



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA COMERCIAL

Trabajo de Titulación Previo a la Obtención del Título de Ingeniería Comercial

**Plan De Negocios Para La Creación De Una Empresa Capacitadora A Nivel
Nacional Para Medianas Y Grandes Empresas De Los Sectores Petrolero Y
Minero, Ubicada En El Distrito Metropolitano De Quito**

Pablo Efraín Reyes Zurita

Quito, octubre de 2020

Plan De Negocios Para La Creación De Una Empresa Capacitadora A Nivel Nacional
Para Medianas Y Grandes Empresas De Los Sectores Petrolero Y Minero, Ubicada En
El Distrito Metropolitano de Quito

por

Pablo Efraín Reyes Zurita

Octubre 2020

Aprobado:

Mariana, Gallardo R., MBA., Tutor

Geovanny, Reyes S., MBA. PhD (c), Presidente del Tribunal

Sandra R., Villacís, Msc. PhD (c), Miembro del Tribunal

Diana, González C., Msc., Miembro del Tribunal

Aceptado y Firmado: _____ 13, 10, 2020

Geovanny, Reyes

Aceptado y Firmado: _____ 13, 10, 2020

Mariana, Gallardo

Aceptado y Firmado: _____ 13, 10, 2020

Diana, González

Aceptado y Firmado: _____ 13, 10, 2020

Sandra, Villacís

_____ 13, 10, 2020

Geovanny, Reyes, PhD (c)
Presidente del Tribunal
Universidad Internacional del Ecuador

Autoría del Trabajo de Titulación

Yo, Pablo Efraín Reyes Zurita, declaro bajo juramento que el trabajo de titulación titulado **Plan de negocios para la creación de una empresa capacitadora a nivel nacional para medianas y grandes empresas de los sectores petrolero y minero, ubicada en el Distrito Metropolitano de Quito**, es de mi autoría y exclusiva responsabilidad legal y académica; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional, habiéndose citado las fuentes correspondientes y respetado las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.



Pablo Efraín Reyes Zurita

Correo electrónico: pablete_erz@hotmail.com

Autorización de Derechos de Propiedad Intelectual

Yo, Pablo Efraín Reyes Zurita, en calidad de autor del trabajo de investigación titulado Plan de negocios para la creación de una empresa capacitadora a nivel nacional para medianas y grandes empresas de los sectores petrolero y minero, ubicada en el Distrito Metropolitano de Quito, autorizo a la Universidad Internacional del Ecuador (UIDE) para hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen o de parte de los que contiene esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación. Los derechos que como autor me corresponden, lo establecido en los artículos 5, 6, 8,19 y demás pertinentes de la Ley de Propiedad Intelectual y su reglamento en Ecuador.

D.M. Quito, octubre de 2020



Pablo Efraín Reyes Zurita

Correo electrónico: pablete_erz@hotmail.com

Dedicatoria

Esta tesis la dedico a mi constancia, paciencia y esfuerzo, valores que he adquirido a pesar de los inconvenientes que se han presentado a lo largo de mi vida estudiantil.

Agradecimiento

Agradezco a Dios, quien me regala cada día, para seguir luchando por conseguir mis metas, aprender de mis fracasos, levantarme y seguir venciendo las dificultades que se presentan en mi vida.

Resumen Ejecutivo

El presente trabajo se realizó con el objetivo principal de ofrecer un servicio de capacitación a las empresas públicas y privadas pertenecientes a los sectores estratégicos petrolero y minero, localizado en el Distrito Metropolitano de Quito.

En el primer capítulo se identificó los efectos que provoca la falta de capacitación del recurso humano, a nivel personal, organizacional y sectorial. Se desarrolló el Modelo CANVAS, para el diseño del servicio que se pretende ofertar, considerando su respectiva propuesta de valor. En el segundo capítulo se realizó un análisis macro y micro entorno, se desarrollaron estrategias ofensivas, defensivas, de reorientación y de supervivencia. Se segmentó el mercado, se identificó la competencia existente en el mercado y se desarrolló un análisis cuantitativo, aplicando la escala de Likert. Se desarrolló un mapa de calor de riesgos y se presentó un plan de mitigación. En el tercer capítulo se presentó un plan de mercadotecnia cuyas acciones permitirán alcanzar los objetivos estratégicos de la empresa con el fin de posicionar la marca, aumentar las ventas y generar la fidelidad de los clientes. En el cuarto capítulo se resolvió todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la nueva empresa, considerando la infraestructura, los equipos tecnológicos, la estructura organizacional y las políticas respecto al manejo adecuado del recurso humano. En el capítulo quinto se demostró la viabilidad del nuevo emprendimiento, considerando los cuatro criterios económicos: Valor Actual, Tasa Interna de Rendimiento, Periodo de Recuperación y Relación Beneficio-Costo, demostrando que el proyecto es rentable.

Abstract

The present project is intended to offer a training service in the strategic market fields to public and private petroleum and mining companies located in the Metropolitan District of Quito.

The first chapter identifies the effect of training human resources department on the personnel, sectorial, and organizational level. The CANVAS Model was developed in order to show the service being offered considering the corresponding value proposal. The second chapter consists of the micro and macro analysis of the working environment. Aggressive strategies were developed: Offensive, defensive, reorientation and survival. The market was segmented. The market counterparts were identified and a quantitative analysis was developed by means of the Likert Scale. A risk map was also designed, as well as, a mitigation plan. On the third chapter a marketing plan was presented which actions will allow us to reach the strategic goals of the company in order to position the brand name, increase the sales and ensure client fidelity. The fourth chapter is focused on the setting and working of the new company considering its infrastructure, technological equipment, organizational structure and policy related to the appropriate management of human resources. On the fifth chapter the feasibility of the project was clearly demonstrated taking into account the main economic criteria: present value, internal performance rate, recovery period, and profit-cost relation.

Tabla de Contenidos

Lista de Tablas	xv
Lista de Figuras.....	xviii
Capítulo 1: Introducción.....	1
Situación Actual del Servicio de Capacitación.....	3
Objetivo General.....	4
Objetivos Específicos.....	4
Formulación del Problema	4
Justificación de la Idea de Negocio	6
Análisis del Medio	6
El Concepto del Negocio (Modelo Canvas).....	8
Propuesta de Valor.....	11
Resumen	12
Capítulo 2: Análisis e Investigación de Mercado	13
Análisis del Mercado	13
Aspecto Político.....	13
Aspecto Económico	14
Aspecto social.....	20
Aspecto tecnológico.....	24
Aspecto ecológico.....	27
Aspecto cultural.....	28
Cinco Fuerzas Competitivas de Michael Porter	29
Poder de negociación de los compradores o clientes.....	29
Poder de negociación de los proveedores o vendedores.....	30
Amenaza de nuevos entrantes	31

Amenaza de productos sustitutos	31
Rivalidad entre los competidores	32
Cadena de Valor.....	33
Diagnóstico de la Situación	35
Análisis DAFO	35
Estrategias ofensivas: FO.....	36
Estrategias defensivas: FA	36
Estrategias de reorientación: DO.....	37
Estrategias de supervivencia: DA.....	37
Los Consumidores: Criterios de Segmentación del Consumidor, Perfil y Características.....	38
Metodología.....	39
Diseño de la Encuesta	41
Procesamiento de Datos	41
Análisis de Datos	43
Demanda Actual y Proyectada.....	54
Oferta Actual y Proyectada	55
Demanda Insatisfecha	57
Cálculo Estimado de Ventas con la Proyección Estimada	57
Mapa de Calor de Riesgos.....	60
Plan de Mitigación de Riesgos	62
Acciones mitigadoras.....	62
Resumen	64
Capítulo 3: Plan de Marketing y Ventas	65
Establecimiento de Objetivos	65

Criterios de Marketing	65
Aplicaciones Marketing Mix Promocional	67
Producto	67
Precio	67
Plaza / Canales de Distribución.....	68
Promoción y Publicidad	68
Estrategia de Diferenciación.....	70
Resumen	71
Capítulo 4: Estudio Técnico y Modelo de Gestión Organizacional.....	72
Tamaño del Proyecto	72
Matriz de Localización.....	73
Ingeniería y Concepción Arquitectónica del Negocio	74
Distribución y Diseño de las Instalaciones.....	74
Proceso del Servicio.....	75
Descripción de la Prestación Servicio.....	76
Descripción de la Tecnología del Negocio y Procesos de Negocios	76
Tecnología del negocio	76
Sistemas de Gestión de Relación con el Cliente.....	77
Plataformas virtuales.....	78
Flujograma del Proceso Productivo	79
Modelo de Gestión Organizacional	80
Establecimiento de la misión, visión y valores corporativos	80
Misión	80
Visión.....	80
Valores corporativos	80

Promesa del Servicio.....	80
Objetivos de la empresa	81
A largo plazo	81
A mediano plazo.....	81
A corto plazo	81
Diseño Organizacional. Estructura Organizacional y Funcional.....	81
Diseño de Perfiles Profesionales del Personal de la Organización.....	82
Gerencia de Recursos Humanos	84
Políticas de Selección	84
Políticas de contratación	85
Políticas de capacitación	85
Políticas de remuneración	86
Políticas de evaluación de desempeño	86
Análisis del Marco Normativo.....	87
Constitución de la empresa	87
Entes reguladores, principales disposiciones y regulaciones al negocio	87
aspectos legales para la creación de la empresa	87
Procedimiento para la conformación de esta sociedad	89
Implicaciones tributarias, comerciales y laborales asociadas al tipo de sociedad.....	89
requisitos para obtener el RUC	89
Requisitos para obtener permiso de funcionamiento.....	90
Requisito para registro mercantil.....	90
Requisitos para obtener permiso de funcionamiento de los Bomberos	90
Requisitos para la obtención de la Patente Municipal	91

Resumen	92
Capítulo 5: Evaluación Financiera del Proyecto.....	93
Inversión en Activos Fijos.....	93
Inversiones en Activos Diferidos.....	94
Depreciación de Activos Fijos y Diferidos	94
Cálculo Demostrativo del Capital de Trabajo	95
Costos de Operación y Mantenimiento, Análisis Comparativo	96
Cálculo Demostrativo y Análisis del Punto de Equilibrio	101
Financiamiento	102
Flujo de Ingresos Proyectado	104
Evaluación Financiera.....	104
Análisis y Determinación de la Tasa de Descuento del Proyecto	104
Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)	105
Cálculo y Análisis de Indicadores de Rentabilidad	106
Valor Actual Neto (VAN).....	106
Tasa Interna de Retorno (TIR)	106
Período de Recuperación	107
Relación Beneficio-Costo	108
Análisis de Sensibilidad	109
Resumen	112
Capítulo 6: Conclusiones y Recomendaciones	113
Conclusiones.....	113
Recomendaciones	114
Referencias	115
Apéndice A: Empresas Petroleras y Mineras	119

Apéndice B: Encuesta 132

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Tasa de inflación</i>	17
Tabla 2 <i>Tasa de interés activa</i>	18
Tabla 3 <i>Riesgo país</i>	19
Tabla 4 <i>Tasa de desempleo urbano</i>	20
Tabla 5 <i>Población según nivel de instrucción</i>	22
Tabla 6 <i>Análisis DAFO</i>	35
Tabla 7 <i>Segmentación de mercado</i>	38
Tabla 8 <i>Competencia del servicio propuesto</i>	38
Tabla 9 <i>Valores de elementos de acuerdo a la escala de Likert (a)</i>	41
Tabla 10 <i>Valores de elementos de acuerdo a escala de Likert (b)</i>	41
Tabla 11 <i>Datos tabulados</i>	42
Tabla 12 <i>Resultados de respuesta por pregunta</i>	43
Tabla 13 <i>Resultados de respuesta por pregunta en porcentaje</i>	43
Tabla 14 <i>Proyección del crecimiento de los servidores públicos para recibir capacitación</i>	54
Tabla 15 <i>Demanda proyectada</i>	55
Tabla 16 <i>Oferta actual y proyectada</i>	56
Tabla 17 <i>Empresas contratadas para el servicio de capacitación</i>	56
Tabla 18 <i>Demanda insatisfecha</i>	57
Tabla 19 <i>Participación estimada</i>	58
Tabla 20 <i>Cálculo de las ventas mensual</i>	58
Tabla 21 <i>Proyección de las ventas para 5 años</i>	59
Tabla 22 <i>Escenarios conservador, optimista y pesimista para los 5 años</i>	59
Tabla 23 <i>Valoración matriz de riesgos</i>	60

Tabla 24 <i>Matriz de riesgos</i>	61
Tabla 25 <i>Precios de la competencia</i>	68
Tabla 26 <i>Participación estimada</i>	72
Tabla 27 <i>Matriz locacional</i>	73
Tabla 28 <i>Inversión en activos fijos</i>	93
Tabla 29 <i>Amortizaciones</i>	94
Tabla 30 <i>Depreciación anual de activos</i>	95
Tabla 31 <i>Depreciación y amortización de activos fijos y diferidos</i>	95
Tabla 32 <i>Gastos del primer año</i>	95
Tabla 33 <i>Página web</i>	96
Tabla 34 <i>Accesorios de oficina</i>	96
Tabla 35 <i>Suministros de limpieza</i>	97
Tabla 36 <i>Servicios básicos</i>	97
Tabla 37 <i>Materiales de oficina</i>	97
Tabla 38 <i>Personal administrativo</i>	98
Tabla 39 <i>Fondos de reserva</i>	98
Tabla 40 <i>Personal operativo</i>	98
Tabla 41 <i>Fondos de reserva</i>	99
Tabla 42 <i>Arriendo</i>	100
Tabla 43 <i>Plataforma</i>	100
Tabla 44 <i>Viáticos y movilización del personal</i>	100
Tabla 45 <i>Presupuesto de egresos</i>	100
Tabla 46 <i>Estructura de financiamiento</i>	102
Tabla 47 <i>Porcentajes de financiamiento</i>	103
Tabla 48 <i>Tabla de amortización</i>	103

Tabla 49 <i>Estado de resultados</i>	103
Tabla 50 <i>Tasa pasiva 2020</i>	104
Tabla 51 <i>Tasa de inflación 2020</i>	105
Tabla 52 <i>Riesgo sectorial</i>	105
Tabla 53 <i>TMAR del inversionista</i>	105
Tabla 54 <i>Valor Actual Neto para el inversionista</i>	106
Tabla 55 <i>Tasa Interna de Retorno para el inversionista</i>	107
Tabla 56 <i>Periodo Real de Recuperación para el inversionista</i>	107
Tabla 57 <i>Relación Beneficio/Costo para el inversionista</i>	108
Tabla 58 <i>Valor Actual Neto para el inversionista</i>	109
Tabla 59 <i>Tasa Interna de Retorno para el inversionista</i>	110
Tabla 60 <i>Periodo Real de Recuperación para el inversionista</i>	110
Tabla 61 <i>Relación Beneficio/Costo para el inversionista</i>	111

Lista de Figuras

<i>Figura 1.</i> Diagrama de Ishikawa	5
<i>Figura 2.</i> Modelo CANVAS	8
<i>Figura 3.</i> Logotipo.....	9
<i>Figura 4.</i> Inflación mensual general (en porcentaje).....	17
<i>Figura 5.</i> Tasa de Interés Activa (en porcentaje)	18
<i>Figura 6.</i> Riesgo País.....	20
<i>Figura 7.</i> Tasa de desempleo urbano	21
<i>Figura 8.</i> Población según nivel de instrucción	22
<i>Figura 9.</i> Índice de percepción de la corrupción	24
<i>Figura 10.</i> Cadena de Valor	34
<i>Figura 11.</i> Mapeo de clientes	39
<i>Figura 12.</i> Desempeño laboral - fortaleza.....	44
<i>Figura 13.</i> Desempeño - habilidades y conocimientos.....	45
<i>Figura 14.</i> Capacitación vs. Desempeño del recurso humano	46
<i>Figura 15.</i> Competencias necesarias	47
<i>Figura 16.</i> Frecuencia de capacitación del recurso humano	48
<i>Figura 17.</i> Competencias laborales del personal.....	49
<i>Figura 18.</i> Presupuesto para capacitación.....	50
<i>Figura 19.</i> Precio a pagar por la capacitación	51
<i>Figura 20.</i> Contratación del servicio	52
<i>Figura 21.</i> Promoción en medios digitales	53
<i>Figura 22.</i> Disposición a la capacitación en las empresas públicas, 2016.....	54
<i>Figura 23.</i> Servidores capacitados en operadoras públicas, 2016.....	55
<i>Figura 24.</i> Empresas contratadas para el servicio de capacitación	56

<i>Figura 25.</i> Mapa de calor de riesgos.....	60
<i>Figura 26.</i> Boceto de la publicidad del servicio de capacitación	69
<i>Figura 27.</i> Distribución y diseño de la oficina	75
<i>Figura 28.</i> Proceso de adquisición de servicio	79
<i>Figura 29.</i> Organigrama estructural	82
<i>Figura 30.</i> Organigrama funcional	82
<i>Figura 31.</i> Carga horaria de los capacitadores	99
<i>Figura 32.</i> Resumen carga horaria de los capacitadores.....	100
<i>Figura 33.</i> Punto de equilibrio	102
<i>Figura 34.</i> Flujo de fondos del inversionista.....	104
<i>Figura 35.</i> Flujo de fondos del inversionista con el 5% menos en los ingresos	109

Capítulo 1: Introducción

“La capacitación constituye un factor importante para que el colaborador brinde el mejor aporte en el puesto asignado, ya que es un proceso constante que busca la eficiencia y la mayor productividad en el desarrollo de sus actividades” (Escuela de Organización Industrial, 2013).

“La capacitación es el proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos definidos. La capacitación entraña la transmisión de conocimientos específicos relativos al trabajo, actitudes frente a aspectos de la organización, de la tarea y del ambiente, así como desarrollo de habilidades y competencias” (Chiavenato, 2007).

La formación profesional está enfrentando uno de los más profundos cambios en su historia. Los empleos del Siglo XXI requieren de habilidades y competencias de base más compleja (técnica, digital, socioemocional) y retan a los sistemas educativos y de formación profesional no solo a estar al día sino a anticipar los nuevos requerimientos, y a ofrecer educación a lo largo de la vida (Organización Internacional del Trabajo, 2017).

La capacitación se lleva a cabo para contribuir a: incrementar el nivel de rendimiento del recurso humano, agilizar la toma de decisiones y la solución de problemas, incrementar la productividad y la calidad del trabajo, mejorar la interacción entre los colaboradores, mejorar el clima organizacional. El plan de capacitación incluye a los gerentes, empleados y a todos quienes integran la empresa, cuyo propósito es impulsar la eficiencia y eficacia en las organizaciones. En ese sentido, Emerson Sifuentes Torero, director académico de SGS Academy (Sifuentes, 2018), menciona

que hay cinco capacitaciones que toda empresa debe ofrecer a sus colaboradores. Estas son:

- Habilidades gerenciales. Esta es una de las capacitaciones más importantes, ya que tiene por objetivo mejorar el trabajo en equipo.
- Gestión de procesos y mejora continua, ayuda a incrementar y mejorar los procesos en distintas áreas para prevalecer en el tiempo.
- Seguridad y Salud ocupacional y temas de ergonomía, en temas de oficina e industriales. Hay que crear una cultura de prevención laboral.
- Gestión ambiental. Si la empresa quiere permanecer en el tiempo y mejorar sus procesos de cara a sus clientes tiene que pensar y evaluar cómo sus procesos impactan en el ambiente.
- Continuidad de negocios. Las empresas deben asegurar que sus cadenas de suministro continúen operando bajo cualquier circunstancia. (Sifuentes, 2018)

Son muchos los beneficios de la capacitación, tanto para el recurso humano, como para las empresas. La capacitación ayuda a prevenir riesgos de trabajo, aumenta la rentabilidad de la empresa, mejora el conocimiento de los diferentes puestos y, por lo tanto, el desempeño, crea una mejor imagen de las empresas en el entorno o mercado en el que se desarrollan. La capacitación es necesaria en la empresa pública y privada. Las empresas privadas, especialmente las medianas y grandes empresas invierten en la capacitación del recurso humano, para lo cual crean un plan de presupuesto de capacitación, el cual no solo es necesario desde el punto de vista regulatorio, sino desde el punto de vista financiero. Para el sector público, existe el “Plan Nacional de Capacitación para el Sector Público”, el cual busca alcanzar un ejercicio profesional óptimo a través del fortalecimiento de las competencias de los servidores y el mejoramiento de los procesos institucionales.

