitación e implementación.</li> </ul> | 1.500,00       | 1.500,00    |
| <b>SUBTOTAL</b>   |                | 1.500,00    |
| <b>IVA</b>  |                | 180,00      |
| <b>TOTAL</b>  |                | 1.680,00    |

**4.- Formas de pago del Sistema FÉNIX:**

- ✓ Contado: 10% Descuento.
- ✓ Crédito: (40% de entrada o firma del contrato, saldo a 30 y 60 días).
- ✓ Con tarjeta de crédito: (Visa y Mastercard Banco Pichicha, Internacional, Pacifico; Diners)
- ✓ Los pagos deben ser realizados en las fechas establecidas, caso contrario se facturará gastos administrativos, cobranza y financiamiento.
- ✓ Tiempo de validez de la cotización 15 días.

Atentamente,



ANEXO No 7

PROFORMA PUBLICIDAD



3.- Radio Novedades por su diversa programación es una Emisora muy popular en la Colectividad, llega a todos los estratos sociales especialmente a la gente de Clase Media, nuestra gran mayoría de Oyentes son mayores de 21 años, es decir llegamos a la gente económicamente activa.

**OFRECEMOS:**

1.- 12 cuñas diarias en todos los programas Noticiosos, Deportivos y de Opinión Ciudadana, todos los días en el siguiente horario:

6H30-7H30-8H30-9H30-10H30-11H30-12H30-14H30-15H30-16H30-17H30-18H30

3.- Absoluto cumplimiento

**VALOR DE LA PROPUESTA: \$ 200,00 + IVA  
(DOSCIENTOS DOLARES MENSUALES MAS IVA )**

ATENTAMENTE

Oscar F. Erazo G.  
GERENTE

radio  
NOVEDADES

## ANEXO No 8

### PROFORMA EQUIPO DE CÓMPUTO



RUC: 0602810772001

LATACUNGA: CALLE FELIX VALENCIA Y DOS DE MAYO TELF: 032807788  
Suc. 1 AV. Mariscal Sucre S 11-313 y Alonso de Angulo (PINTADO) TEL-022644 087  
Oficina Central. Toribio Montes 564 y Av. las Casas TEL- 022508743

ASESOR: AMANDA SALCEDO  
TELEFONO: 084031977

CLIENTE: JAIME VEGA  
FECHA: 27-07-2011

#### PROFORMA

|   |            |
|---|------------|
| ✓ PROCESADOR                                | HP 425 AMD |
| ✓ DISCO DURO                                | 320GB      |
| ✓ MEMORIA DDB3                              | 2GB        |
| ✓ DVD WRITER LECTOR QUEMADOR                | SI         |
| ✓ LECTOR DE TARIETAS                        | SI         |
| ✓ CAMARA WEB                                | SI         |
| ✓ PARLANTES Y TECLADO INCORPORADOS          | SI         |
| ✓ WIRELESS( RED INALAMBIRICA PARA INTERNET) | SI         |

ESTUCHE O MALETIN+ MINI MOUSE

CONTADO PVP \$

PRECIO OFERTA: \$ 510.00

#### REQUISITOS

Copia de Cédula  
Dos referencias personales con Telf. Convencional  
Copia de planilla de agua.

#### SERVICIOS

Garantía Hasta 3 años  
Mantenimiento GRATUITO (3 veces por año)  
Disponibilidad inmediata