“La capacitación y el desarrollo profesional constituye un proceso programado, técnico, continuo, de inversión institucional, orientado a adquirir o actualizar conocimientos, desarrollar competencias y habilidades de las y los servidores, con la finalidad de impulsar la eficiencia y eficacia de los procesos, y motivar el respeto de los derechos humanos, la práctica de principios de justicia, calidad, calidez, equidad y solidaridad, basado en el Plan Nacional de Capacitación y Desarrollo Profesional, elaborado por el Ministerio del Trabajo”
(Ministerio del Trabajo, 2018).

La capacitación ya sea en la empresa pública o privada, se da por los cambios provocados en el sector externo y que afectan directamente el interior de la empresa y que surge como consecuencia de la necesidad de preparar a sus trabajadores y adaptarse lo más rápido posible a los cambios sin perder de vista los objetivos, la misión y la visión de la organización.

Situación Actual del Servicio de Capacitación

Al inicio del planteamiento de esta tesis, no se contemplaron los escenarios que actualmente vive el país, esto implica que el servicio de capacitación se lo entregaría, de ser necesario, a través de la virtualización de los cursos con la ayuda de un LMS (Learning Management System) que es una plataforma virtual, debido a la amplitud que esto conlleva solo se citarán algunos ejemplos con los cuales se podría realizar, siendo estos pagos y no pagos, como es el caso de MOODLE y CANVAS respectivamente.

Cabe recalcar que toda organización, docentes, tutores virtuales, profesionales y público en general puede tomar un curso para el desarrollo virtual, es decir, no necesariamente un especialista los debe desarrollar, pues son muy amigables. Esta afirmación es resultado de la experiencia con las diferentes plataformas. Desviar el desarrollo del objetivo del presente trabajo, o describir todo el proceso que implica

virtualizar los cursos demandaría modificar el planteamiento, el objetivo general, objetivos específicos, contenido, conclusiones y por supuesto recomendaciones, pues se deben vincular todos los temas. Es tan amplio el tema de virtualización que sería meritorio explicarlo en cada etapa en otro tema de tesis, por lo demandante del mismo.

Objetivo General

Crear una empresa de capacitación del talento humano en el área técnica para las empresas medianas y grandes, públicas y privadas, en los sectores petrolero y minero, la cual estará ubicada en el Distrito Metropolitano de Quito.

Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico situacional tomando en cuenta el ambiente interno y el ambiente externo de la organización, para prever y adelantarse a acontecimientos futuros, para que éstos sean valorados en su dimensión real.
- Identificar la necesidad del servicio de capacitación en las empresas pertenecientes a ambos sectores, mediante un estudio de mercado.
- Desarrollar estrategias de marketing mix para promocionar los servicios de la empresa.
- Determinar la viabilidad técnica y organizacional.
- Establecer la viabilidad financiera del proyecto e identificar los riesgos y beneficios a través del plan de negocios.

Formulación del Problema

La falta de capacitación en las empresas, da como resultado, un recurso humano ineficaz, ocasionando riesgos de trabajo, y dando origen a la baja de productividad y calidad de trabajo, lo que disminuye la rentabilidad de la organización, además de la mala reputación en el mercado.

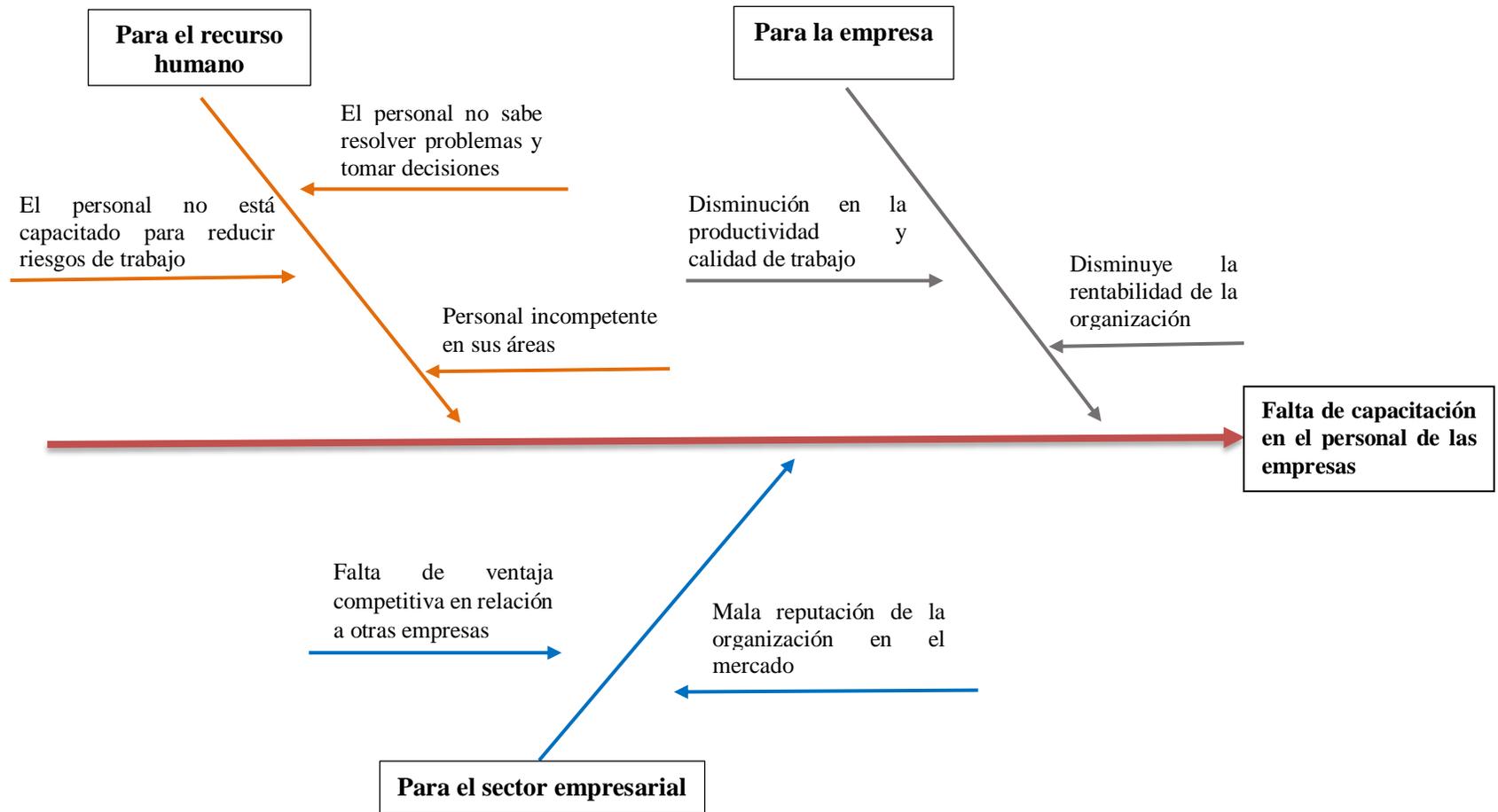


Figura 1. Diagrama de Ishikawa

Justificación de la Idea de Negocio

“Las organizaciones quieren ser sostenibles en el tiempo y es necesario tener colaboradores capacitados. Son diversas áreas de la empresa que de alguna manera tienen que garantizar que sus operaciones sigan” (Sifuentes, 2018).

Un profesional o un técnico requerirán actualizaciones en forma habitual para lograr un mejor desempeño. Se debe considerar a la capacitación como una de las inversiones más rentables en una empresa.

Se escogió este tema, porque a lo largo de mi experiencia profesional en diferentes empresas, he identificado la necesidad de capacitar al recurso humano, especialmente en la parte técnica. Siempre se conoce de fallas del personal administrativo y técnico por falta de conocimiento y de experticia. Este proyecto aportará con un plan de negocios que permita el desarrollo de una iniciativa empresarial para ofrecer un servicio de capacitación de carácter estratégico, es decir, se capacitará al personal de acuerdo a las necesidades de su posición, mediante el cual el personal de cualquier empresa podrá adquirir o desarrollar conocimientos y habilidades específicas.

Análisis del Medio

A nivel nacional se puede determinar que la capacitación es importante para algunas organizaciones, especialmente para las grandes empresas. En estos últimos años, unas 30 empresas y fabricantes expusieron su producción nacional porque su principal activo (el capital humano) se desempeñó eficientemente gracias a la inversión en capacitación. Algunas empresas priorizan la inversión tecnológica y la capacitación al talento humano para fortalecer sus procesos de mejora continua y aseguramiento de la calidad.

Según estadísticas en Petroecuador las fallas en equipos estáticos representan el mayor costo y riesgo en las plantas industriales. En 2019, la falta de atención de los

eventos de equipos estáticos en Refinería Esmeraldas ha representado aproximadamente una pérdida de 19 millones de dólares. La nueva administración de Petroecuador, ha emprendido gestiones para que los trabajadores sean capacitados en temas de corrosión en refinerías, fundamentalmente para tener la capacidad de prevenir y mitigar efectos de corrosión. La corrosión ha sido identificada, además, como el principal problema causante del deterioro de equipos y tuberías

(www.eppetroecuador.ec, 2019)

Como se puede apreciar, las empresas de cualquier sector requieren de capacitación para su recurso humano, por lo tanto, es importante que todas ellas cuenten con un servicio de capacitación que les brinde seguridad y confiabilidad, para alcanzar una mayor productividad dando como resultado una mayor rentabilidad.

El Concepto del Negocio (Modelo Canvas)

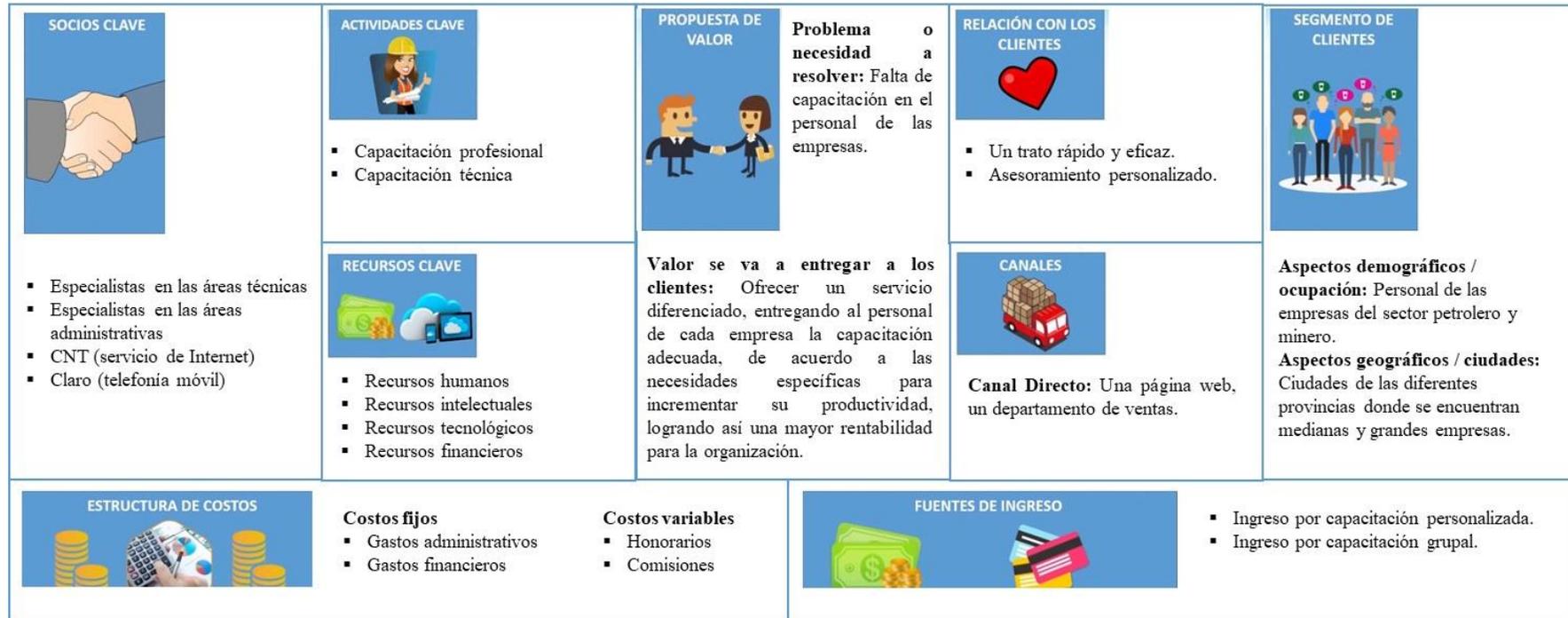


Figura 2. Modelo CANVAS



Figura 3. Logotipo

Excelencia Profesional es un emprendimiento que brindará los servicios de capacitación, para lo cual contratará a profesionales (servicios por honorarios) para que dicten los cursos de capacitación. Esos profesionales serán escogidos entre los mejores capacitadores que existen en el país, para lo cual se cuenta con una base de datos. Entre los cursos que se ofrecerá a las empresas del sector petrolero y minero, están los siguientes:

Sector Minero

- Levantamiento topográfico y replanteo.
- Diseño de explotaciones mineras a cielo abierto y subterráneas.
- Diseño de mallas de perforación, cálculo de sustancias explosivas para voladura en excavaciones subterráneas y a cielo abierto.
- Diseño de circuitos de ventilación en excavaciones subterráneas.
- Selección de equipo y maquinaria para optimización en procesos extractivos, acarreo y transporte de minerales.
- Perforación y Voladura en Minería Subterránea.
- Perforación y Voladura en Minería Superficial.

- Planificación y Diseño de Minas.
- Ventilación Minera.

Sector Hidrocarburos

- Inspección taladro.
- Logística en la actividad petrolera.
- Gestión de proyectos petroleros.
- Perforación de pozos direccionales, horizontales y multilaterales.

Seguridad Ambiente y Responsabilidad Social

- Cero Accidentes en Minería.
- Seguridad basada en el comportamiento minero.
- Seguridad, Salud y Medio Ambiente en el Sector Industrial.
- Seguridad, Salud y Medio Ambiente en Minería.
- Gestión de Seguridad Minera.
- Gestión Ambiental en Minería.
- Gestión de Cierre de Minas.
- Gestión de Relaciones Comunitarias en Minería.

Salud y Seguridad Industrial

- Evaluación de riesgos en operaciones mineras y/o petroleras
- Capacitación en seguridad minera y/o petrolera.
- Prevención de enfermedades profesionales.

Los aspectos más importantes del servicio son:

- El servicio se diseñará de acuerdo a las necesidades específicas en cada área.
- El servicio se dará en forma presencial, semi presencial o virtual.
- Se contará con los mejores capacitadores, profesionales certificados.
- El servicio se ofrecerá a precios competitivos.

Propuesta de Valor

Ofrecer un servicio diferenciado, entregando al personal de cada empresa la capacitación adecuada, de acuerdo a las necesidades específicas encontradas después de realizar un análisis previo en cada área de la empresa para incrementar su productividad, logrando así una mayor rentabilidad para la organización.

Los profesionales que dicten las capacitaciones deberán contar con certificaciones, como por ejemplo de la Secretaría Técnica del Sistema Nacional de Cualificaciones Profesionales, SETEC, por la Cámara de Minería del Ecuador y por el Instituto Tecnológico de Petróleos. Es imperioso que tanto empresas y organizaciones, ya sean públicas o privadas, entiendan el valor de las certificaciones a la hora de optar por una compañía y su equipo de profesionales para realizar un trabajo, pues de ello dependerá la continuidad de sus procesos, el poder brindar sus servicios de manera adecuada y, en definitiva, de poder hacer bien todas sus tareas. Asimismo, es fundamental que el canal de distribución cuente con profesionales certificados, para entregar a sus clientes finales una calidad de servicio de primer nivel (Lagos, 2019).

Resumen

Como mencionó Chiavenato (2007) “La capacitación es el proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos definidos relativos al trabajo, actitudes frente a aspectos de la organización, de la tarea y del ambiente, así como desarrollo de habilidades y competencias.”

El presente trabajo titulado Plan de Negocios para la creación de una empresa capacitadora a nivel nacional para medianas y grandes empresas de los sectores petrolero y minero, ubicada en el Distrito Metropolitano de Quito”, el objetivo principal de ofrecer un servicio de capacitación a las empresas pertenecientes a estos sectores estratégicos. He planteado el objetivo general y los específicos en el presente plan de negocio, identificando los efectos que provoca la falta de capacitación del recurso humano, a nivel personal, organizacional y sectorial. El Modelo CANVAS, muestra el diseño del servicio que se va a ofertar, considerando su respectiva propuesta de valor: Ofrecer un servicio diferenciado, entregando al personal de cada empresa la capacitación adecuada, de acuerdo a las necesidades específicas encontradas después de realizar un análisis previo en cada área de la empresa para incrementar su productividad, logrando así una mayor rentabilidad para la organización.

Capítulo 2: Análisis e Investigación de Mercado

Análisis del Mercado

Aspecto político

El Ecuador se ha caracterizado por una abundancia de reformas legales, que bien pueden llevarnos a considerarlo un país formalmente reformista, sin que ello signifique que dichas reformas se conviertan en hechos o modifiquen sustantivamente las condiciones sociales. El juego de equilibrios y negociación permite, por consiguiente, una fuerte autonomía de lo político, lo cual no impide, sin embargo, la dependencia del Estado con respecto a las clases dominantes.

Con la ayuda del FMI, el presidente Lenín Moreno está tratando de reformar la economía y mejorar el entorno empresarial, y una reforma fiscal importante a fines del año pasado fue parte de estos esfuerzos. Estamos acercándonos a unos momentos muy complejos en Ecuador, donde la incertidumbre política va a ser una constante, la insatisfacción social, la regla, y eso, muy probablemente, nos va a llevar a que tengamos muchos años de estancamiento económico de la mano de un ajuste que no se logra realizar por falta de voluntad política y de respaldo popular (Lizarzaburo, 2020).

El apoyo del Fondo Monetario Internacional (FMI) ha sido fundamental este año para el Gobierno, que logró recientemente un millonario desembolso de 498,4 millones de dólares, que le sirvió de válvula de escape momentánea en un mes de exigencias económicas extras por el pago del sueldo adicional de diciembre. Pero, más allá de lo económico, existe un apoyo político enorme del FMI a la administración de Moreno pues, en más de una ocasión, ha cedido y asumido que el Gobierno no va a poder cumplir todo lo que ofreció y a pesar de ello ha desembolsado dinero (Ecuador Economía, 2019).

Estamos acercándonos a unos momentos muy complejos en Ecuador, donde la incertidumbre política va a ser una constante, la insatisfacción social, la regla, y eso, muy probablemente, nos va a llevar a que tengamos muchos años de estancamiento económico de la mano de un ajuste que no se logra realizar por falta de voluntad política y de respaldo popular (Lizarzaburo, 2020). Después de tratar el aspecto político, es necesario conocer las regulaciones gubernamentales que toda persona natural o jurídica deben cumplir como las tarifas fiscales, patentes, aspecto jurídico, aspecto tributario, entre otros. También se debe tomar en cuenta la normativa legal, para llevar a cabo la formación o constitución de las empresas, de acuerdo a la región donde se la instalará, y los mismos serán cumplidos en su totalidad.

Amenaza: La incertidumbre política existente en nuestro país, es negativo para los negocios y en especial para las empresas nuevas, haciendo que las mismas se protejan reduciendo su mano de obra o que los requisitos para constituir una empresa, los impuestos, los trámites, entre otros, estén sujetos a cambios según el Gobierno del momento.

Aspecto económico

En el ámbito internacional, la economía ecuatoriana se ha visto afectada por una caída significativa en los precios de su principal producto de exportación, el petróleo crudo, y un menor dinamismo en la demanda externa de productos no petroleros, resultado de la contracción económica de China, Estados Unidos y la Unión Europea, por las medidas de confinamiento y aislamiento ante el covid-19. En los primeros meses de 2020, la economía ecuatoriana se vio afectada por algunos acontecimientos, entre ellos el ocurrido el 16 de marzo, cuando mediante el Decreto Ejecutivo No. 1017 se declaró el estado de excepción por calamidad pública en todo el territorio nacional, lo que determinó la suspensión de todas las actividades económicas y el trabajo

presencial, exceptuándose los sectores de: salud, seguridad alimentaria, sector financiero, transporte de personal sanitario y sectores estratégicos.

Por otro lado, el precio del petróleo ecuatoriano se cotizó en promedio en USD 23,0 por barril en marzo de 2020, mientras que el año anterior se estimó un precio de USD 51,3 por barril. Situación que se complicó aún más cuando el precio del WTI (West Texas Intermediate – precio de referencia para el crudo ecuatoriano), en abril 2020, se desplomó en el mercado internacional a los niveles más bajos en casi 20 años, debido a la fuerte contracción en la demanda de este producto ante la desaceleración económica mundial.

Paralelamente, la economía ecuatoriana tuvo que enfrentar la rotura de las tuberías del Sistema del Oleoducto Transecuatoriano (SOTE) y del Oleoducto de Crudos Pesados (OCP), el 07 de abril de 2020, como consecuencia de la erosión del cauce del Río Coca en los límites de las provincias de Napo y Sucumbíos. Esto llevó a que el Ministerio de Energía y Recursos Naturales No Renovables realice una declaratoria de fuerza mayor. Antes de esta rotura, la extracción de crudo alcanzó los 532.059 barriles por día (promedio del 1 al 6 de abril de 2020). Mientras se realizaba la reparación de los oleoductos, la producción petrolera se redujo hasta 52.519 barriles por día (02 de mayo 2020). Esta considerable caída en la producción de petróleo conllevó a una revisión a la baja en la previsión de crecimiento de las industrias de extracción y refinación. Ante estos hechos, y en función del rango de crecimiento estimado, se analiza a continuación, las variables y su comportamiento en el escenario medio de reducción de la economía (-8,1%) (Banco Central del Ecuador, 2020).

A partir de la designación que hizo el presidente Moreno de nombrar como Ministro de Finanzas al Econ. Richard Martínez, la sensación que se tuvo fue de que la política fiscalista del gobierno anterior, cambie y se incline más por la revisión de la

carga tributaria que permita al sector industrial y comercial dirigir recursos en el fortalecimiento de su propia actividad. La Asamblea Nacional aprobó una importante reforma tributaria en diciembre 2019 que fue clave para el acuerdo con el FMI. Dentro de esta reforma, la de mayor alivio para el sector empresarial, es la eliminación del anticipo de impuesto a la renta como impuesto mínimo lo cual restaba liquidez a muchos empresarios ya que tal y como estaba dispuesto, este tributo era pagado incluso por aquellas empresas que generaban pérdidas. Por el contrario, la más rechazada por el mismo sector, es el establecimiento de una contribución única y temporal que deberá ser pagada por las empresas con ingresos gravados mayor a US\$1mn durante 3 años.

No se esperarían mayores reformas tributarias con el fin de buscar cierta estabilidad que se había perdido con el gobierno anterior, pero todo dependerá de cómo se desarrollen las finanzas públicas ante la necesidad de cubrir un alto déficit fiscal; luego de esta reforma lo que estamos viendo es el interés del gobierno de reducir el gasto público a través de la concesión de ciertas empresas públicas y la revisión de un mecanismo que permita la focalización del subsidio actual a los combustibles (Bnamericas, 2020). Al momento, no hay nada oficial, todo está en estudio, para ser aprobado por la Asamblea Nacional. A continuación, las variables económicas más importantes que afectan en mayor o menor grado a la economía familiar y empresarial. La inflación. Se define como un proceso de elevación continuada y sostenida del nivel general de precios en una economía. La inflación, especialmente la imprevista, afecta a las decisiones sobre el gasto, el ahorro y la inversión, dificultando el crecimiento económico. A continuación, la inflación de los últimos meses que posiblemente incidan en los costos de la empresa:

Tabla 1

Tasa de inflación

2019	Tasa
Ene	0,47
Feb	-0,23
Mar	-0,21
Abr	0,17
May	0,00
Jun	-0,04
Jul	0,09
Ago	-0,10
Sep	-0,01
Oct	0,52
Nov	-0,70
Dic	-0,01

Tomado de "Banco Central del Ecuador" (2019) (bce.fin.ec)

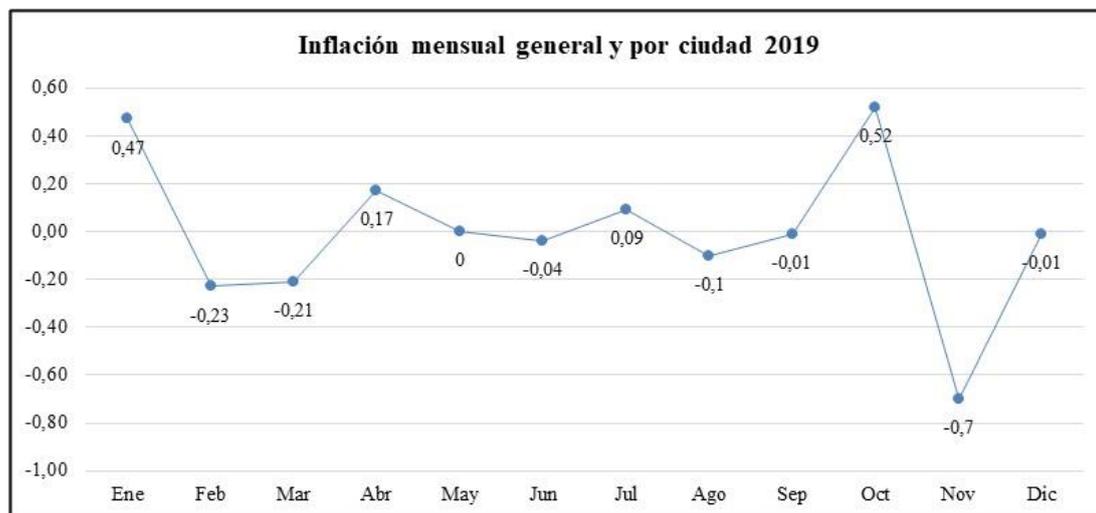


Figura 4. Inflación mensual general (en porcentaje)

Tomado de Banco Central del Ecuador (2019) (bce.fin.ec)

Como se puede apreciar, la inflación del mes de octubre se ubicó en 0,52%, en noviembre -0,7% y en diciembre -0,01. Se trata de la inflación más alta del mes de octubre en al menos diez años y una de las más altas de 2019, pues en este periodo se han registrado índices bajos y hasta negativos y en el mes de diciembre se obtuvo un índice más bajo y negativo. Este factor debe ser considerado por las empresas, ya que, si no se cuenta con una buena capacidad adquisitiva, las empresas no podrán adquirir los servicios de capacitación.

Amenaza: La tasa de inflación es baja según estadísticas de meses anteriores, la misma que es incierta respecto a la economía actual del país.

La tasa de interés activa. Es la tasa de interés que cobra el banco por el dinero que presta.

Tabla 2

Tasa de interés activa

2019	Tasa activa
Enero	7,99
Febrero	8,82
Marzo	8,75
Abril	8,62
Mayo	8,62
Junio	8,02
Julio	8,26
Agosto	8,74
Septiembre	8,65
Octubre	8,79
Noviembre	8,68
Diciembre	8,78

Tomado de "Banco Central del Ecuador" (2019) (bce.fin.ec)

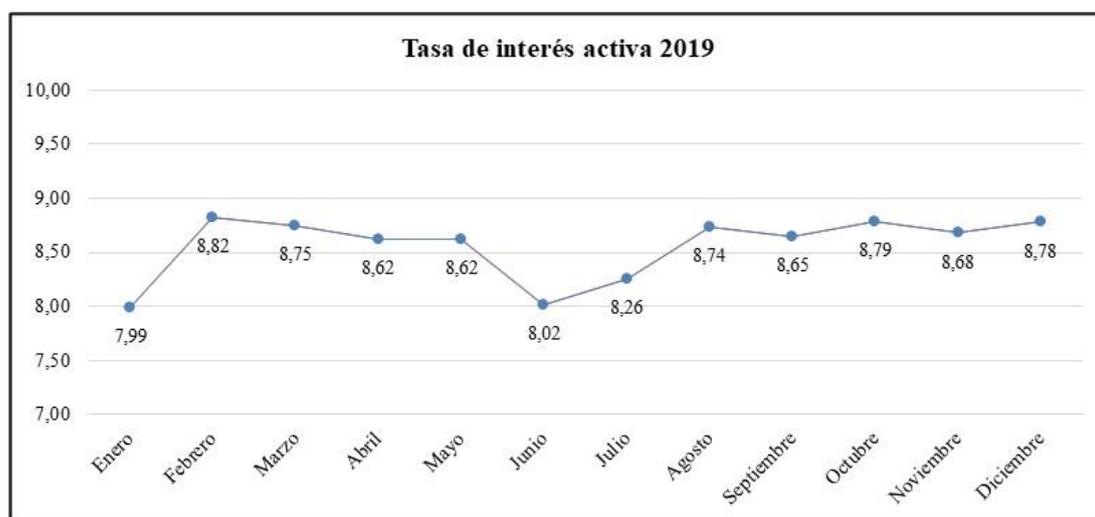


Figura 5. Tasa de Interés Activa (en porcentaje)

Tomado de Banco Central del Ecuador (2019) (bce.fin.ec)

A pesar de que se encuentra vigente el 8,78% de tasa activa, en el sistema financiero existen bancos que cobran entre el 18% y 35% de interés. Solamente las cooperativas cobran un interés entre el 16% y 23%. Esta variable económica es

importante conocer para realizar los créditos en las entidades bancarias, ya que se va a incurrir en un préstamo porque no se cuenta con la capacidad económica suficiente para poner en marcha la empresa de capacitación.

Oportunidad: Debido a que la tasa activa presenta un leve incremento en comparación con los meses anteriores, se podrá acceder a un crédito con cualquier institución financiera.

Riesgo País. O riesgo soberano, es el riesgo que tiene un país frente a las operaciones financieras internacionales. El riesgo país afecta sobre la inversión extranjera directa, determinando sí en ese país existe un escenario óptimo para la inversión o no. El tono político, económico o la seguridad pública influyen directamente en la prima de riesgo de ese país (Economipedia, 2018).

Tabla 3

Riesgo país

2019	
martes 31 de diciembre	826
viernes 29 de noviembre	1.146
jueves 31 de octubre	789
lunes 30 de septiembre	677
sábado 31 de agosto	705
miércoles 31 de julio	603
domingo 30 de junio	580
viernes 31 de mayo	619
martes 30 de abril	560
domingo 31 de marzo	592
jueves 28 de febrero	589
jueves 31 de enero	690

Tomado de Banco Central del Ecuador (2019) (bce.fin.ec)

El Riesgo País de Ecuador, en 2019 comenzó en enero con 826 puntos, mes a mes presentaba fluctuaciones a la baja y noviembre y diciembre se ubicaron con los más altos puntajes el 31 de diciembre de 2019, bajando en diciembre 31 a 826.

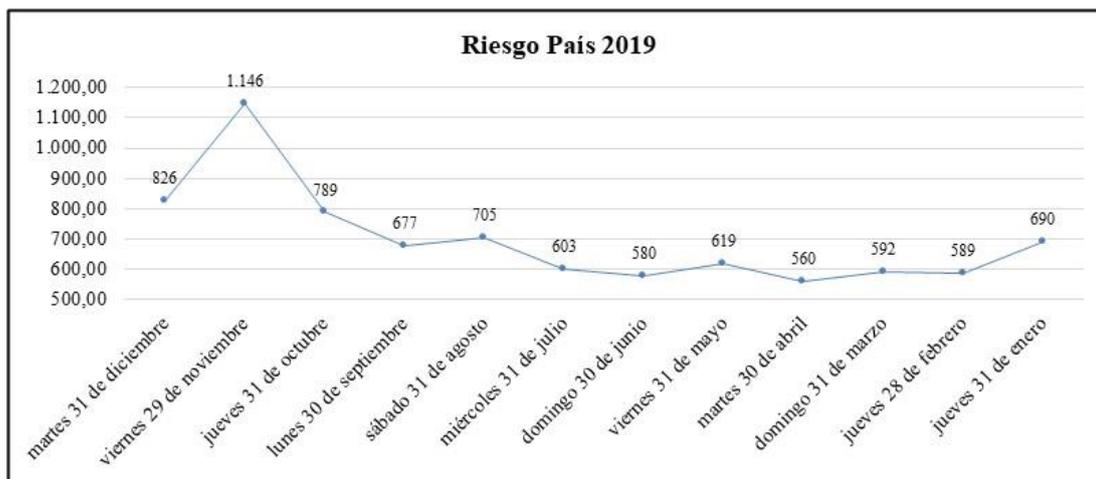


Figura 6. Riesgo País

Tomado de Banco Central del Ecuador (2019) (bce.fin.ec)

Amenaza: Ante la incertidumbre económica existente en nuestro país, no hay seguridad para el sector empresarial.

Aspecto social

Son los factores relativos a los aspectos sociales como empleo, desempleo, subempleo, entre otros. Entre los cuales se considerarán los siguientes:

Tasa de desempleo. Es el número de hombres y mujeres que quieren trabajar y que no tienen empleo. Esta tasa se calcula como el número de personas desocupadas dividido para la Población Económicamente Activa (PEA), siendo esta la población o en edad de trabajar que en el período de referencia o bien tienen una ocupación en la que producen bienes o servicios económicos (Banco Central del Ecuador, 2020).

Tabla 4

Tasa de desempleo urbano

2019	Porcentajes
Diciembre	3,80
Marzo	5,83
Junio	5,57
Septiembre	5,94
Diciembre	4,95
Marzo	5,69
Junio	5,21

Septiembre	5,2
Diciembre	4,8

Tomado de "Banco Central del Ecuador" (2019) (bce.fin.ec)

En diciembre de 2019, la tasa de desempleo a nivel nacional fue de 3,8%, a nivel urbano esta tasa se ubicó en 4,9%, y a nivel rural en 1,6%; las variaciones de este indicador tanto a nivel nacional, urbano como rural, respecto a diciembre de 2018, no fueron estadísticamente significativas. A diciembre de 2019, el 3,4% de la PEA a nivel nacional estuvo buscando activamente un trabajo (desempleo abierto); y, el 0,5% estuvo en condiciones de desempleo sin realizar ninguna acción de búsqueda (desempleo oculto) (Ecuador en Cifras, 2019).

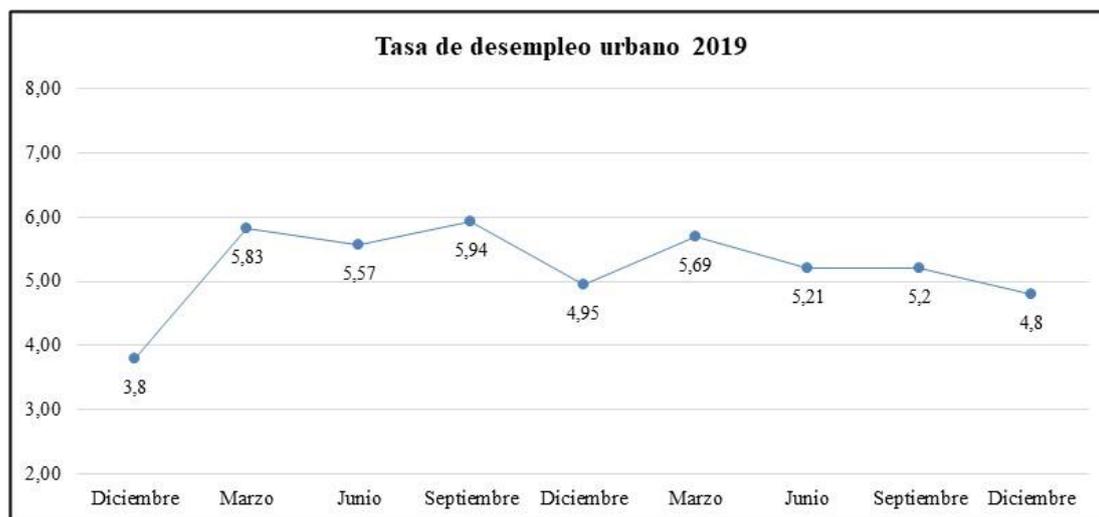


Figura 7. Tasa de desempleo urbano

Tomado de Banco Central del Ecuador (2019) (bce.fin.ec)

Oportunidad: La ausencia de trabajo estable provoca que se cuente con el recurso humano suficiente, del cual se escogerá el más idóneo para la nueva empresa.

Educación. El aprendizaje y la enseñanza no son problemas técnicos de la sociedad, sino procesos por medio de los cuales se afina la comunicación y el conocimiento en todos sus matices. La combinación dialéctica entre aprendizaje y enseñanza, sí constituyen la columna medular que define a la educación en forma precisa y sin reducir su integridad. La educación también influye en la generación y reproducción

sociocultural, pues esta dinámica no se instituye sin un proceso de enseñanza aprendizaje, evidentemente (Herrera, 2017).

En nuestro país, muchos individuos no cuentan con los recursos económicos para seguirse educando o capacitando.

Tabla 5

Población según nivel de instrucción

Ninguno	Primario	Secundario	Superior
10,80%	45,20%	30,70%	13,30%

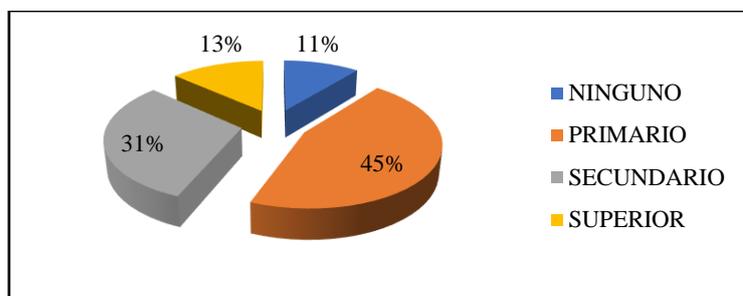


Figura 8. Población según nivel de instrucción
Tomado de “Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos”

Aproximadamente un 10% de la Población Económicamente Activa (PEA) recibe alguna forma de capacitación al año, de acuerdo a datos recientes de encuestas de hogares en América Latina que indagan sobre la materia. La prevalencia de capacitación en la PEA de 8 países de América Latina va entre un 8% de la PEA en Paraguay a un 32% en Brasil, y la mayoría de los países capacita a alrededor del 10% de su PEA. En Brasil la pregunta sobre capacitación no se restringe a una ventana acotada de tiempo, por lo que los números son más altos. Por otro lado, Ecuador, El Salvador y Perú se encuentran entre los países en los que la proporción de empresas identificando problemas de formación es de las más bajas (y reduciéndose) y al mismo tiempo presentan niveles relativamente altos de capacitación.

Las empresas en Ecuador se encuentran por sobre el promedio regional, pero el resto de los países utilizan el financiamiento público de manera muy limitada. Las fuentes de financiamiento de la capacitación varían mucho de acuerdo al país. En Guatemala, Ecuador y El Salvador, la principal fuente de financiamiento son las empresas. En Colombia y Paraguay, en cambio, el financiamiento es primordialmente personal o familiar. El financiamiento público a la capacitación es bajo en países como Guatemala y Ecuador (5% o menos), y apenas supera el 20% en Colombia (21%), El Salvador (22%) y Paraguay (27%) (Laureate International Universities, 2016).

En un mundo laboral cada vez más competitivo, las empresas apuestan por optimizar los procesos, reducir o evitar pérdidas, y obtener los mejores resultados. La capacitación y formación es clave para lograr esos objetivos. Y la meta es potenciar las habilidades del equipo para adelantarse a la competencia. Las organizaciones que invierten en esta materia obtienen múltiples beneficios. Producen actitudes más positivas entre sus colaboradores, aumentan su rentabilidad, crean una mejor imagen institucional, facilitan que el personal se identifique con la firma, mejora la relación jefe-subordinados (Revista Líderes, 2020).

Por ejemplo, la minería a gran escala en Ecuador requiere de mano de obra calificada. Para cubrir esa demanda, se requiere de Programas de Capacitación para Operación Minera, que representa una inversión de millones. Tiene mayor demanda la capacitación como operadores de mina, lo que incluye maquinaria subterránea pesada y servicios de mina o como operadores de planta de proceso (Revista Líderes, 2019).

Oportunidad: Las empresas requieren del servicio de capacitación para su recurso humano en las diferentes áreas.

Corrupción. Ecuador ha obtenido 73 puntos en el índice de percepción de la corrupción que publica el Centro de Estudios Latinoamericanos en 2019. En los últimos cinco

años, la percepción de los ciudadanos de la corrupción en el sector público en Ecuador ha empeorado, lo que ha venido acompañado de un descenso de su posición en el ranking internacional de corrupción.