[www.pckomputers.com](http://www.pckomputers.com) OFERTA: \$ 510.00



RUC: 0602810772001

**Suc. Latacunga: Felix Valencia Y 2 de mayo TEL.-032807788**

Suc Calderon: Calle Carapungo3240 y Quitus Telf: 2825523

Suc. Maldonado: Av Maldonado 526-13 y Cusubamba Telf: 2687043

Suc. Pintado: Av Mariscal Sucre S11 313 y Alonso de Angulo Telf: 2644 087

Suc Sangolqui: Av. Gnral. Enriquez 3039 Telf. 2334541

Oficina Central. Toribio Montes 564 y Av. las Casas TEL- 2508743

EJECUTIVO: AMANDA SALCEDO

CLIENTE: JAIME VEGA

TELF: 084031977

FECHA: 27-07-2011

**PROFORMA**

|  |                            |
|--|----------------------------|
| PROCESADOR                                 | INTEL DUAL CORE<br>3.2 ghz |
| MAINBOARD                                  | CHIP INTEL                 |
| Tarjeta de red 10/1000                     | SI                         |
| Tarjeta de sonido 3D                       | SI                         |
| Tarjeta de video 128 mb                    | SI                         |
| Lector de tarjetas 7.1( micro,sd,usb )     | SI                         |
| DISCO DURO 7200RPM                         | 500 GB                     |
| MEMORIA DDR3 ( SATA) 800 MHZ               | 2GB                        |
| DVD WRITER LECTOR QUEMADOR                 | SI                         |
| CASE 7 PUERTOSUSB                          | SI                         |
| MOUSE OPTICO CON SCROLL                    | SI                         |
| TECLADO FULL MULTIMEDIA                    | SI                         |
| PARLANTES 2 PIEZAS                         | SI                         |
| REGULADOR                                  | SI                         |
| MONITOR LCD 18.5 LG O SAMSUNG              | SI                         |
| MESA 2 NIVELES                             | SI                         |
| AUDIFONOS, CAMARA WEB, COBERTORES Y SILLA. | SI                         |

**INCLUIDO:**

· IMPRESORA SISTEMA DE TINTA: \$ 95.00

· 4 PROYECTORES: \$715.00 C/U

**REQUISITOS**

**SERVICIOS:**

Garantía Hasta 3 años ✓

Mantenimiento GRATUITO (3 veces por año) ✓

Disponibilidad inmediata

**PRECIO DE OFERTA: \$ 455.00 c/u**





ANEXO No 10

PROFORMA MUEBLES Y ENCERES



**ALMACEN VILLAR TELL**

Dirección: Av. Amazonas  
7134 y Calixto Pino  
Teléfono: (03) 2802 049  
Cel: 087 317 953  
Latacunga - Ecuador

- △ Hornos
- △ Vitrinas
- △ Frigoríficos
- △ Estanterías
- △ Muebles de Oficina
- △ Divisiones Modulares

**PROFORMA**

Nº 000044

Fecha: 27 Julio 2011 Ciudad: Latacunga  
 Comprador (es): Señor Jaime Vega R.U.C. / C.I.: 0502347891001  
 Razón Social: \_\_\_\_\_ Vendedor: \_\_\_\_\_  
 Dirección Establecimiento: Sanchez de Divalana y Punicholui  
 Teléfono: 092768740 Fax: \_\_\_\_\_

| CANT.                         | REF.  | COLOR  | DETALLE   | PRECIO            | TOTAL          |
|-------------------------------|-------|--------|---|-------------------|----------------|
| 1                             | 1542  | Negro  | Un activador metálico de 4 gavetas con chapa incorporada  | 187.50            | 187.50         |
| 10                            | 34    | Negros | Baxiteros metálicos color negro   | 25                | 250            |
| 2                             | 3910E | Zepefy | Estaciones de trabajo en L estructura metálica con cajonero de 3 gavetas, escritorio de cable y un porta telado móvil de faldones de 145 x 145. | 245.54            | 491.08         |
| 2                             | 1512  | Zepefy | Escritorios modelo secretaria de 3 gavetas para losse y tablero superior en metalminise.  | 183.04            | 366.08         |
| 4                             | 008E  | Negro  | Sillas giratorias modelo eco hidráulica base y ruedas de nylon  | 78.57             | 314.28         |
| 8                             | 1583  | Negro  | Papeleros metálicos de tres pisos color negro.  | 20.54             | 164.32         |
| 2                             | 036   | Negro  | Silla TP personal con brazos modelo giraffeti estructura en tubo cuadrado perforado.  | 156.25            | 312.50         |
| 4                             | P2C   | Blanco | Pizarra de fibra líquida plancha completa con porta bebedor. Medidas: 2.44 x 1.20.  | 84.82             | 339.28         |
|                               |       |        |   | <b>SUBTOTAL</b>   | <b>2425.04</b> |
| Forma de Pago: <u>Contado</u> |       |        |   | <b>12% I.V.A.</b> | <b>291.00</b>  |
|                               |       |        |   | <b>TOTAL</b>      | <b>2716.04</b> |

  
FIRMA DEL CLIENTE

 **Eduardo A. Villar B**  
RUC: 1709950355001  
**MUEBLES DE OFICINA**  
Dir. Av. Amazonas 7134 y Calixto Pino  
Latacunga - Ecuador  
Tel. (03) 2802 049 - Cel. 087 317 953  
FIRMA DEL VENDEDOR