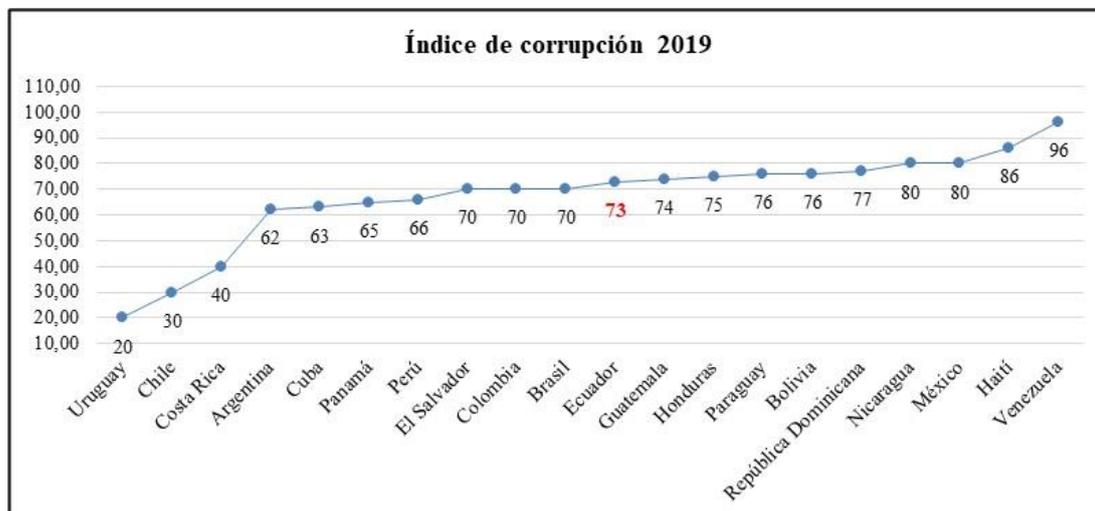


Figura 9. Índice de percepción de la corrupción

Tomado de <https://www.cesla.com/pdfs/Informe-de-corrupcion-en-Ecuador.pdf>

La corrupción en el país se ha desencadenado considerablemente y se encuentra íntimamente relacionada con la economía y también en sus aspectos éticos y morales.

Amenaza: La corrupción bloquea el desarrollo de las actividades privadas.

Aspecto tecnológico

Este es un aspecto muy importante, ya que cada vez se incrementa la dependencia tecnológica, en el caso de las empresas ecuatorianas. En el sector industrial el contar con una tecnología de punta garantiza productividad, bajos costos, calidad en los productos y permite la competitividad. En el sector servicios, el aspecto tecnológico no garantiza bajos costos, en la modalidad en línea se reducirían los costos comparándolo con la capacitación presencial, ya que la plataforma sería compartida en todas las clases.

La capacidad de comercialización de la empresa de capacitación se verá incrementada por la potencialización de equipos de computación, proyectores,

micrófonos, entre otros accesorios tecnológicos necesarios para entregar el servicio de capacitación. Además, se empleará diferentes softwares a la hora de abordar la formación por la vía electrónica, como LMS, permite distribuir y gestionar contenidos y herramientas pero que generalmente no permite crear contenidos. Mientras, un CMS sí sería un portal de creación de contenido. Se diferencian en el objeto de la gestión, mientras que un CMS orientado a la formación permite crear y gestionar contenidos de aprendizaje un LMS crea y gestiona cursos, estos son la unidad mínima que tiene sentido en un LMS. Además existen los LCMS (Learning Content Management System o sistema de gestión de contenidos y aprendizaje) que combinan ambas soluciones y permiten crear por un lado contenidos de aprendizaje y gestionarlos y por otro crear y gestionar cursos que utilicen los contenidos creados en el mismo sistema y otros externos.

Un LMS debe permitir distribuir contenido en diferentes formatos, textos, audio, imágenes, videos... alojados en el propio sistema o en servidores externos.

Herramientas de evaluación: El sistema debe monitorizar la actividad de los alumnos respecto al acceso a la plataforma, tiempos de uso de las herramientas, asistencia a tutorías, a clases virtuales, participación en chats y foros, además considerarla en la evaluación dentro de los parámetros que los profesores consideren oportunos. Por otro lado debe ofrecer a los profesores herramientas para crear exámenes de evaluación y autoevaluación y gestionar la entrega de actividades o trabajos y la evaluación de los mismos. Además deberá calcular y mostrar a los alumnos los resultados de las evaluaciones en cada aspecto y en el global del curso.

Comunicación interpersonal: Debe disponer de medios de comunicación entre diferentes usuarios de la plataforma, entre ellos pueden estar, el chat, la mensajería interna o por correo electrónico, la videoconferencia u otros.

Herramientas de gestión académica: Son sólo accesibles para los profesores o diseñadores de cursos y permiten crear cursos, gestionar los contenidos y los calendarios de los mismos y también organizar grupos de alumnos y gestionar los permisos de cada grupo o alumno durante el curso así como acceder a listados de alumnos, notas o a cualquier otra información relativa al curso.

Herramientas de gestión administrativa: Incluyen la gestión de matrículas y la creación y gestión de los grupos de cada curso. También la gestión de los usuarios, asignación de contraseñas, edición de los datos del mismo, generación de expedientes o expedición de certificados (Sanchis & Poza, 2013).

Existen muchas soluciones LMS en el mercado incluso algunos CMS suficientemente completos como para funcionar como LMS en algunos contextos, a continuación la lista de LMS conocidos:

Sistemas propietarios

- iLearning by Oracle
- Aulapp
- Catedr@
- Desire2Learn
- eCollege
- Fronter
- Saba Learning
- SidWeb
- WebCT
- Blackboard
- e-learning Manager

Sistemas libres

- Atutor
- Docebo
- Moodle
- Claroline
- Dokeos
- Proyecto Sakai
- Chamilo
- DaVinci LMS
- SWAD

Oportunidad: La incorporación de tecnología específica favorece una mayor productividad y mejor rendimiento del negocio.

Aspecto ecológico

Se entiende por impacto ambiental el efecto que produce una determinada acción humana sobre el medio ambiente en sus distintos aspectos. El nuevo emprendimiento se regirá por el uso general de Buenas Prácticas Ambientales (BPA) que consiste en el conjunto de hábitos personales y colectivos permitan minimizar el impacto ambiental asociado a la actividad empresarial.

Al ser un servicio no hay un impacto ambiental por la actividad empresarial que se va a desarrollar. Se puede implementar actividades de reciclaje de papel, cartón, plásticos, entre otros, lo que favorecerá a las buenas prácticas ambientales, para de esa manera contribuir de forma responsable con el medio ambiente.

Oportunidad: Implementaremos con éxito las BPA en la empresa con el compromiso de todos los colaboradores.

Aspecto cultural

Son los factores relativos a las creencias, tradiciones, actitudes, entre otros.

“Una cultura es la consideración de la conducta aprendida y de los resultados de esa conducta, cuyos elementos comparten y transmiten los miembros de una sociedad” (Herrera, 2017).

“El comportamiento durante el proceso de compra se ve afectado por características únicas del consumidor es así que la cultura constituye un factor que determina los deseos y el comportamiento de las personas”; así mismo, a medida que el consumidor tiene experiencias de compra forma un criterio que utilizará en las siguientes compras; este grupo de personas que tiene una forma característica de comprar está constituido por los perfiles demográficos y psicográficos de un segmento donde se observan variables como edad, nivel de ingreso, etnias y de esta manera definir perfiles y segmentos de consumidores, explicando acciones importantes para pronosticar los productos que estarán en demanda ahora y en el futuro. La marca es un signo a la vez verbal, lingüístico, visual y gráfico que representa la identidad y el carácter asumido como propio por una empresa, institución, producto o servicio, garantizando la propiedad exclusiva y el uso comercial de este signo. Una marca tiene connotaciones de la “promesa” del producto, el punto de diferenciación del producto o servicio respecto a sus competidores que la hace especial o única” (Santamaría, 2014).

Respecto a la Mercadotecnia, el nivel cultural afecta al tipo de producto y/o servicio que se consume o adquiere y también la manera de adquirir el mismo. En cada mercado culturalmente diferente se usan campañas de Marketing aplicadas a estas diferencias. Debe crearse una cultura, un espíritu de capacitación. El aspecto formal, estructural y legal respecto a la capacitación es necesario, pero lo más importante es

que exista liderazgo en la organización y tomen decisiones respecto a crear una cultura de capacitación que beneficie a todos y cada uno de quienes conforman la misma.

Amenaza: La creencia de que la capacitación del recurso humano es un gasto y no una inversión en las empresas ecuatorianas.

Cinco Fuerzas Competitivas de Michael Porter

Para realizar el análisis del microambiente, se utilizan las 5 fuerzas de Porter (proveedores, clientes, productos sustitutos, nuevos entrantes y rivalidad competitiva) competencia directa e indirecta:

Poder de negociación de los compradores o clientes

El mercado se presenta poco atractivo cuando existe una alta organización de los compradores, lo que les permite ejercer una mayor presión sobre el precio o calidad del producto y/o servicio. Se caracteriza por:

- Concentración de clientes respecto a la concentración en el sector.
- Disponibilidad de información para el cliente.
- Existencia de servicios sustitutos.
- Sensibilidad del cliente al precio.
- Ventaja diferencial del producto y/o servicio.

En nuestro país, existen algunas empresas que invierten en la capacitación del personal, porque saben que esa inversión tiene un rápido retorno. Por lo tanto, existen varias empresas que requieren capacitar al talento humano, pero al no conocer sus propias necesidades, la capacitación no la consideran como un factor crítico.

oportunidad: En el mercado existen empresas interesadas en adquirir el servicio de capacitación, específicamente por la especialización en minas y petróleos.

Poder de negociación de los proveedores o vendedores

La posición en la que se encuentran los proveedores de la empresa y las circunstancias que los rodean influyen directamente en las actividades de la empresa.

Se caracteriza por:

- Número de proveedores importantes.
- Disponibilidad de sustitutos de proveedores.
- Facilidades para el cambio de proveedor.
- Presencia de productos sustitutos.
- Contribución de los proveedores a la calidad.

Un mercado o segmento de mercado organizado y con la capacidad de imponer precios o tamaño de pedidos del producto y/o servicios, es poco conveniente para el nuevo emprendimiento. Entre los proveedores principales se va a contar con los siguientes:

- Super Paco (artículos de oficina)
- Point Technology (equipos de computación y tecnología variada)
- CNT (telefonía fija y móvil)
- Plataformas virtuales
- Alquiler de las salas de los hoteles o centros de convenciones

Los proveedores son un eslabón importante del sistema global de entrega de valor a los clientes de la empresa. Proporcionan los recursos que la empresa necesita para producir sus bienes y servicios. Problemas con los proveedores pueden afectar seriamente al marketing. Los directores de marketing deben vigilar la disponibilidad de suministros, la escasez de insumos o los retrasos, las huelgas de trabajadores, y otros sucesos que pueden perjudicar las ventas a corto plazo y repercutir en la satisfacción de los clientes a largo plazo. Los responsables del marketing vigilan también las

tendencias en los precios de sus insumos clave. Un alza en los costos de los insumos podría forzar aumentos de precio que perjudiquen el volumen de ventas de la empresa (Kotler & Armstrong, 2008).

Oportunidad: Se puede crear una alianza estratégica para crear y entregar valor al cliente.

Amenaza de nuevos entrantes

Es la posibilidad de que nuevas empresas ingresen a competir con el nuevo emprendimiento y se disputen el mismo mercado, para lo cual es necesario analizar las barreras de entrada que se puedan generar. Algunos factores que definen estas fuerzas son:

- Diferenciación del servicio.
- Identificación de la marca.
- Requerimientos de capital.
- Acceso a tecnología avanzada.
- La experiencia.

Los nuevos entrantes se consideran a las futuras empresas de capacitación que ingresarán al mercado.

Amenaza: Existe la posibilidad de que nuevas empresas ingresen al mercado a competir con la empresa de capacitación y se posicionen rápidamente copiando el servicio.

Amenaza de productos sustitutos

La existencia de muchos productos sustitutos reales o potenciales podría limitar los precios y las utilidades que se puedan obtener en un segmento (Kotler & Armstrong, 2008).

En el mercado existen muchos servicios iguales o similares, que pueden ser adquiridos en lugar de otros, generando una baja rentabilidad. Se puede citar, entre otros, los siguientes factores:

- Lograr la fidelidad del cliente.
- Precios relativos de los servicios sustitutos.
- Nivel percibido de diferenciación del producto.
- Disponibilidad de sustitutos cercanos.

Existen varias empresas que ofrecen servicios de capacitación, pero de acuerdo a las necesidades generales del mercado y no consideran las necesidades específicas de las empresas. Entre los servicios sustitutos se puede mencionar: la capacitación on-line. Amenaza: Existen otros servicios de capacitación que pueden convertirse fácilmente en sustitutos del servicio que se va a ofertar.

Rivalidad entre los competidores

El grado de intensidad en la rivalidad de la industria está relacionada con el número de competidores, a mayor cantidad de empresas existentes, mayor es la rivalidad. Otro aspecto que incrementa la rivalidad es que mientras más intensa sea la rivalidad entre los competidores, más difícil será para nuevas empresas entrar en esa industria y para las existentes sobrevivir en ellas.

El concepto de marketing establece que, para tener éxito, una empresa debe proporcionar a sus clientes mayor valor y satisfacción que los competidores. Por lo tanto, el mercadólogo debe hacer algo más que simplemente adaptarse a las necesidades de los consumidores meta; también debe obtener ventaja estratégica mediante el posicionamiento vigoroso de su oferta en la mente de los consumidores en comparación con las ofertas de la competencia (Kotler & Armstrong, 2008).

Los servicios de capacitación lo ofrecen pocas empresas capacitadoras en el país, a continuación, las siguientes:

- SECAP
- Novaway
- Intelecto
- Ideas Group
- Centro de Desarrollo Empresarial

La capacitación técnica que se ofrecerá a los clientes, la misma que se desarrollará de acuerdo a un análisis previo de las necesidades de capacitación es específica para las empresas mineras y petroleras, que conforman el cliente objetivo.

Oportunidad: No existen competidores que den este servicio diferenciado en el mercado nacional.

Cadena de Valor

La Cadena de Valor es una herramienta de análisis interno que permite analizar las principales actividades de la empresa con el fin de describir cuáles generan un valor o ventaja competitiva al producto y/o servicio final. A continuación, se presenta la cadena de valor de la empresa de capacitación:

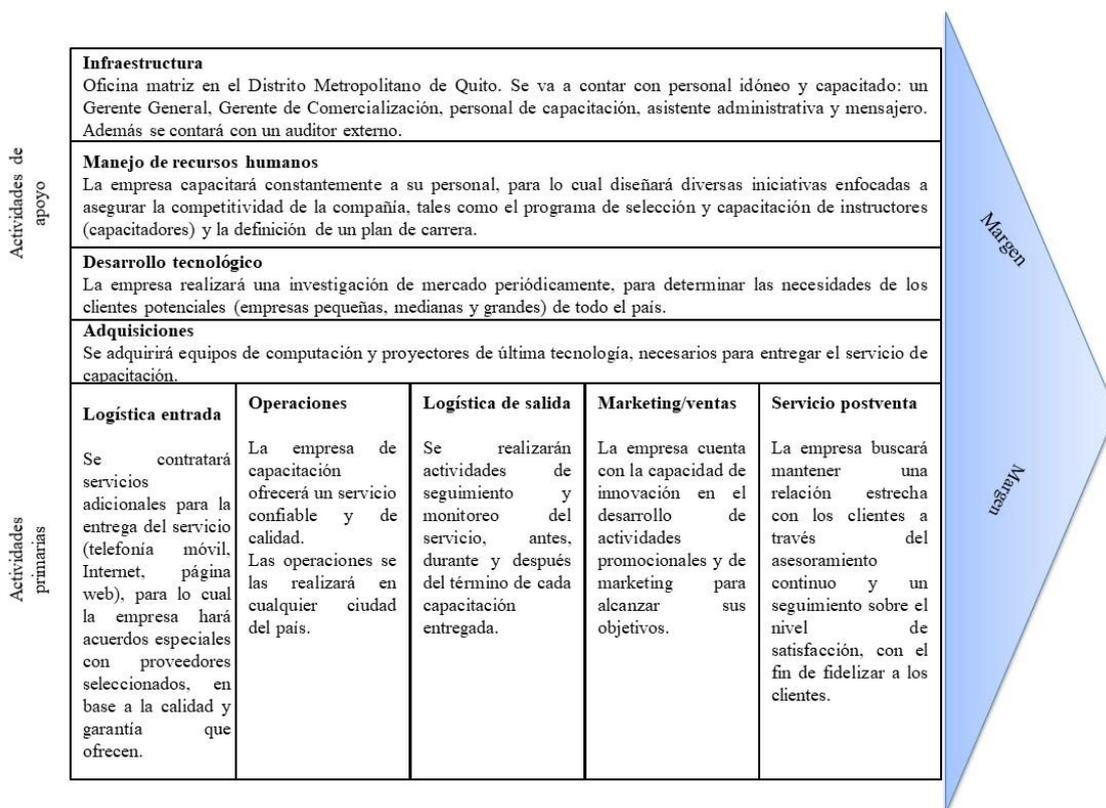


Figura 10. Cadena de Valor

Después de realizar el análisis interno empleando la Cadena de Valor, se pueden identificar las fortalezas y debilidades con las que va a contar la empresa de capacitación, a continuación, las siguientes:

Fortalezas

- Contamos con personal idóneo y capacitado en las áreas minera y petrolera.
- Contamos con un plan de capacitación permanente al personal administrativo y operativo.
- Poseemos información y contamos con el Know How del negocio con lo cual se mantendrá una relación estrecha con los clientes.
- Mantenemos una base de datos amplia de clientes interesados en el servicio de capacitación.

- Identificamos las necesidades de nuestros clientes potenciales (empresas medianas y grandes) de los sectores petrolero y minero y estamos seguros de cumplir con sus expectativas.

Debilidades

- Dependencia de los proveedores de telefonía móvil e Internet para poder entregar el servicio.
- Las operaciones presenciales se las hará en cualquier ciudad del país, corriendo el riesgo de que el lugar designado para la capacitación no esté disponible oportunamente.

Diagnóstico de la Situación

Análisis DAFO

Tabla 6

Análisis DAFO

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Dependencia de los proveedores de telefonía móvil e Internet para poder entregar el servicio. • Las operaciones presenciales se las hará en cualquier ciudad del país, corriendo el riesgo de que el lugar designado para la capacitación no esté disponible oportunamente. 	<ul style="list-style-type: none"> • La incertidumbre política existente en nuestro país, es negativo para los negocios y en especial para las empresas nuevas, haciendo que las mismas se protejan reduciendo su mano de obra o que los requisitos para constituir una empresa, los impuestos, los trámites, entre otros, estén sujetos a cambios según el Gobierno del momento. • La tasa de inflación es baja según estadísticas de meses anteriores, la misma que es incierta respecto a la economía actual del país. • Ante la incertidumbre económica existente en nuestro país, no hay seguridad para el sector empresarial. • La corrupción bloquea el desarrollo de las actividades privadas. • La creencia de que la capacitación del recurso humano es un gasto y no una inversión en las empresas ecuatorianas. • Existe la posibilidad de que nuevas empresas ingresen al mercado a competir con la empresa de capacitación y se posicionen rápidamente copiando el servicio. • Existen otros servicios de capacitación que pueden convertirse fácilmente en sustitutos del servicio que se va a ofertar.

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Contamos con personal idóneo y capacitado en las áreas minera y petrolera. • Contamos con un plan de capacitación permanente al personal administrativo y operativo. • Poseemos información y contamos con el Know How del negocio con lo cual se mantendrá una relación estrecha con los clientes. • Contamos con una base de datos amplia de clientes interesados en el servicio de capacitación. • Conocemos las necesidades de nuestros clientes potenciales (empresas medianas y grandes) de los sectores petrolero y minero y estamos seguros de cumplir con sus expectativas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Debido a que la tasa activa presenta un leve incremento en comparación con los meses anteriores, se podrá acceder a un crédito con cualquier institución financiera. • La ausencia de trabajo estable provoca que se cuente con el recurso humano suficiente, del cual se escogerá el más idóneo para la nueva empresa. • Las empresas requieren del servicio de capacitación para su recurso humano en las diferentes áreas. • La incorporación de tecnología específica favorece la competitividad, una mayor productividad y mejor rendimiento del negocio. • Implementaremos con éxito las BPA en la empresa con el compromiso de todos los colaboradores. • En el mercado existen empresas interesadas en adquirir el servicio de capacitación, específicamente por la especialización en minas y petróleos. • Se puede crear una alianza estratégica para crear y entregar valor al cliente. • No existen competidores que den este servicio diferenciado en el mercado nacional.