**ANEXO No 12**  
**RESUMEN DE COSTOS**

| DETALLE                              | AÑO 1                | AÑO 2                | AÑO 3                | AÑO 4                | AÑO 5                |
|--------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| <b>COSTOS VARIABLES</b>              | MONTO                | MONTO                | MONTO                | MONTO                | MONTO                |
| <i>Esferos</i>                       | \$ 1.147,44          | \$ 1.352,22          | \$ 1.576,92          | \$ 1.824,84          | \$ 2.092,80          |
| <i>Hojas de papel boon</i>           | \$ 430,29            | \$ 461,94            | \$ 495,34            | \$ 531,18            | \$ 568,20            |
| <i>Cd`s</i>                          | \$ 3.073,50          | \$ 3.402,36          | \$ 3.756,78          | \$ 4.142,88          | \$ 4.551,84          |
| <i>Carpetas</i>                      | \$ 860,58            | \$ 1.046,88          | \$ 1.252,26          | \$ 1.479,60          | \$ 1.726,56          |
| <i>Certificado del curso</i>         | \$ 8.196,00          | \$ 8.854,86          | \$ 9.554,28          | \$ 10.307,88         | \$ 11.091,84         |
| <b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>        | <b>\$ 13.707,81</b>  | <b>\$ 15.118,26</b>  | <b>\$ 16.635,58</b>  | <b>\$ 18.286,38</b>  | <b>\$ 20.031,24</b>  |
| <b>COSTO FIJOS</b>                   |                      |                      |                      |                      |                      |
| <i>Instructores</i>                  | \$ 25.920,00         | \$ 26.697,60         | \$ 27.498,53         | \$ 28.323,48         | \$ 29.173,19         |
| <i>Jefe de capacitación</i>          | \$ 7.290,00          | \$ 7.508,70          | \$ 7.733,96          | \$ 7.965,98          | \$ 8.204,96          |
| <i>Energía Eléctrica</i>             | \$ 2.680,37          | \$ 2.680,37          | \$ 2.843,60          | \$ 2.928,91          | \$ 3.016,78          |
| <i>Agua</i>                          | \$ 14,40             | \$ 14,40             | \$ 15,28             | \$ 15,74             | \$ 16,21             |
| <i>Teléfono</i>                      | \$ 120,00            | \$ 120,00            | \$ 127,31            | \$ 131,13            | \$ 135,06            |
| <i>Internet</i>                      | \$ 1.020,00          | \$ 1.050,60          | \$ 1.082,12          | \$ 1.114,58          | \$ 1.148,02          |
| <i>Marcadores</i>                    | \$ 360,00            | \$ 360,00            | \$ 381,92            | \$ 393,38            | \$ 405,18            |
| <i>Borradores</i>                    | \$ 144,00            | \$ 144,00            | \$ 152,77            | \$ 157,35            | \$ 162,07            |
| <i>Escobas</i>                       | \$ 18,00             | \$ 18,00             | \$ 19,10             | \$ 19,67             | \$ 20,26             |
| <i>Ambientales</i>                   | \$ 102,00            | \$ 102,00            | \$ 108,21            | \$ 111,46            | \$ 114,80            |
| <i>Recogedor de basura</i>           | \$ 18,00             | \$ 18,00             | \$ 19,10             | \$ 19,67             | \$ 20,26             |
| <i>Desinfectantes</i>                | \$ 43,20             | \$ 43,20             | \$ 45,83             | \$ 47,21             | \$ 48,62             |
| <i>Fundas de basura</i>              | \$ 36,00             | \$ 36,00             | \$ 38,19             | \$ 39,34             | \$ 40,52             |
| <i>Depreciaciones</i>                | \$ 12.990,94         | \$ 12.990,94         | \$ 12.990,94         | \$ 12.990,94         | \$ 12.990,94         |
| <i>Amortizaciones</i>                | \$ 706,35            | \$ 706,35            | \$ 706,35            | \$ 706,35            | \$ 706,35            |
| <i>Gastos administrativos</i>        | \$ 29.361,47         | \$ 30.242,31         | \$ 31.149,58         | \$ 32.084,07         | \$ 33.046,59         |
| <i>Gastos de venta</i>               | \$ 15.668,80         | \$ 16.138,86         | \$ 16.623,03         | \$ 17.121,72         | \$ 17.635,37         |
| <b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>            | <b>\$ 96.493,52</b>  | <b>\$ 98.871,33</b>  | <b>\$ 101.535,81</b> | <b>\$ 104.170,97</b> | <b>\$ 106.885,18</b> |
| <b>TOTAL COSTOS FIJOS+ VARIABLES</b> | <b>\$ 110.201,33</b> | <b>\$ 113.989,59</b> | <b>\$ 118.171,39</b> | <b>\$ 122.457,34</b> | <b>\$ 126.916,41</b> |
| <b>COSTO UNITARIO</b>                | <b>\$ 26,89</b>      | <b>\$ 26,13</b>      | <b>\$ 25,48</b>      | <b>\$ 24,83</b>      | <b>\$ 24,26</b>      |

**ANEXO No 13**  
**RESUMEN DE VENTAS**

| <b>DETALLE</b>        | <b>2.012</b>         | <b>2.013</b>         | <b>2.014</b>         | <b>2.015</b>         | <b>2.016</b>         |
|-----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Unidades proyectadas  | 4.830                | 5.628                | 6.342                | 7.098                | 7.620                |
| PVP                   | \$ 40,00             | \$ 41,20             | \$ 42,44             | \$ 43,71             | \$ 45,02             |
| <b>VENTAS ANUALES</b> | <b>\$ 193.200,00</b> | <b>\$ 231.873,60</b> | <b>\$ 269.129,11</b> | <b>\$ 310.247,05</b> | <b>\$ 343.055,09</b> |

**FUENTE:** Estudio Técnico  
**ELABORADO POR:** El Autor

**ANEXO No 14**  
**COSTO DE CAPACITACIÓN AÑO 2012**

| <b>MATERIALES PARA CAPACITACIÓN</b>        |          |           |                    |                     |
|--|----------|-----------|--------------------|---------------------|
| ÍTEM                                       | UNIDAD   | CANTIDAD  | PRECIO COMPRA      | COSTO ANUAL         |
| <i>Esferos</i>                             | UNIDAD   | 4.830     | \$ 0,28            | \$ 1.352,40         |
| <i>Hojas de papel boon</i>                 | RESMAS   | 144,9     | \$ 3,50            | \$ 507,15           |
| <i>Cd`s</i>                                | UNIDAD   | 4830      | \$ 0,75            | \$ 3.622,50         |
| <i>Carpetas</i>                            | UNIDAD   | 4830      | \$ 0,21            | \$ 1.014,30         |
| Certificado del curso                      | UNIDAD   | 4.830     | \$ 2,00            | \$ 9.660,00         |
| <b>SUELDO PARA INSTRUCTORES</b>            |          |           |                    |                     |
| Plaza                                      | Cantidad | Turno/día | Sueldo             | Sueldo anual        |
| <i>Instructores</i>                        | 4        | 2         | \$ 540,00          | \$ 25.920,00        |
| <b>GASTOS GENERALES</b>                    |          |           |                    |                     |
| ÍTEM                                       | UNIDAD   | CANTIDAD  | PRECIO COMPRA      | COSTO ANUAL         |
| <i>Jefe de capacitación</i>                | 1        | 1         | \$ 607,50          | \$ 7.290,00         |
| <i>Energía Eléctrica</i>                   | Kw/h     | 28.214    | \$ 0,10            | \$ 2.680,37         |
| <i>Agua</i>                                | m3       | 36        | \$ 0,40            | \$ 14,40            |
| <i>Teléfono</i>                            | Minutos  | 1.200     | \$ 0,10            | \$ 120,00           |
| <i>Internet</i>                            |          |           | \$ 85,00           | \$ 1.020,00         |
| <i>Marcadores</i>                          | UNIDAD   | 400       | \$ 0,90            | \$ 360,00           |
| <i>Borradores</i>                          | UNIDAD   | 96        | \$ 1,50            | \$ 144,00           |
| <i>Escobas</i>                             | UNIDAD   | 12        | \$ 1,50            | \$ 18,00            |
| <i>Ambientales</i>                         | UNIDAD   | 24        | \$ 4,25            | \$ 102,00           |
| <i>Recogedor de basura</i>                 | UNIDAD   | 12        | \$ 1,50            | \$ 18,00            |
| <i>Desinfectantes</i>                      | UNIDAD   | 24        | \$ 1,80            | \$ 43,20            |
| <i>Fundas de basura</i>                    | Paquete  | 24        | \$ 1,50            | \$ 36,00            |
| <i>Depreciaciones</i>                      |          |           |                    | \$ 12.990,94        |
| <b>COSTO TOTAL</b>                         |          |           |                    | <b>\$ 66.913,26</b> |
| <b>COSTO UNITARIO</b>                      |          |           |                    | <b>\$ 13,85</b>     |
| <b>Costo mensual ( Capital de trabajo)</b> |          |           | <b>\$ 2.246,76</b> |                     |