Una vez construido el DAFO, se presentan a continuación las estrategias que se aplicarán para conseguir los objetivos de la empresa:

Estrategias ofensivas: FO

Estas estrategias se basan en las fortalezas internas con las oportunidades externas.

- Ofrecer los servicios de capacitación con el apoyo de profesionales capacitados, a las empresas del sector público y privado que requieren los mismos para sus áreas estratégicas.
- Posicionarse en el mercado rápidamente aprovechando el Know How que se posee.
- Contactar con los clientes que necesitan la capacitación que se oferta en las áreas estratégicas.
- Implementar los servicios de capacitación a través de plataformas virtuales, empleando los medios digitales para ampliar el portafolio de servicios.

Estrategias defensivas: FA

Estas estrategias se basan en las fortalezas internas con las amenazas externas.

- Desarrollar contratos de confidencialidad para los capacitadores, sobre todo en el proceso de diagnóstico aplicado a los clientes.
- Desarrollar actividades promocionales continuamente con el fin de atraer a nuevos clientes, evitando así el impacto generado por los competidores existentes y por los aspectos político y económico.
- Desarrollar nuevos cursos de capacitación que atraiga a los clientes.

Estrategias de reorientación: DO

Estas estrategias se basan en las debilidades internas con las oportunidades externas.

- Realizar contratos empresariales para adquirir servicio especializado y personalizado por parte de los principales proveedores, adquiriendo tecnología de punta para la entrega de servicio presencial y empleando las mejores plataformas virtuales para el servicio virtual.
- Realizar convenios con instituciones (hoteles, centros de convenciones, entre otros) para poder contar con la infraestructura adecuada y a tiempo para las capacitaciones.

Estrategias de supervivencia: DA

Estas estrategias se basan en las debilidades internas con las amenazas externas.

- Manejo de reservas con cumplimiento de altos niveles de acuerdo de servicio, para garantizar una correcta prestación.
- Ofrecer los programas de capacitación con mayor demanda a las empresas públicas y privadas, fortaleciendo el grupo de capacitadores constantemente.
- Evitar perder la posición alcanzada en el mercado, a través de la entrega de un servicio diferenciado.

Los Consumidores: Criterios de Segmentación del Consumidor, Perfil y

Características

La segmentación del mercado consiste en identificar y determinar aquellos grupos con ciertas características homogéneas, es decir segmentos. Los criterios de segmentación se muestran a continuación:

Tabla 7

Segmentación de mercado

Criterios de Segmentación	Segmentos del Mercado
<u>Geográfica</u>	
País	Ecuador
Provincia	Todas
Cantón	Todas
Parroquia	Todas
<u>Tipo de consumidor</u>	
Presupuesto	Empresas con mediano y alto presupuesto
Tipo de actividad	de los sectores petrolero y minero.
Tamaño	Empresas medianas y grandes.
<u>Nivel Socio Económico</u>	
Proceso de adquisición	Cotización aprobado y contrato

A continuación, se presenta las empresas existentes en el mercado a nivel nacional que ofrecen el servicio de capacitación a nivel individual y empresarial.

Tabla 8

Competencia del servicio propuesto

Empresas	Tipo de servicio	Nivel de precios	Nivel de posicionamiento
SECAP	Desarrollo de conocimientos y habilidades en un área específica.	Precio bajo	Calidad medio alta
Novaway	Especialistas en Consulting, Training, Market & Business.	Precio alto	Calidad alta
Intelecto	Capacitación & Asesoría, Desarrollo Empresarial, Herramientas de Desarrollo.	Precio alto	Calidad media
Ideas Group	Soluciones de capacitación empresarial.	Precio moderado	Calidad baja
Centro de Desarrollo Empresarial	Capacitación & Asesoría.	Precio medio alto	Calidad media

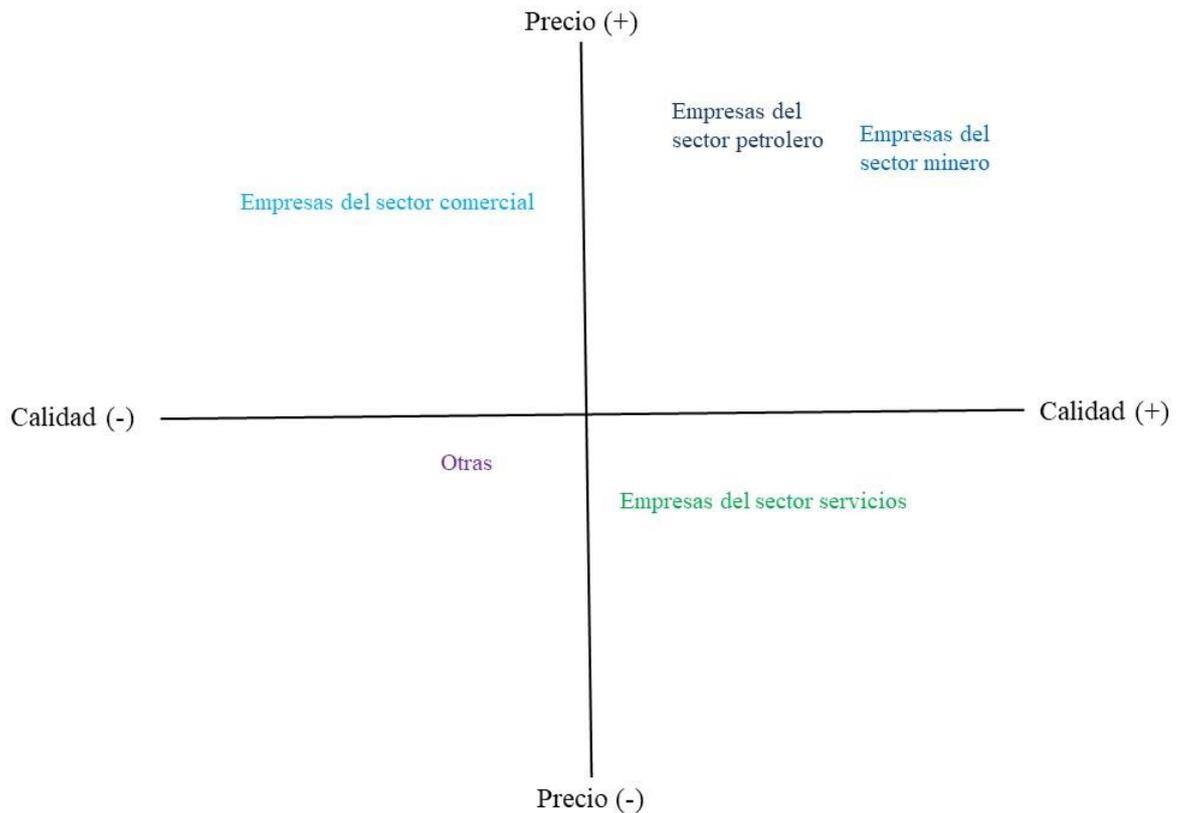


Figura 11. Mapeo de clientes

Metodología

El enfoque cuantitativo utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar una o varias preguntas de investigación y probar las hipótesis establecidas previamente. Confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud, patrones de comportamiento en una población. Se fundamenta en un esquema deductivo y lógico y generaliza los resultados de sus estudios mediante muestras representativas (Vega, y otros, 2014).

El método aplicado es el descriptivo, ya que se presentará los resultados obtenidos en la recolección de datos, aplicando una encuesta a la muestra obtenida. En este plan de negocios el universo está conformado por las empresas medianas y grandes que funcionan en el Distrito Metropolitano de Quito, por lo tanto, la población está

conformada por 477 empresas medianas y grandes pertenecientes al sector petrolero y minero, las cuales se detallan en el Apéndice A.

Se utilizó el muestreo probabilístico con una selección aleatoria de la muestra en el que cada elemento de la población tiene una probabilidad de ser seleccionado, así cada elemento de la muestra representa a un sector de la población, por lo que su característica más importante es la representatividad. La población es de tamaño finito, por lo que se aplicó la siguiente fórmula:

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

Donde: n = tamaño de la muestra

N = tamaño del universo

z = nivel de confianza deseado 95% (el valor que representa es de 1,96 en la tabla de la curva normal)

p = proporción estimada de éxito

q = proporción estimada de fracaso

e = error de estimación, el cual se considera del 5%

Se emplearán las siguientes proporciones estimadas: p = 95%; q = 5%

$$n = \frac{477 * (1,96)^2 * 0,95 * 0,05}{(0,05)^2 * 476 + (1,96)^2 * 0,95 * 0,05}$$

$$n = \frac{87}{1,37}$$

$$n = 63$$

La encuesta será aplicada a 63 empresas del Distrito Metropolitano de Quito.

Diseño de la Encuesta

El contenido de la encuesta que será aplicada a la muestra contiene diez preguntas, todas ellas en base a la escala de Likert, con lo cual se generó un cuestionario que identifica el grado de acuerdo o desacuerdo de cada pregunta, empleando cinco niveles de respuestas. Ver Apéndice B.

Procesamiento de Datos

Tabla 9

Valores de elementos de acuerdo a la escala de Likert (a)

Respuesta de cada elemento	Valor
Totalmente en desacuerdo	1
En desacuerdo	2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
De acuerdo	4
Totalmente de acuerdo	5

Tabla 10

Valores de elementos de acuerdo a escala de Likert (b)

Respuesta de cada elemento	Valor
Nunca	1
Casi nunca	2
Ocasionalmente	3
Frecuentemente	4
Muy frecuentemente	5

Tabla 11

Datos tabulados

Encuesta	Valores de elementos de acuerdo a escala de Likert									
Sujeto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
E01	5	5	4	5	3	4	4	4	5	4
E02	5	5	4	5	3	4	3	5	5	4
E03	5	5	4	5	2	4	5	3	5	4
E04	5	4	4	5	3	4	4	5	4	4
E05	5	5	4	5	4	3	4	5	5	4
E06	5	5	3	4	3	5	3	3	3	5
E07	5	5	4	5	3	4	4	4	5	4
E08	5	5	4	5	3	3	3	3	5	5
E09	5	5	4	5	2	4	4	5	2	4
E10	5	5	5	4	3	5	5	3	5	3
E11	5	5	4	5	3	4	4	5	5	4
E12	5	5	4	5	4	3	5	4	1	3
E13	5	5	4	5	3	3	4	5	5	4
E14	5	5	4	5	3	3	4	3	5	4
E15	5	5	4	5	3	4	4	4	5	4
E16	5	4	3	4	2	4	3	4	4	5
E17	5	5	4	5	3	4	4	5	5	4
E18	5	5	4	5	3	3	3	3	5	5
E19	5	5	4	5	4	3	4	4	3	4
E20	5	5	4	5	3	3	4	4	5	4
E21	5	5	4	5	3	4	4	5	5	4
E22	5	5	5	4	3	5	5	3	4	3
E23	5	5	4	5	2	4	4	4	5	4
E24	4	5	4	5	3	5	5	3	5	3
E25	5	5	4	5	3	4	4	3	5	4
E26	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4
E27	5	5	4	5	3	4	3	4	4	5
E28	5	4	4	5	2	5	4	5	5	4
E29	5	5	3	5	4	4	3	5	5	5
E30	5	4	4	5	3	4	4	4	5	4
E31	5	5	4	4	3	5	4	4	5	4
E32	5	5	4	5	2	5	5	3	5	3
E33	5	5	4	5	3	4	4	4	5	4
E34	5	5	4	5	4	5	4	3	4	4
E35	5	5	5	5	1	4	5	4	5	3
E36	5	5	4	5	3	3	4	3	5	4
E37	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4
E38	5	5	4	5	3	4	5	4	5	3
E39	4	5	4	5	3	4	4	5	5	4
E40	4	5	4	5	3	3	4	4	4	4
E41	5	5	3	5	1	5	3	5	5	5
E42	5	5	4	5	3	4	4	4	5	4
E43	5	4	4	5	3	4	3	5	4	5
E44	5	5	4	5	5	3	4	4	5	4
E45	5	5	5	4	3	5	5	3	5	3
E46	5	5	4	4	3	5	4	3	4	4
E47	5	5	4	5	3	5	5	4	5	3
E48	5	5	4	5	1	4	4	3	5	4

E49	5	5	4	5	3	3	3	3	4	5
E50	5	5	3	5	3	3	3	5	5	5
E51	5	5	5	4	5	4	5	5	5	3
E52	5	5	4	5	3	5	5	4	5	3
E53	5	5	4	5	3	3	4	5	4	4
E54	4	5	4	5	3	3	4	5	5	4
E55	5	5	4	5	1	5	3	3	5	5
E56	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4
E57	5	5	4	5	3	4	4	3	5	4
E58	5	5	3	5	5	4	3	3	5	5
E59	5	5	4	5	3	3	4	5	4	3
E60	5	5	4	5	3	5	5	5	5	3
E61	5	5	5	4	1	4	4	3	5	3
E62	5	5	4	5	3	4	4	4	4	3
E63	5	4	4	5	5	4	3	2	5	5

Análisis de Datos

Tabla 12

Resultados de respuesta por pregunta

Elemento	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	0	5	0	0	0	1	0
En desacuerdo	0	0	0	0	6	0	0	1	1	0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0	6	0	41	16	14	20	2	15
De acuerdo	4	7	51	10	6	30	36	22	14	35
Totalmente de acuerdo	59	56	6	53	5	17	13	20	45	13

Tabla 13

Resultados de respuesta por pregunta en porcentaje

Elemento	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Totalmente en desacuerdo	0%	0%	0%	0%	8%	0%	0%	0%	2%	0%
En desacuerdo	0%	0%	0%	0%	10%	0%	0%	2%	2%	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0%	0%	10%	0%	65%	25%	22%	32%	3%	24%
De acuerdo	6%	11%	81%	16%	10%	48%	57%	35%	22%	56%
Totalmente de acuerdo	94%	89%	10%	84%	8%	27%	21%	32%	71%	21%

Gráficos por variable

Pregunta 1: ¿Cree que un buen desempeño laboral es la fortaleza más relevante con la que cuenta una organización?

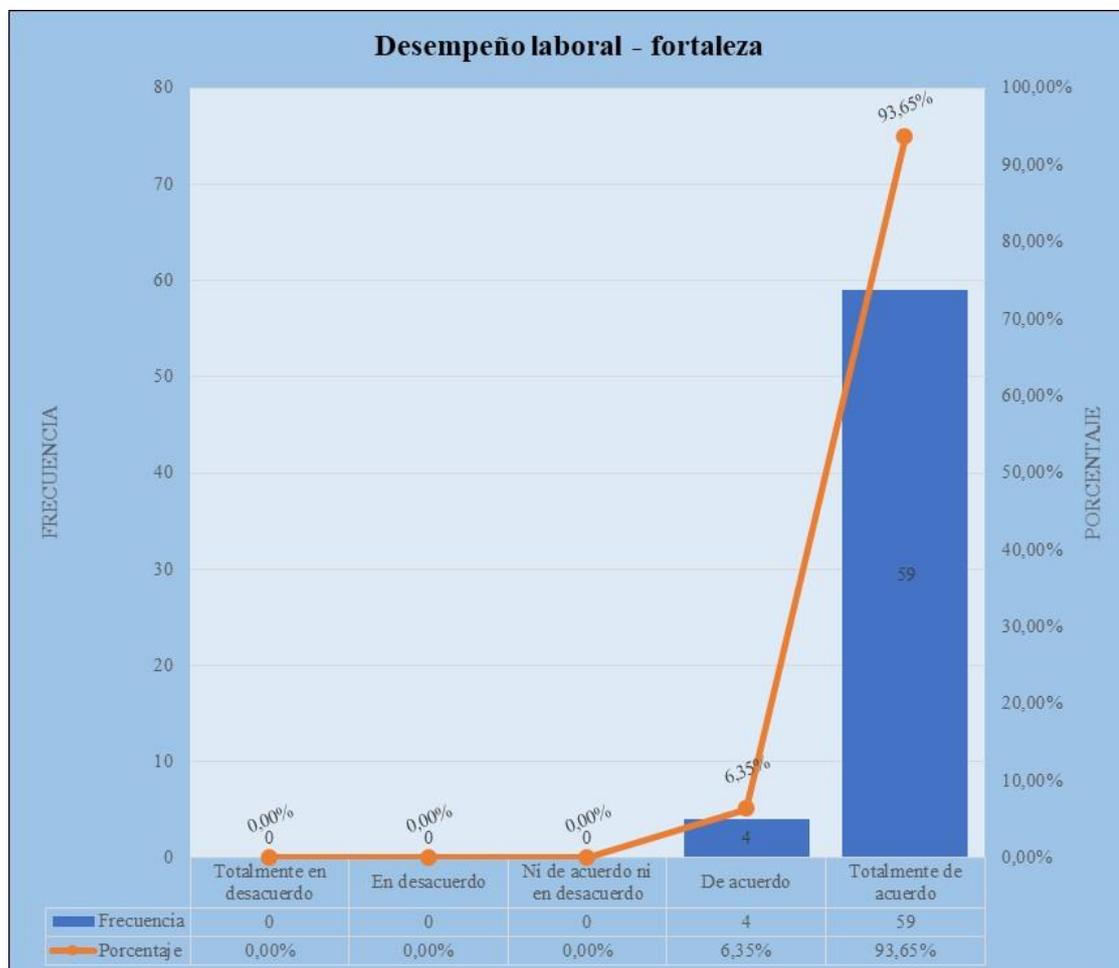


Figura 12. Desempeño laboral - fortaleza

Pregunta 2: ¿Considera que el desempeño se relaciona con las habilidades y conocimientos que apoyan las acciones del trabajador y que pueden ser obtenidos por medio de la capacitación?

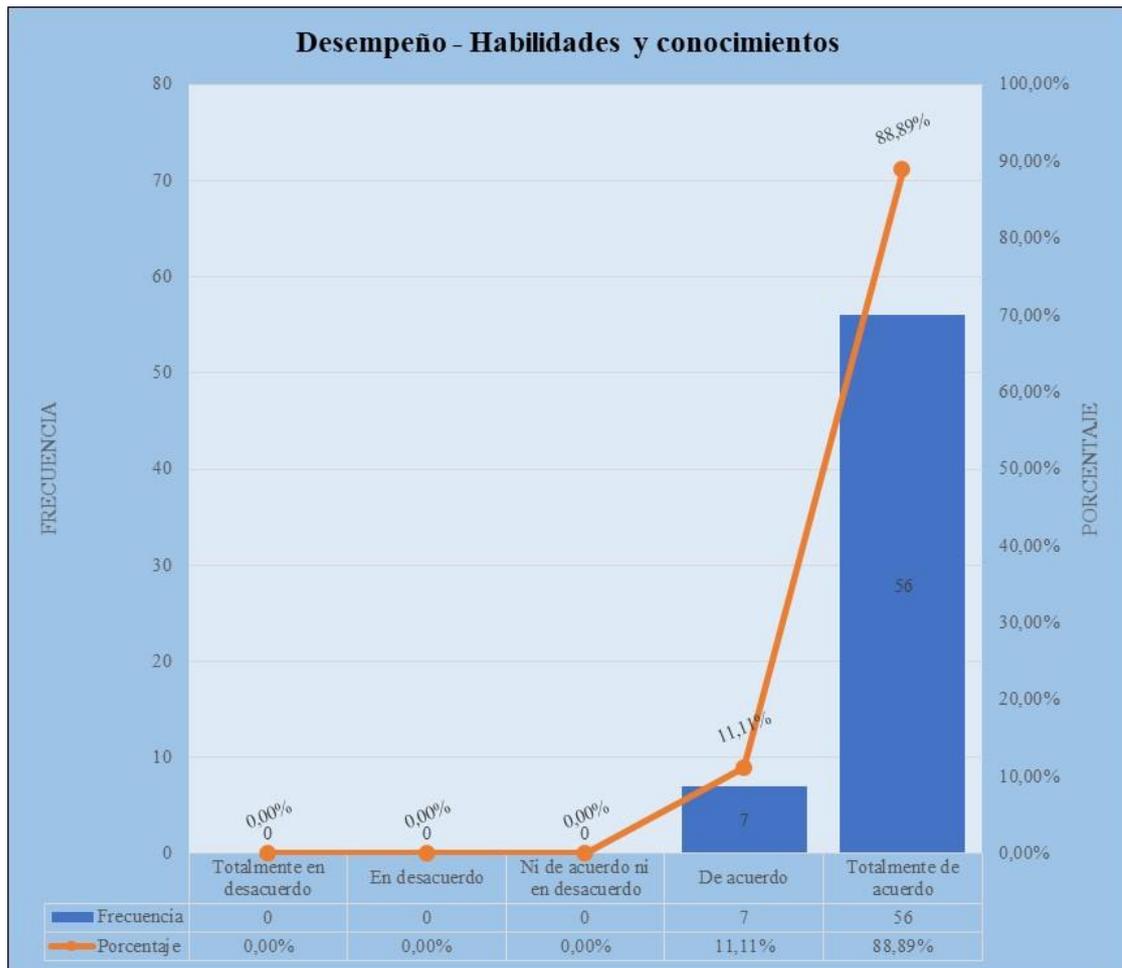


Figura 13. Desempeño - habilidades y conocimientos

Pregunta 3: ¿Considera que la capacitación facilita el proceso en la adquisición de conocimientos para mejorar el desempeño del recurso humano de su empresa?