**FUENTE:** Estudio Técnico  
**ELABORADO POR:** El Autor

**ANEXO No 15**  
**COSTO DE CAPACITACIÓN AÑO 2013**

| <b>MATERIALES PARA CAPACITACIÓN</b> |          |           |               |                     |
|-------------------------------------|----------|-----------|---------------|---------------------|
| ÍTEM                                | UNIDAD   | CANTIDAD  | PRECIO COMPRA | COSTO ANUAL         |
| Esferos                             | UNIDAD   | 5.628     | \$ 0,31       | \$ 1.744,68         |
| Hojas de papel boon                 | RESMAS   | 168,84    | \$ 3,53       | \$ 596,01           |
| Cd's                                | UNIDAD   | 5.628     | \$ 0,78       | \$ 4.389,84         |
| Carpetas                            | UNIDAD   | 5.628     | \$ 0,24       | \$ 1.350,72         |
| Certificado del curso               | UNIDAD   | 5.628     | \$ 2,03       | \$ 11.424,84        |
| <b>SUELDO PARA INSTRUCTORES</b>     |          |           |               |                     |
| Plaza                               | Cantidad | Turno/día | Sueldo        | Sueldo anual        |
| <i>Instructores</i>                 | 4        | 1         | \$ 556,20     | \$ 26.697,60        |
| <b>GASTOS GENERALES</b>             |          |           |               |                     |
| ÍTEM                                | UNIDAD   | CANTIDAD  | PRECIO COMPRA | COSTO ANUAL         |
| <i>Jefe de capacitación</i>         | 1        | 1         | \$ 625,73     | \$ 7.508,70         |
| <i>Energía Eléctrica</i>            | Kw/h     | 28.214    | \$ 0,10       | \$ 2.680,37         |
| <i>Agua</i>                         | m3       | 36        | \$ 0,41       | \$ 14,40            |
| <i>Teléfono</i>                     | Minutos  | 1.200     | \$ 0,10       | \$ 120,00           |
| <i>Internet</i>                     |          |           | \$ 87,55      | \$ 1.050,60         |
| <i>Marcadores</i>                   | UNIDAD   | 400       | \$ 0,93       | \$ 360,00           |
| <i>Borradores</i>                   | UNIDAD   | 96        | \$ 1,55       | \$ 144,00           |
| <i>Escobas</i>                      | UNIDAD   | 12        | \$ 1,55       | \$ 18,00            |
| <i>Ambientales</i>                  | UNIDAD   | 24        | \$ 4,38       | \$ 102,00           |
| <i>Recogedor de basura</i>          | UNIDAD   | 12        | \$ 1,55       | \$ 18,00            |
| <i>Desinfectantes</i>               | UNIDAD   | 24        | \$ 1,85       | \$ 43,20            |
| <i>Fundas de basura</i>             | Paquete  | 24        | \$ 1,55       | \$ 36,00            |
| <i>Depreciaciones</i>               |          |           |               | \$ 12.990,94        |
| <b>COSTO TOTAL</b>                  |          |           |               | <b>\$ 71.289,89</b> |
| <b>COSTO UNITARIO</b>               |          |           |               | <b>\$ 12,67</b>     |