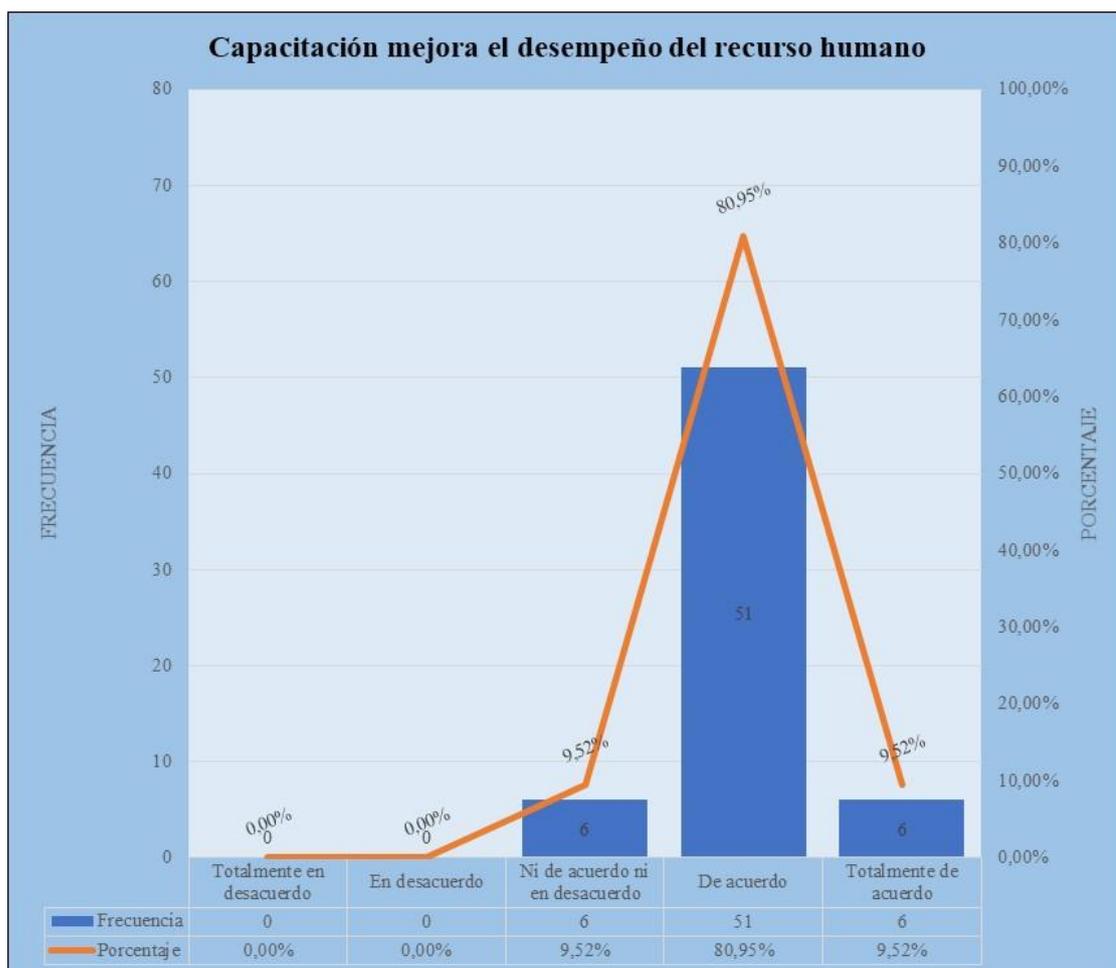


Figura 14. Capacitación vs. Desempeño del recurso humano

Pregunta 4: ¿Considera que el recurso humano de su empresa cuenta con las competencias necesarias para participar en una capacitación que mejoraría su desempeño?

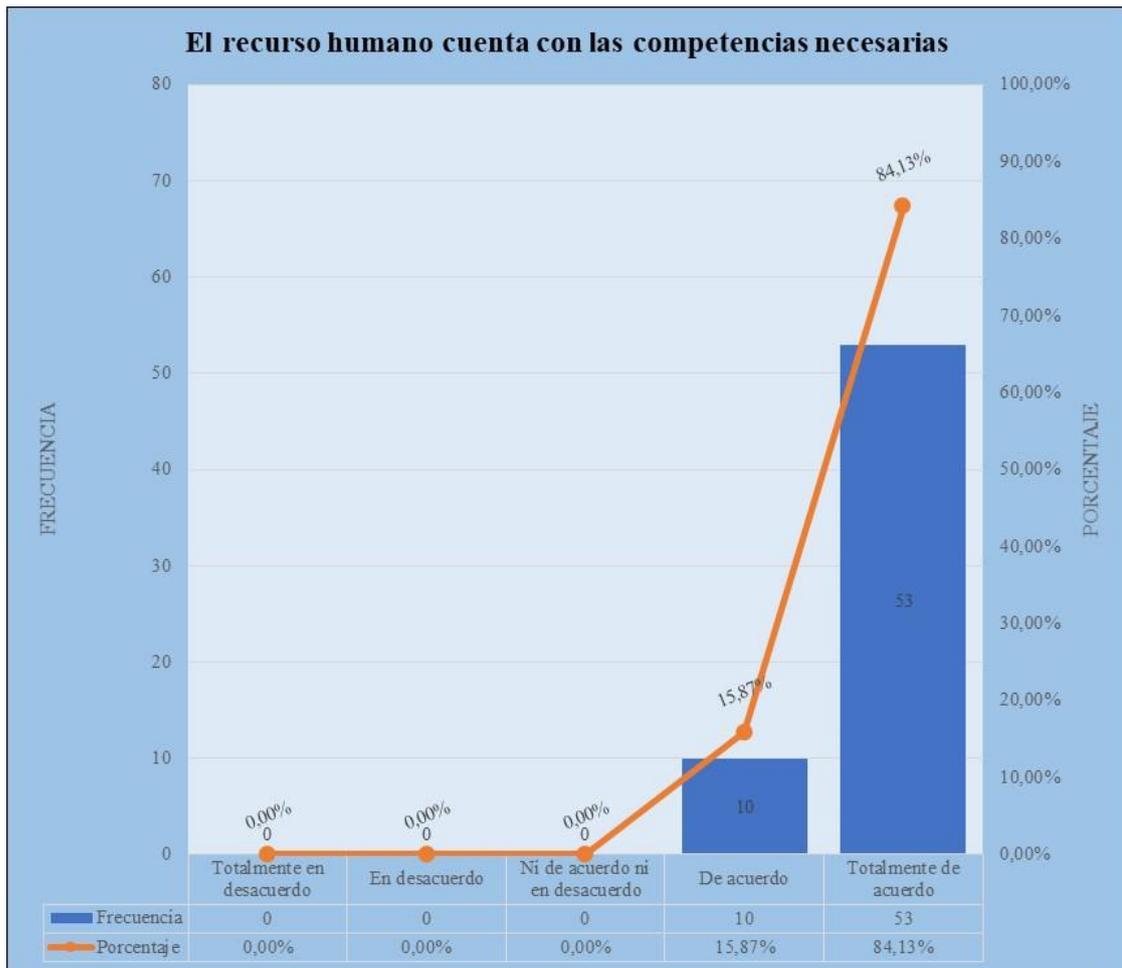


Figura 15. Competencias necesarias

Pregunta 5: ¿Con qué frecuencia capacita al recurso humano de su empresa?

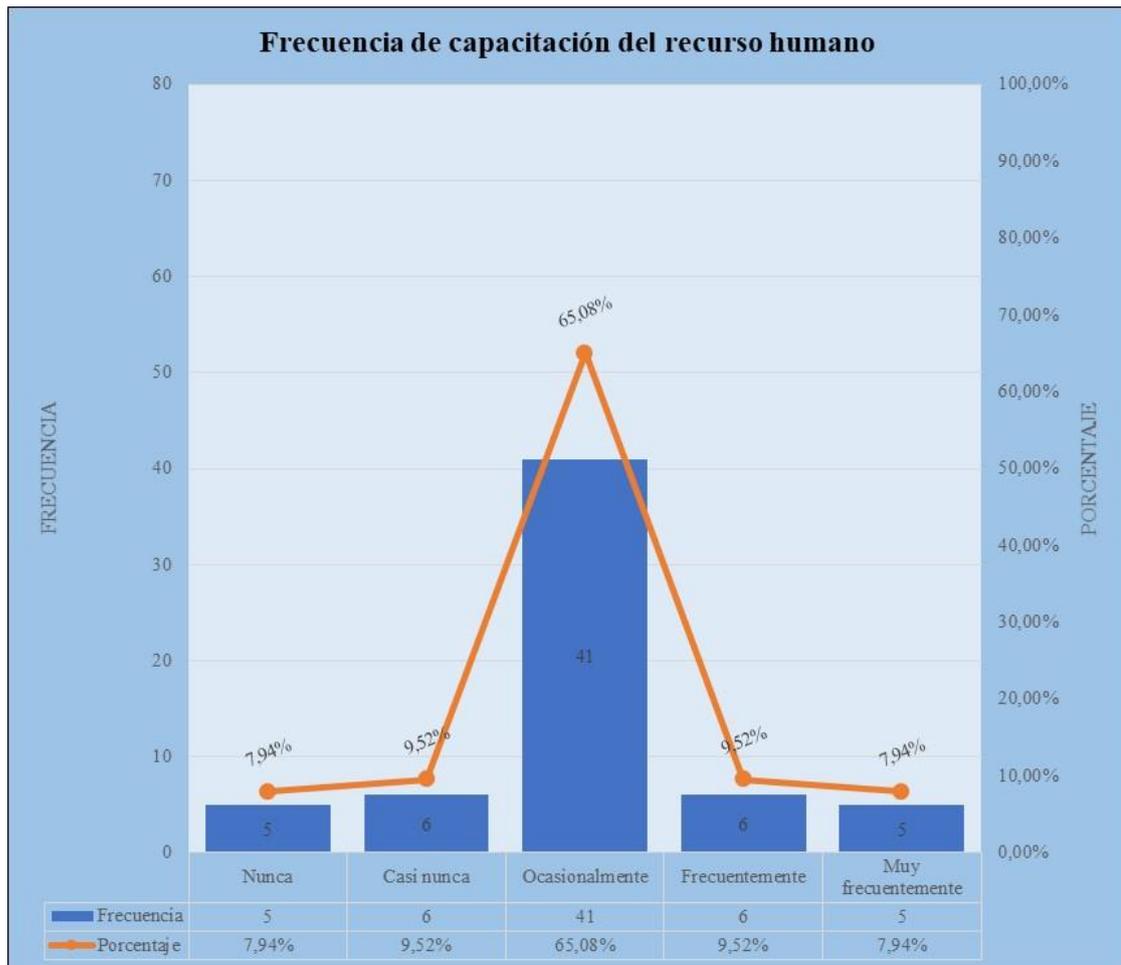


Figura 16. Frecuencia de capacitación del recurso humano

Pregunta 6: ¿Cree que las competencias laborales del personal que ingresa a su organización son adecuadas para el desempeño de las labores que se necesitan día a día?

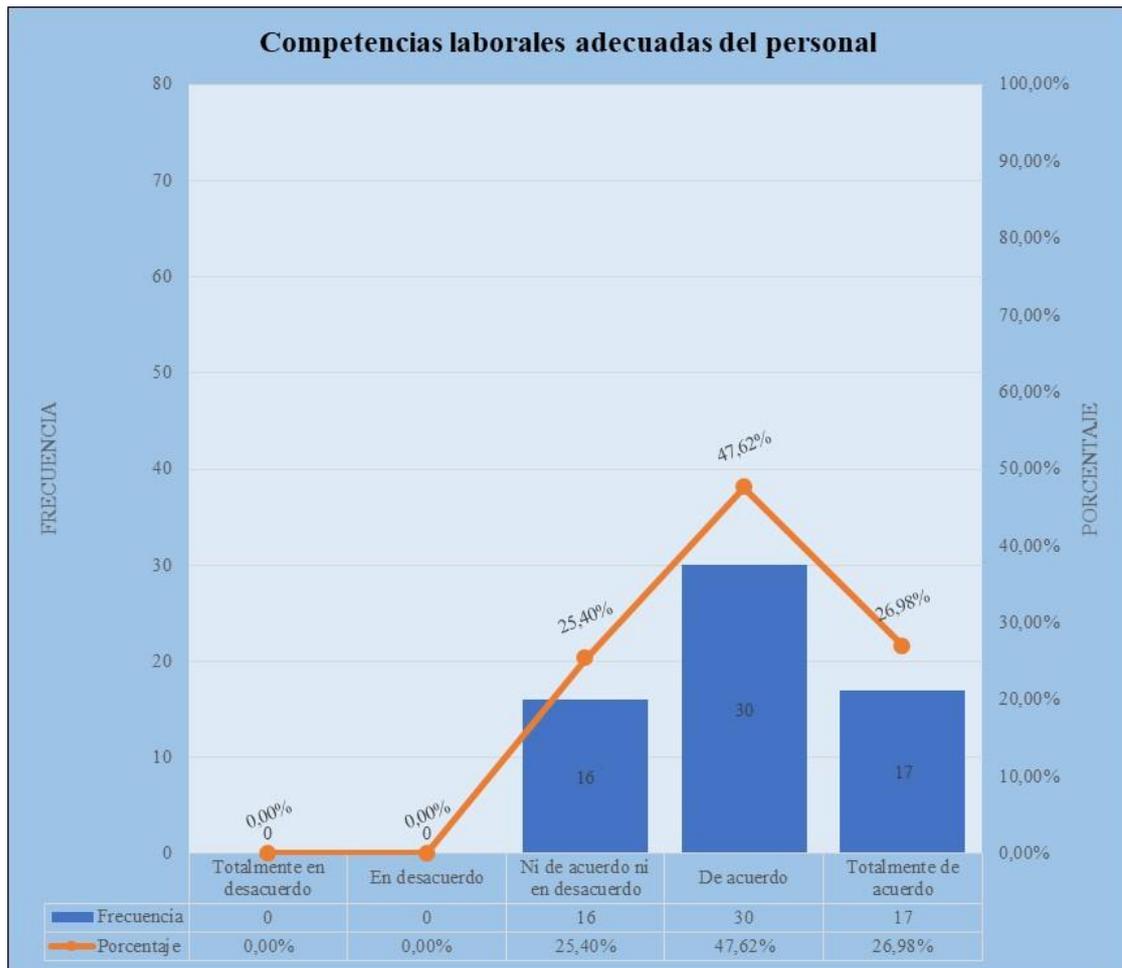


Figura 17. Competencias laborales del personal

Pregunta 7: ¿Cree que es importante asignar un presupuesto para la capacitación del personal de la empresa?



Figura 18. Presupuesto para capacitación

Pregunta 8: ¿Usted consideraría pagar por la capacitación de su recurso humano entre \$100 - \$200 por persona?

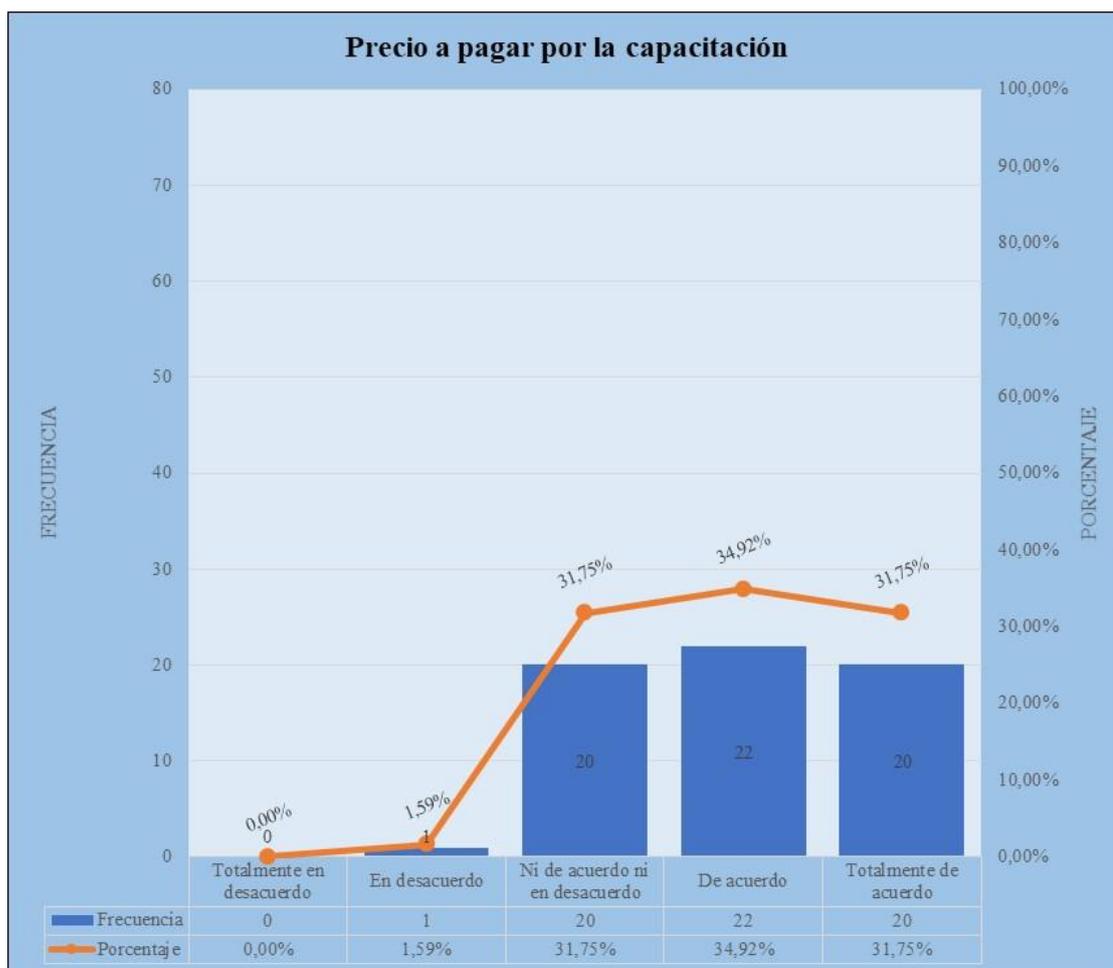


Figura 19. Precio a pagar por la capacitación

Pregunta 9: ¿Contrataría los servicios de una empresa nueva e innovadora en el mercado, integrada con personal de alta trayectoria para la capacitación de su recurso humano?

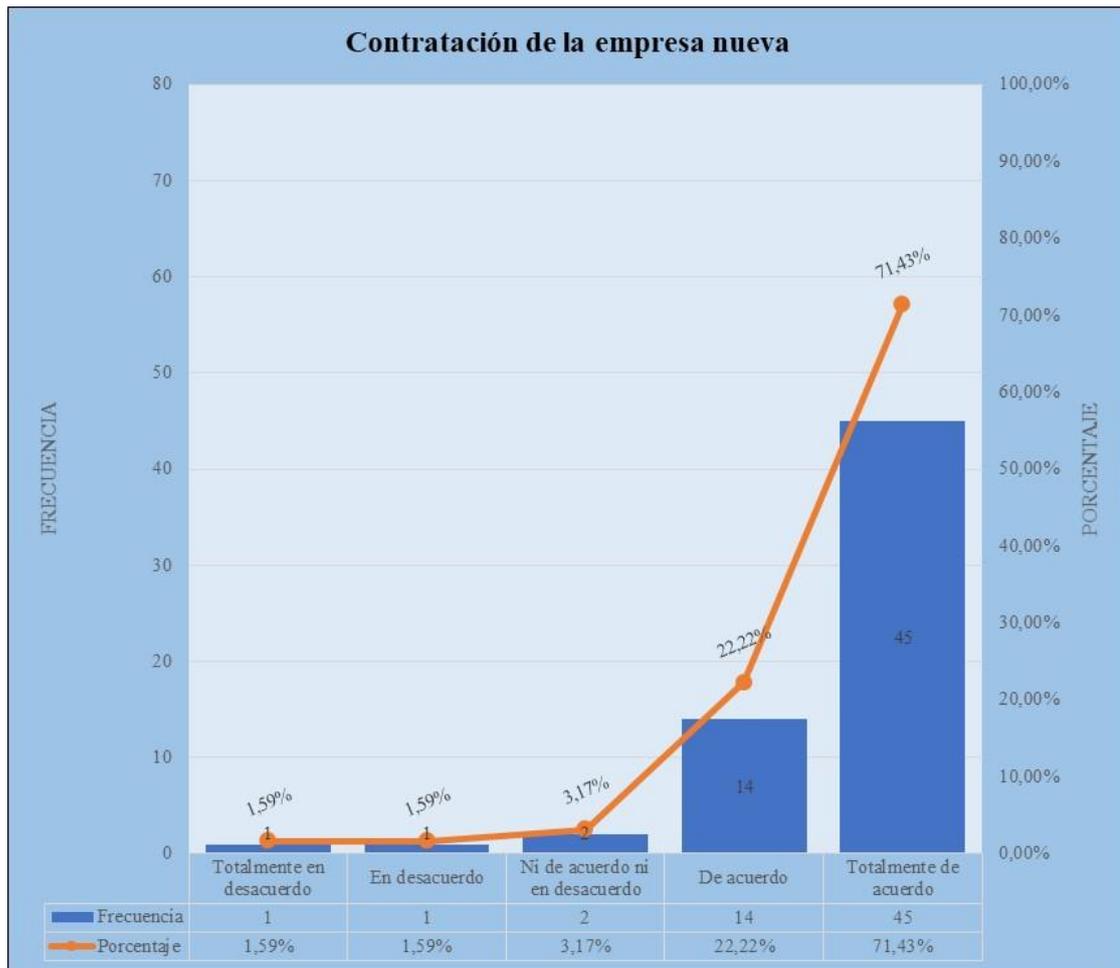


Figura 20. Contratación del servicio

Pregunta 10: ¿Le gustaría recibir información de la nueva empresa de capacitación a través de varios medios digitales?

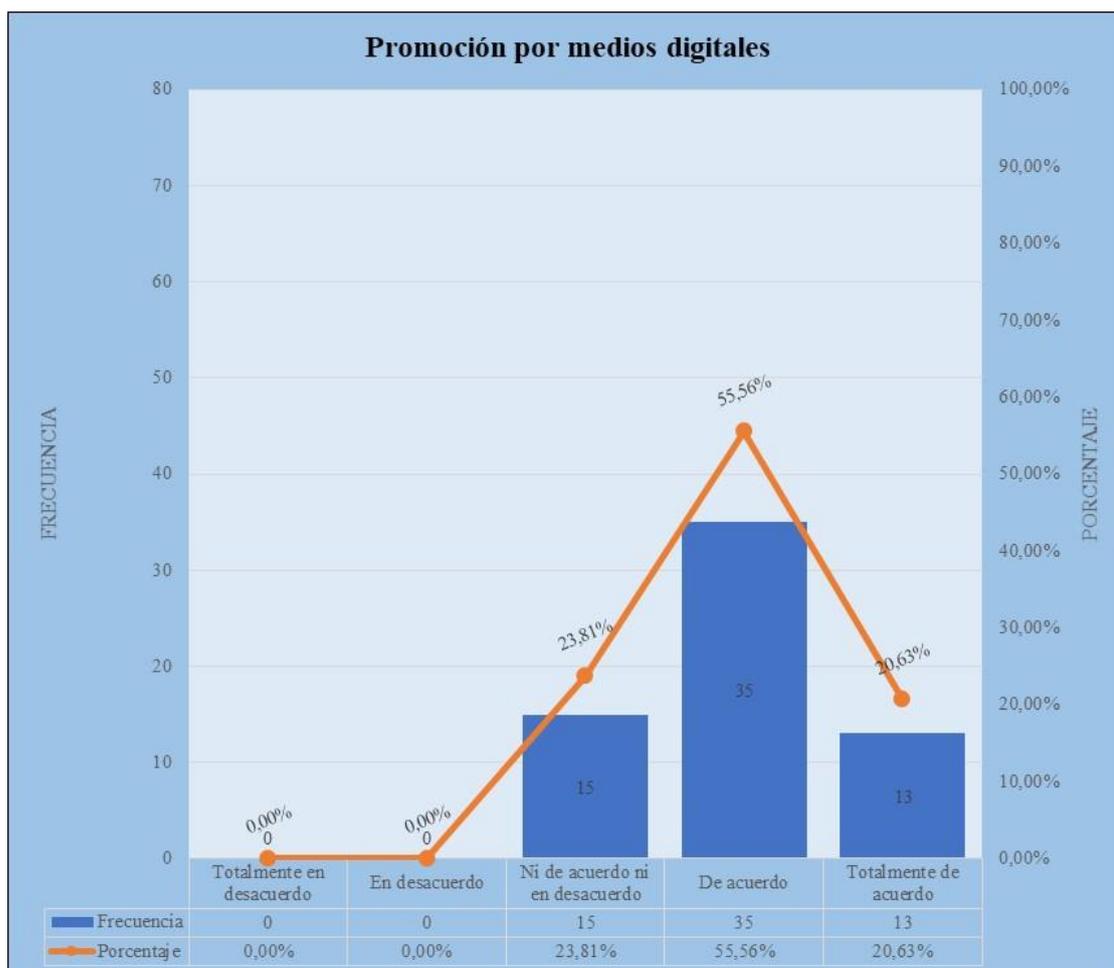


Figura 21. Promoción en medios digitales

Análisis de las respuestas más relevantes:

Pregunta 1: el 94% de las respuestas corresponde a que los encuestados están totalmente de acuerdo de que un buen desempeño laboral es la fortaleza más relevante con la que cuenta una organización.

Pregunta 2: El 89% de las respuestas corresponde a que los encuestados están totalmente de acuerdo en que el desempeño se relaciona con las habilidades y conocimientos que apoyan las acciones del trabajador y que pueden ser obtenidos por medio de la capacitación.

Pregunta 4: El 84% de las respuestas corresponde a que los encuestados consideran que el recurso humano de su empresa cuenta con las competencias necesarias para participar en una capacitación que mejoraría su desempeño.

Pregunta 9: El 71% de las respuestas corresponde a que los encuestados contratarían los servicios de una empresa nueva e innovadora en el mercado, integrada con personal de alta trayectoria para la capacitación de su recurso humano.

Demanda Actual y Proyectada

Se procedió a considerar información acerca de la demanda de capacitación de los servidores públicos realizada en 2016 por el Ministerio de Trabajo, mediante la cual se proyectará la misma considerando el porcentaje obtenido en la encuesta. A continuación, se indica la disposición de los servidores públicos para recibir un proceso de capacitación.

¿Desea capacitación?	No. Servidores	Porcentaje
Si	34.874	71,55%
No	13.869	28,45%
Total general	48.743	100,00%

Figura 22. Disposición a la capacitación en las empresas públicas, 2016
Tomado de “Ministerio de Trabajo” (2018) (www.trabajo.gob.ec)

Además, la cantidad de empleados públicos creció durante el 2018, pese a que, en abril del 2017, el gobierno de Lenín Moreno se fijó como meta optimizar el tamaño del Estado. Entre enero y diciembre del 2018 se registraron 17.822 nuevas contrataciones en el sector público, según el número de nuevas afiliaciones registradas en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), la nómina creció 3%, según datos del Ministerio de Trabajo (El Comercio, 2019). Con estos datos se tiene los siguientes resultados:

Tabla 14

Proyección del crecimiento de los servidores públicos para recibir capacitación

Año	No. empleados
2016	48.743
2017	50.205
2018	51.711

2019 53.263

Considerando un crecimiento del 3% se tiene para el 2019, un total de 53.263 empleados públicos. De acuerdo a los resultados de la encuesta, se tiene una demanda del 71%, de acuerdo a las respuestas obtenidas en la pregunta 9, que corresponde a que los encuestados contratarían los servicios de la nueva empresa.

Tabla 15

Demanda proyectada

Año	No. empleados	Demanda 71%
2020	54.861	38.951
2021	56.506	40.120
2022	58.202	41.323
2023	59.948	42.563
2024	61.746	43.840
2025	63.599	45.155

Oferta Actual y Proyectada

Se obtiene que el 12,53% de estos procesos de capacitación son ejecutados con operadoras públicas de acuerdo al siguiente detalle:

Operadoras	Porcentaje
SECAP	0,94%
CEC-IAEN	8,53%
Centros de Educación Continua de Universidades	3,06%
Total	12,53%

Figura 23. Servidores capacitados en operadoras públicas, 2016
Tomado de Ministerio de Trabajo (2018) (www.trabajo.gob.ec)

Para la oferta actual y proyectada se consideró solamente el porcentaje de SECAP, que es del 0,94%, ya que este centro capacita a profesionales en diferentes áreas.

Tabla 16

Oferta actual y proyectada

Año	0,94%
2020	516
2021	531
2022	547
2023	564
2024	580
2025	598

Además, con la aplicación de la encuesta se conoció que las empresas que capacitan al recurso humano de las empresas encuestadas son:

Tabla 17

Empresas contratadas para el servicio de capacitación

Variables	Frecuencia	%	% Acumulado
Corporación Líderes	2	3%	3%
Novaway	4	6%	10%
Intelecto	3	5%	14%
Ideas Group	1	2%	16%
CETEC	1	2%	17%
Datos perdidos	52	83%	100%
Total	63	100%	

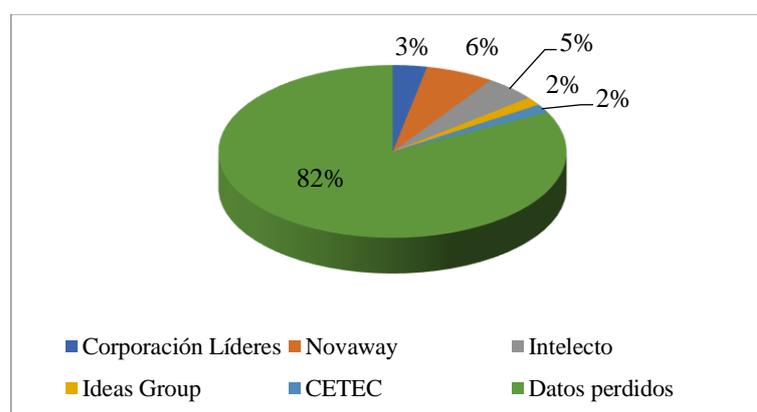


Figura 24. Empresas contratadas para el servicio de capacitación

Estas empresas son las ofertantes del servicio, las cuales fueron contratadas por el 18% de las empresas encuestadas.

Demanda Insatisfecha

Se llama Demanda Insatisfecha a aquella demanda que no ha sido cubierta en el Mercado y que podría ser cubierta, al menos en parte, por un nuevo emprendimiento.

Por lo tanto, existe demanda insatisfecha cuando la Demanda es mayor que la Oferta.

Su fórmula es: Demanda proyectada – Oferta proyectada = Demanda insatisfecha

Tabla 18

Demanda insatisfecha

Año	Cantidad Demandada	Cantidad Ofertada	Demanda Insatisfecha
2020	38.951	516	38.435
2021	40.120	531	39.588
2022	41.323	547	40.776
2023	42.563	564	41.999
2024	43.840	580	43.259
Totales	206.797	2.738	204.059

La demanda insatisfecha para el presente año es de 38.435 potenciales empleados de las empresas públicas que posiblemente requerirán los servicios de capacitación, los cuales serán aprobados y contratados por los jefes de recursos humanos y/o gerentes generales de cada empresa.

Cálculo Estimado de Ventas con la Proyección Estimada

Una empresa nueva no va a acaparar el mercado insatisfecho total, por lo tanto, se considerará captar un 5% del mismo.

Tabla 19

Participación estimada

Año	Participación 5%
2020	1.922
2021	1.979
2022	2.039
2023	2.100
2024	2.163

De acuerdo con la demanda insatisfecha, mensualmente requerirán el servicio de capacitación 1.922 empleados de las empresas en los dos sectores.

En referencia a la demanda existente de la capacitación, se ha considerado desarrollar un pull corporativo.

Tabla 20

Cálculo de las ventas mensual

Detalle	Precio unitario	Unidades	Total
Servicios de capacitación presencial	1.500	27	40.323
Servicios de capacitación en línea	1.260	81	101.614
Total	2.760	108	141.937

Al ser la población objetivo de este estudio las empresas en los sectores minero y petrolero, que son 477 y de acuerdo a la encuesta el 71% contrataría los servicios de la nueva empresa, de los cuales el 31,75% está totalmente de acuerdo en pagar cada capacitación entre \$100 y \$200 por empleado. El pull corporativo se entregará considerando un promedio de 10 empleados por empresa:

5 empleados x \$200 c/capacitación presencial x 2 capacitaciones c/u uno = \$2.000

5 empleados x \$180 c/capacitación en línea x 2 capacitaciones c/u = \$1.800

Se entregará el pull corporativo con el 25% y 30% de descuento, así:

Un pull corporativo (capacitación presencial) = \$1.500

Un pull corporativo (capacitación en línea) = \$1.260

Tabla 21

Proyección de las ventas para 5 años

Servicios	Años				
	1	2	3	4	5
Servicios de capacitación presencial	40.323	44.355	48.791	53.670	59.037
Servicios de capacitación en línea	101.614	111.775	122.953	135.248	148.773
Total	141.937	156.130	171.743	188.918	207.809

Estos ingresos están presupuestados con un 10% de incremento constante anual, se consideró un crecimiento relativamente bajo, ya que al presupuestar es mejor subestimar los ingresos. Se va a presentar los escenarios conservador, optimista y pesimista de la nueva empresa en la siguiente tabla:

Tabla 22

Escenarios conservador, optimista y pesimista para los 5 años

Detalle	Conservador	Optimista	Pesimista
	5%	20%	-20%
Primer año	40.323	48.387	32.258
Segundo año	156.130	187.356	124.904
Tercer año	171.743	206.092	137.395
Cuarto año	188.918	226.701	151.134
Quinto año	207.809	249.371	166.247
Total	764.923	917.908	611.939

Como se puede observar en la Tabla 20 se obtendrá un ingreso en el primer año de \$141.937 y su proyección en los siguientes años considerando un incremento del 10% anual, Tabla 21 para el primer año. En la Tabla 22 se consideró para el escenario optimista un 20% de incremento en las ventas y para el escenario pesimista una disminución del 20% en las ventas.

Mapa de Calor de Riesgos

Los mapas de riesgo constituyen una herramienta gerencial que brinda criterios de decisión a la alta dirección frente a los cambios que deben ser realizados en la organización para controlar los riesgos existentes y prevenir su materialización. El mapa de riesgo se representa con un plano en el que convergen la escala de probabilidad y la escala de consecuencia. Estos cruces forman celdas al interior del plano en los cuales se ubican los riesgos después de asignar la calificación de probabilidad y consecuencia. (Universidad del Pacífico, 2018). Es decir, *eje x* representa la probabilidad de frecuencia del riesgo y el *eje y* representa el impacto que puede tener el mismo.

Tabla 23

Valoración matriz de riesgos

Valoraciones Matriz de Riesgos					
Probabilidad	Puntaje	Impacto	Puntaje	Tipo de riesgo	Rango
Baja	1	Bajo	1	Bajo	1 a 2
Media	2	Medio	2	Medio	3 a 4
Alta	3	Alto	3	Alto	5 a 9

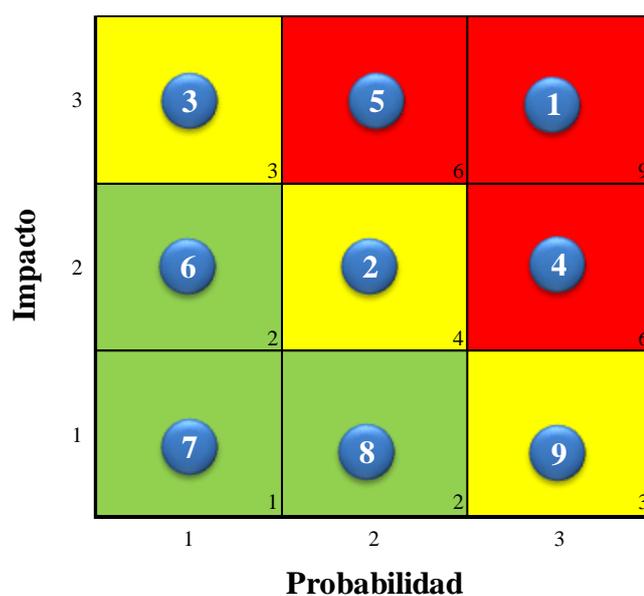


Figura 25. Mapa de calor de riesgos

Tabla 24

Matriz de riesgos

Matriz de Riesgos						
Área / Departamento	Descripción del Riesgo	No. Cod.	Impacto	Probabilidad	Consecuencia	Calificación del Riesgo
Marketing	Baja demanda del servicio, por alta oferta	1	3	3	Causaría que el proyecto no sea rentable para los inversionistas y genere baja utilidad.	9
Marketing	Baja acogida del servicio	2	2	2	No existe aceptación o necesidad del consumidor en el servicio ofertado.	4
Marketing	Poca demanda del servicio	3	2	1	Con campañas inadecuadas, no se tendrá la cantidad de alumnos necesarios que requeriría el servicio, poca rentabilidad	2
Financiero	Crisis económica	4	2	3	Existen gastos operativos, por lo que la capacitación queda en segundo plano.	6
Académico	Los contenidos no se ajustan a las necesidades reales	5	3	2	Que los clientes busquen otras ofertas y se vayan con la competencia.	6
Marketing	Mercado inadecuado	6	2	1	Ese nicho de mercado no tendrá que cubrir o satisfacer la necesidad plantea solucionar la organización por ello no requerirá de este servicio	2
Académico	Muchos talleres presenciales, pocos virtuales	7	1	1	El consumidor buscará una oferta más atractiva e innovadora que le satisfaga sus necesidades de capacitación virtual.	1
Financiero	Apenas se supera el punto de equilibrio, baja rentabilidad	8	1	2	Con pocas ganancias o baja utilidad no es posible realizar una reinversión en la organización (capacitación, infraestructura, etc.) y no logrará ser competitivo en el mercado sucumbiendo a corto plazo.	2
Marketing	El servicio ofertado no tiene alta demanda	9	1	2	La imagen de la organización será menos atractiva al consumidor, pues no tiene la oferta académica que se requiere al momento o de manera general en las organizaciones.	2

Plan de Mitigación de Riesgos

Después de identificar los riesgos, analizarlos y valor el impacto, se informa sobre el mismo y se define las acciones a tomar, las cuales deben ser supervisadas continuamente por un responsable designado. A continuación, se nombran las acciones de los riesgos de alto impacto y alta probabilidad de darse los factores para que se presenten:

Acciones mitigadoras

Los contenidos no se ajustan a las necesidades reales

- Realizar un diagnóstico de las necesidades de capacitación del personal escogido por el gerente general o por el gerente de recursos humanos de cada empresa, a través de la aplicación de instrumentos de detección de necesidades a nivel individual y departamental.
- Diseñar los contenidos basados en el diagnóstico realizado.
- Evaluar al personal capacitado.