FUENTE: Estudio Técnico  
ELABORADO POR: El Autor

**ANEXO No 16**  
**COSTO DE CAPACITACIÓN AÑO 2014**

| <b>MATERIALES PARA CAPACITACIÓN</b> |          |           |               |                     |
|-------------------------------------|----------|-----------|---------------|---------------------|
| ÍTEM                                | UNIDAD   | CANTIDAD  | PRECIO COMPRA | COSTO ANUAL         |
| Esferos                             | UNIDAD   | 6.342     | \$ 0,34       | \$ 2.156,28         |
| Hojas de papel boon                 | RESMAS   | 190,26    | \$ 3,56       | \$ 677,33           |
| Cd`s                                | UNIDAD   | 6.342     | \$ 0,81       | \$ 5.137,02         |
| Carpetas                            | UNIDAD   | 6.342     | \$ 0,27       | \$ 1.712,34         |
| Certificado del curso               | UNIDAD   | 6.342     | \$ 2,06       | \$ 13.064,52        |
| <b>SUELDO PARA INSTRUCTORES</b>     |          |           |               |                     |
| Plaza                               | Cantidad | Turno/día | Sueldo        | Sueldo anual        |
| <i>Instructores</i>                 | 4        | 1         | \$ 572,89     | \$ 27.498,53        |
| <b>GASTOS GENERALES</b>             |          |           |               |                     |
| ÍTEM                                | UNIDAD   | CANTIDAD  | PRECIO COMPRA | COSTO ANUAL         |
| <i>Jefe de capacitación</i>         | 1        | 1         | \$ 644,50     | \$ 7.733,96         |
| <i>Energía Eléctrica</i>            | Kw/h     | 28.214    | \$ 0,10       | \$ 2.843,60         |
| <i>Agua</i>                         | m3       | 36        | \$ 0,42       | \$ 15,28            |
| <i>Teléfono</i>                     | Minutos  | 1.200     | \$ 0,11       | \$ 127,31           |
| <i>Internet</i>                     |          |           | \$ 90,18      | \$ 1.082,12         |
| <i>Marcadores</i>                   | UNIDAD   | 400       | \$ 0,95       | \$ 381,92           |
| <i>Borradores</i>                   | UNIDAD   | 96        | \$ 1,59       | \$ 152,77           |
| <i>Escobas</i>                      | UNIDAD   | 12        | \$ 1,59       | \$ 19,10            |
| <i>Ambientales</i>                  | UNIDAD   | 24        | \$ 4,51       | \$ 108,21           |
| <i>Recogedor de basura</i>          | UNIDAD   | 12        | \$ 1,59       | \$ 19,10            |
| <i>Desinfectantes</i>               | UNIDAD   | 24        | \$ 1,91       | \$ 45,83            |
| <i>Fundas de basura</i>             | Paquete  | 24        | \$ 1,59       | \$ 38,19            |
| <i>Depreciaciones</i>               |          |           |               | \$ 12.990,94        |
| <b>COSTO TOTAL</b>                  |          |           |               | <b>\$ 75.804,34</b> |
| <b>COSTO UNITARIO</b>               |          |           |               | <b>\$ 11,95</b>     |

FUENTE: Estudio Técnico  
ELABORADO POR: El Autor



**ANEXO No 17**  
**COSTO DE CAPACITACIÓN AÑO 2015**

| <b>MATERIALES PARA CAPACITACIÓN</b> |          |           |               |                     |
|-------------------------------------|----------|-----------|---------------|---------------------|
| ÍTEM                                | UNIDAD   | CANTIDAD  | PRECIO COMPRA | COSTO ANUAL         |
| Esferos                             | UNIDAD   | 7.098     | 0,37          | \$ 2.626,26         |
| Hojas de papel boon                 | RESMAS   | 212,94    | 3,59          | \$ 764,45           |
| Cd`s                                | UNIDAD   | 7.098     | 0,84          | \$ 5.962,32         |
| Carpetas                            | UNIDAD   | 7.098     | 0,3           | \$ 2.129,40         |
| Certificado del curso               | UNIDAD   | 7.098     | 2,09          | \$ 14.834,82        |
| <b>SUELDO PARA INSTRUCTORES</b>     |          |           |               |                     |
| Plaza                               | Cantidad | Turno/día | Sueldo        | Sueldo anual        |
| <i>Instructores</i>                 | 4        | 1         | \$ 590,07     | \$ 28.323,48        |
| <b>GASTOS GENERALES</b>             |          |           |               |                     |
| ÍTEM                                | UNIDAD   | CANTIDAD  | PRECIO COMPRA | COSTO ANUAL         |
| <i>Jefe de capacitación</i>         | 1        | 1         | \$ 663,83     | \$ 7.965,98         |
| <i>Energía Eléctrica</i>            | Kw/h     | 28.214    | \$ 0,104      | \$ 2.928,91         |
| <i>Agua</i>                         | m3       | 36        | \$ 0,44       | \$ 15,74            |
| <i>Teléfono</i>                     | Minutos  | 1.200     | \$ 0,11       | \$ 131,13           |
| <i>Internet</i>                     |          | 92,88     | \$ 92,88      | \$ 1.114,58         |
| <i>Marcadores</i>                   | UNIDAD   | 400       | \$ 0,98       | \$ 393,38           |
| <i>Borradores</i>                   | UNIDAD   | 96        | \$ 1,64       | \$ 157,35           |
| <i>Escobas</i>                      | UNIDAD   | 12        | \$ 1,64       | \$ 19,67            |
| <i>Ambientales</i>                  | UNIDAD   | 24        | \$ 4,64       | \$ 111,46           |
| <i>Recogedor de basura</i>          | UNIDAD   | 12        | \$ 1,64       | \$ 19,67            |
| <i>Desinfectantes</i>               | UNIDAD   | 24        | \$ 1,97       | \$ 47,21            |
| <i>Fundas de basura</i>             | Paquete  | 24        | \$ 1,64       | \$ 39,34            |
| <i>Depreciaciones</i>               |          |           |               | \$ 12.990,94        |
| <b>COSTO TOTAL</b>                  |          |           |               | <b>\$ 80.576,09</b> |
| <b>COSTO UNITARIO</b>               |          |           |               | <b>\$ 11,35</b>     |

FUENTE: Estudio Técnico  
ELABORADO POR: El Autor

**ANEXO No 18**  
**COSTO DE CAPACITACIÓN AÑO 2016**

| <b>MATERIALES PARA CAPACITACIÓN</b> |          |           |               |                     |
|-------------------------------------|----------|-----------|---------------|---------------------|
| ÍTEM                                | UNIDAD   | CANTIDAD  | PRECIO COMPRA | COSTO ANUAL         |
| Esferos                             | UNIDAD   | 7.620     | \$ 0,40       | \$ 3.048,00         |
| Hojas de papel boon                 | RESMAS   | 228,6     | \$ 3,62       | \$ 827,53           |
| Cd`s                                | UNIDAD   | 7.620     | \$ 0,87       | \$ 6.629,40         |
| Carpetas                            | UNIDAD   | 7.620     | \$ 0,33       | \$ 2.514,60         |
| Certificado del curso               | UNIDAD   | 7.620     | \$ 2,12       | \$ 16.154,40        |
| <b>SUELDO PARA INSTRUCTORES</b>     |          |           |               |                     |
| Plaza                               | Cantidad | Turno/día | Sueldo        | Sueldo anual        |
| <i>Instructores</i>                 | 4        | 1         | \$ 607,77     | \$ 29.173,19        |
| <b>GASTOS GENERALES</b>             |          |           |               |                     |
| ÍTEM                                | UNIDAD   | CANTIDAD  | PRECIO COMPRA | COSTO ANUAL         |
| <i>Jefe de capacitación</i>         | 1        | 1         | \$ 683,75     | \$ 8.204,96         |
| <i>Energía Eléctrica</i>            | Kw/h     | 28.214    | \$ 0,11       | \$ 3.016,78         |
| <i>Agua</i>                         | m3       | 36        | \$ 0,45       | \$ 16,21            |
| <i>Teléfono</i>                     | Kilos    | 1.200     | \$ 0,11       | \$ 135,06           |
| <i>Internet</i>                     | Litros   | 95,67     | \$ 95,67      | \$ 1.148,02         |
| <i>Marcadores</i>                   | Litros   | 400       | \$ 1,01       | \$ 405,18           |
| <i>Borradores</i>                   | Litros   | 96        | \$ 1,69       | \$ 162,07           |
| <i>Escobas</i>                      | Litros   | 12        | \$ 1,69       | \$ 20,26            |
| <i>Ambientales</i>                  | Unidad   | 24        | \$ 4,78       | \$ 114,80           |
| <i>Recogedor de basura</i>          | Unidad   | 12        | \$ 1,69       | \$ 20,26            |
| <i>Desinfectantes</i>               | Unidad   | 24        | \$ 2,03       | \$ 48,62            |
| <i>Fundas de basura</i>             | Unidad   | 24        | \$ 1,69       | \$ 40,52            |
| <i>Depreciaciones</i>               |          |           |               | \$ 12.990,94        |
| <b>COSTO TOTAL</b>                  |          |           |               | <b>\$ 84.670,80</b> |
| <b>COSTO UNITARIO</b>               |          |           |               | <b>\$ 11,11</b>     |

FUENTE: Estudio Técnico  
ELABORADO POR: El Autor