Baja demanda del servicio, por la alta oferta

- Disminuir los precios de los servicios en periodos de baja demanda, para equilibrar la actividad del negocio y además se estabiliza el volumen de operaciones.
- Crear servicios complementarios a los clientes para darles otras soluciones, por ejemplo, otorgar un curso gratis a los directivos de las empresas mientras su personal recibe la capacitación.

Crisis económica

- Posicionar de forma rápida a la empresa en el mercado, para captar mayores cuotas de participación.

- Realizar buenas negociaciones para conseguir contratos con las empresas privadas y públicas, para lo cual se debe obtener contactos estratégicos.
- Infundir al máximo confianza y solidez en el entorno (empleados, clientes, entre otros). Demostrar que se está preparado para afrontar con éxito los peores escenarios de la crisis e inclusive se sacará el máximo partido a la misma.
- Fomentar un espíritu positivo ante la crisis y un sentido de responsabilidad a los directivos, al personal de la empresa y a los clientes en general.

Resumen

En este capítulo se realizó un análisis macro y micro del entorno, se analizaron los principales factores de las posibles situaciones que se pueden presentar en el mercado y dentro de la empresa, cuando el emprendimiento se ponga en marcha, para lo cual se desarrollaron estrategias ofensivas, defensivas, de reorientación y de supervivencia. Se procedió a segmentar el mercado (a nivel nacional), se mencionó los proveedores con los que contará la empresa, se identificó la competencia existente en el mercado.

Para este plan de negocios se desarrolló un análisis cuantitativo, para lo cual se delimitó la población, se utilizó el muestreo probabilístico, se aplicó la encuesta aplicando en todas las preguntas la escala de Likert y desarrollando su respectivo análisis. Además, se calculó la demanda y oferta proyectada para el respectivo cálculo de la demanda insatisfecha. Finalmente se presentó la proyección de ventas en sus tres escenarios, conservador, optimista y pesimista y el análisis de riesgos a través de un mapa de calor de riesgos, para lo cual se desarrolló un plan de mitigación de riesgos.

Capítulo 3: Plan de Marketing y Ventas

En este capítulo se establecen los objetivos que guiarán la elaboración de un plan y estrategias de marketing que oriente a la empresa a la hora de determinar los pasos a seguir durante sus operaciones. Así la empresa sabrá cuál es la mejor forma de atraer a los clientes.

Establecimiento de Objetivos

Cualquier estrategia publicitaria debe ir dirigida específicamente al sector del negocio, para cubrir las necesidades de un nicho de mercado específico. Los objetivos de marketing deben encajar con los objetivos generales del negocio, para que el mensaje sea coherente con la marca de la empresa. Entre las estrategias consideradas para fijar la marca en la mente de los clientes están las siguientes:

- Incrementar el nivel de notoriedad de la marca, a través de promoción en redes sociales durante el primer año.
- Alcanzar una rentabilidad económica a corto plazo, mediante el incremento de las ventas desde el primer semestre.
- Alcanzar una cuota de mercado aceptable, que se tendrá del mercado disponible para el servicio ofertado, a través de convenios con empresas.
- Atraer a potenciales clientes empleando marketing directo.

Criterios de Marketing

El ciclo de vida del producto representa el crecimiento y declinación que experimentan las ventas de un producto o servicio en el mercado.

La matriz de Boston es una herramienta de administración de portafolios de inversión. La matriz tiene dos dimensiones: tasa de crecimiento de la industria y participación en el mercado. Ambas dimensiones se miden como alta o baja. Esto da lugar a 4 clasificaciones de productos: estrellas, interrogantes, vacas y perros.

Al querer incursionar en el mercado con los servicios de la nueva empresa, se empleará el ciclo de vida del producto, ya que el BCG se emplea cuando la empresa está en funcionamiento años y sus diferentes productos o servicios se encuentran en diferentes etapas. Como se conoce, el ciclo de vida del producto presenta cinco etapas, a continuación, las siguientes:

En la primera etapa, desarrollo del producto, se diseña y desarrolla toda la ingeniería asociada al producto, esto incluye el proceso de producción adecuado para el producto. En esta etapa no hay ventas, se realizan inversiones y no se obtienen beneficios económicos por el producto. En esta etapa se planifica la estrategia de mercadotecnia con la que se pretende introducir el producto en el mercado. La segunda etapa, introducción, significa el lanzamiento del producto al mercado. En esta etapa las ventas son bajas y el producto comienza a posicionarse en el mercado gracias a la estrategia de introducción diseñada en la etapa anterior. La tercera etapa, crecimiento, comienza cuando el producto gana posicionamiento en el mercado, sus ventas comienzan a crecer aceleradamente. La cuarta etapa, madurez, significa que las ventas siguen creciendo, pero a un ritmo menor que en la etapa de crecimiento. Al final de esta etapa, las ventas comienzan a decrecer lentamente. La quinta etapa, declinación, las ventas disminuyen rápidamente, aparecen nuevos productos que reemplazan el producto en el mercado.

El servicio que se va a ofertar se lo puede enmarcar dentro de las etapas desarrollo del producto e introducción. Como en la primera etapa no hay ventas y en la segunda las ventas son bajas es necesario planificar la estrategia de mercadotecnia con la que se pretende introducir el servicio en el mercado, la cual consiste en:

- El servicio se promocionará poniendo énfasis en sus características y atributos, que permitirán resolver las preocupaciones y preferencias de algunas empresas del país.
- Investigar la respuesta del mercado hacia el producto a través de una encuesta, para reaccionar con agilidad y poder reorientar las estrategias.

Aplicaciones Marketing Mix Promocional

Producto

El producto que se ofertará es la capacitación técnica y es considerada un servicio empresarial ya que el empleado obtendrá competencias y habilidades que le permitirán desempeñarse de mejor manera en su posición. Este producto tiene las siguientes características:

- Identificación de las necesidades de la empresa.
- Programa estructurado con temas y tiempos definidos.
- Fomento del liderazgo y trabajo en equipo.

El servicio de capacitación se ofrecerá como un pull corporativo, considerando del precio real de una capacitación por persona, realizar un descuento del 30%. Se entregará una capacitación grupal de acuerdo a las necesidades técnicas que tengan, un curso de seguridad industrial, el cual es imprescindible que tenga todo el personal en estos dos sectores y un curso optativo del portafolio, como valor agregado.

Precio

Se empleará la estrategia de precio basada en la competencia, la cual se enfoca en lo que está cobrando la competencia. A veces a esta estrategia se la conoce como la estrategia del precio más bajo posible, o estrategia del líder del bajo precio. La meta es superar a los mayores competidores, empresas de capacitación, basado sólo en el precio.

Tabla 25

Precios de la competencia

Empresas	Tipo de servicio	Precios
SECAP	Desarrollo de conocimientos y habilidades en un área específica.	Entre \$50 y \$150
Novaway	Especialistas en Consulting, Training, Market & Business research.	Entre \$150 y \$200
Intelecto	Capacitación & Asesoría, Desarrollo Empresarial, Herramientas de Desarrollo.	Entre \$160 y \$250
Ideas Group	Soluciones de capacitación empresarial.	Entre \$70 y \$200
Centro de Desarrollo Empresarial	Capacitación & Asesoría.	Entre \$150 y \$250

Por lo tanto, los precios que se manejarán van a ser un precio promedio, y además se desarrollarán programas grupales, por lo que entregar el servicio a un grupo de empleados significará menores costos para la empresa.

Plaza / Canales de Distribución

La estrategia que se empleará es la **estrategia de distribución exclusiva**, ya que se contará con un único punto de venta en el Distrito Metropolitano de Quito. Para lo cual se contactará con los gerentes generales o gerentes de recursos humanos de las diferentes empresas a través del correo electrónico, de la página web y de visitas personales, para ofrecer el servicio de capacitación, con el fin de obtener una respuesta inmediata. Esta actividad será desarrollada por el gerente de comercialización, quien contactará a los gerentes de las empresas del país, pertenecientes a cada sector, empleando el marketing digital.

Además, se realizará una alianza estratégica con la SETEC, cumpliendo con la normativa, para poder entregar el servicio a las empresas privadas y públicas.

Promoción y Publicidad

La promoción consiste en incentivos a corto plazo que fomentan la compra de un producto o servicio. La publicidad tiene como objetivo persuadir al público objetivo

con un mensaje comercial para que tome la decisión de contratar el servicio que se promueve en el mercado. Para este servicio, se realizarán descuentos especiales, para empresas que adquieran dos o más talleres.

Se promocionará los cursos de capacitación a través de redes sociales profesionales como LinkendIn, que es una red donde están suscritos profesionales y empresas, mediante redes sociales, a través de un webinar que es un tipo de video seminario o video conferencia transmitido por Internet sin costo con el único objetivo de que la empresa sea conocida poco a poco en el mercado. A continuación, el boceto que se enviará a una base de datos:

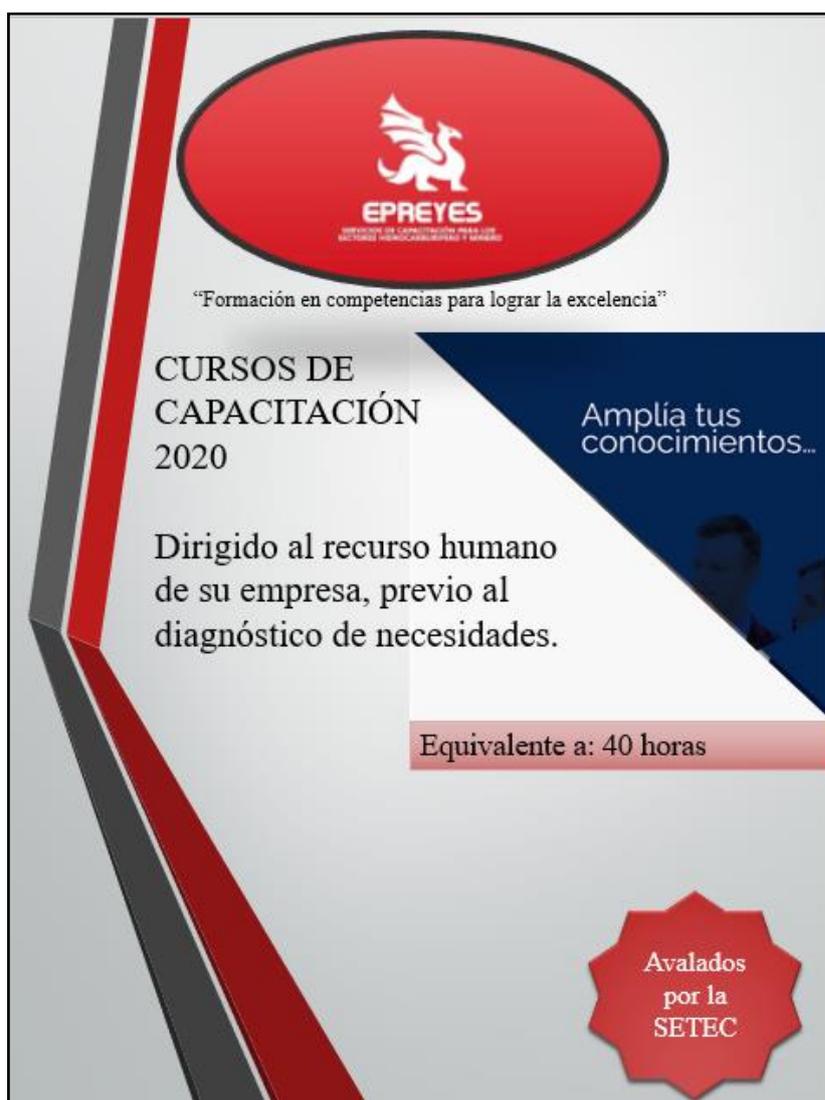


Figura 26. Boceto de la publicidad del servicio de capacitación

Estrategia de Diferenciación

Una estrategia de diferenciación tiene el objetivo de posicionarse en la mente del consumidor, basados en: producto, personal, imagen, canal. La diferenciación del servicio se basará en el diagnóstico que se realizará en forma individual y por área a la empresa para conocer sus requerimientos de capacitación.

Resumen

En este capítulo se presentó un plan de mercadotecnia que señala las acciones que se emprenderán para alcanzar los objetivos estratégicos de la empresa, es decir, se refiere a los esfuerzos que se realizarán para dar a conocer y posicionar la marca, aumentar las ventas y generar la fidelidad de los clientes. Por lo tanto, se consideró los siguientes aspectos vistos en los capítulos anteriores:

- Las metas estratégicas de la nueva empresa.
- Los factores ambientales externos que pueden influir en su desempeño.
- Las fortalezas, debilidades, oportunidades y retos que enfrenta.
- Los objetivos mercadológicos que se desea alcanzar.
- La manera en que se lograrán esos objetivos

Aplicando las estrategias descritas en este capítulo, tomando en cuenta el ciclo de vida del producto y el Marketing Mix Promocional, se asegurará una mejor comercialización del servicio que pretender entregar la nueva empresa de capacitación.

Capítulo 4: Estudio Técnico y Modelo de Gestión Organizacional

En este capítulo se presenta el estudio técnico y modelos de gestión organizacional definidos para la empresa. El estudio técnico busca determinar si es físicamente posible poner en marcha el proyecto y en el modelo de gestión organizacional se va a dar forma a la filosofía corporativa de la empresa, describiendo la misión, visión, valor y principios los cuales regirán para el correcto desarrollo de las actividades de la misma. Además, se diseñó la estructura organizacional y funcional de la empresa, describiendo el perfil del personal, las políticas de selección, contratación, capacitación, remuneración, evaluación de desempeño y el respectivo análisis del marco normativo en el cual se debe basar la empresa para cumplir con la base legal.

Tamaño del Proyecto

El tamaño del proyecto se representa por la capacidad instalada o “capacidad de producción”, la cual viene expresada en unidades de producción por un periodo de tiempo determinado, es decir, por la unidad de medida. La unidad de medida para la nueva empresa es un curso de capacitación. Después de definida la unidad de medida, se establece la cantidad de prestación de servicio por unidad de tiempo, por lo tanto, en la nueva empresa sería el número de capacitaciones dictados en un mes. Como se puede apreciar en la siguiente tabla, de acuerdo a la demanda insatisfecha, se va a captar un porcentaje del 5%, obteniendo:

Tabla 26

Participación estimada

Año	Demanda Insatisfecha	Participación 5%
2020	38.435	1.922
2021	39.588	1.979
2022	40.776	2.039
2023	41.999	2.100
2024	43.259	2.163
Totales	204.059	10.203

Matriz de Localización

Para la instalación de la nueva empresa, se cuenta con tres opciones, las cuales serán analizadas a través del Método Cualitativo por Puntos que consiste en definir los principales factores determinantes de una localización, para asignarles valores ponderados de peso relativo, de acuerdo con la importancia que se les atribuye. El peso relativo, sobre la base de una suma igual a uno, depende especialmente del criterio y experiencia del evaluador. Al contar con las diferentes alternativas, se procede a asignar una calificación a cada factor de acuerdo a una escala predeterminada (de cero a diez). La suma de las calificaciones ponderadas permitirá seleccionar la mejor localización, por lo tanto, se escogerá la opción con mayor puntaje.

Tabla 27

Matriz locacional

Factor Relevante	Peso Asignado	Av. Amazonas y Av. Gaspar de Villarroel		Av. De los Shyris y Av. República del Salvador		Av. Amazonas y Juan León Mera	
		Calif.	Calif. Pond.	Calif.	Calif. Pond.	Calif.	Calif. Pond.
Las comunicaciones	0,05	9	0,45	9	0,45	9	0,45
Personal disponible	0,20	9	1,80	9	1,80	9	1,80
Cercanía al mercado	0,25	8	2,00	9	2,25	9	2,25
Acceso a servicios tecnológicos	0,15	8	1,20	8	1,20	8	1,20
Costo del alquiler del local	0,35	8	2,80	7	2,45	8	2,80
Total	1,00		8,25		8,15		8,50

Después de analizar los factores más importantes y aplicando el método cualitativo por puntos, se determinó que la localización más apropiada para el emprendimiento es la tercera opción por tener la mayor calificación total ponderada. Por lo tanto, la empresa se ubicará en el sector centro-norte de Quito, en la Av. Amazonas y Juan León Mera.

Ingeniería y Concepción Arquitectónica del Negocio

El objetivo general del estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la nueva empresa. Desde la distribución óptima de la infraestructura, la descripción del proceso, la definición de la estructura jurídica y la organización que tendrá la empresa.

Distribución y Diseño de las Instalaciones

La distribución del espacio se refiere a la disposición física de los puestos de trabajo y a la ubicación de las instalaciones para la atención y prestación del servicio que brindará la nueva empresa. Los objetivos que se pretende lograr son los siguientes:

- Contribuir al desarrollo eficiente de las actividades de los diferentes departamentos que conforman la organización.
- Proporcionar a los directivos y empleados el espacio suficiente y adecuado para desarrollar óptimamente sus funciones.
- Permitir a los clientes obtener los servicios y/o productos en las mejores condiciones de trato, oportunidad y calidad.
- Procurar el arreglo del espacio de forma que facilite la circulación de las personas, la realización, supervisión y flujo racional del trabajo.

A continuación, la distribución de las diferentes áreas de la empresa:



Figura 27. Distribución y diseño de la oficina

Proceso del Servicio

Generalmente la gerencia de marketing y la gerencia de operaciones deben trabajar conjuntamente para satisfacer al cliente. En las empresas de servicios la cooperación entre marketing y operaciones es vital. Los clientes de las empresas de servicios obtienen beneficios y satisfacciones de los propios servicios y de la forma

como se prestan los mismos. Existirán ventajas competitivas si se entrega lo prometido a tiempo, esto es una tarea del gerente de marketing. Asegurar que los sistemas de servicios funcionen eficiente y efectivamente, es una tarea del gerente de operaciones.

Descripción de la Prestación Servicio

A continuación, se describe brevemente el servicio que pretende entregar la nueva empresa:

- Prospecto ingresa a la empresa.
- El jefe de ventas le informa acerca del servicio.
- El gerente determina las necesidades del cliente.
- El gerente entrega cotización al prospecto.
- El prospecto decide si contrata el servicio.
- Se conceptualiza el servicio.
- Se realiza y entrega la factura.
- El cliente cancela el servicio.

Descripción de la Tecnología del Negocio y Procesos de Negocios

Tecnología del negocio

Las empresas usan la tecnología para mejorar la productividad, comunicarse de manera más eficiente y hacer un seguimiento efectivo de los clientes. La mayoría de las organizaciones exitosas se basan en la tecnología para casi todos los aspectos de su negocio. A continuación, se mencionarán las elementales:

Computadoras. La empresa adquirirá computadoras de escritorio con paquetes de oficina y software para que el personal pueda analizar la información financiera, enviar y recibir correos electrónicos y diseñar presentaciones de ventas, entre otras muchas actividades. Hay dos tipos principales de computadoras, las personales (PC) funcionan

con Microsoft Windows, son las más comunes, y las que usan el sistema operativo de Apple Computer.

Proyectores. Los proyectores se emplean para compartir contenidos, son muy prácticos y recomendables para impartir la capacitación, cuando ésta se la pueda dar de forma presencial.

Software. El software provee tipos específicos de funcionalidad. Las herramientas de productividad, como Microsoft Word, un paquete de procesamiento de textos, y Microsoft Excel, un sistema de hojas de cálculo financiero, puede realizar muchas de las tareas más comunes que la pequeña empresa requiere.

Redes. Es necesario que las computadoras estén vinculadas para formar una red, esto permite que las personas dentro de la empresa compartan documentos o información, proporciona un repositorio central para almacenar los documentos, o para las personas que se comunican a través del correo electrónico dentro de la empresa. También permiten que varias computadoras compartan una misma impresora.

Sistemas telefónicos. Además de los teléfonos de oficina existen sistemas telefónicos de la empresa que hoy en día son bastante complejos. Asimismo, existe una unidad de hardware que usa software para dividir la línea de la compañía telefónica entre teléfonos individuales.

Sistemas de contabilidad. Entre los sistemas de contabilidad, una opción para las empresas más pequeñas es QuickBooks de Intuit, que es fácil de configurar y mantener. Las empresas más grandes pueden considerar a SAP Business One o Sage Accpac, los cuales permiten una mayor personalización e integración con otros sistemas.

Sistemas de Gestión de Relación con el Cliente

Un sistema de gestión de relaciones con el cliente (CRM Customer Relationship Management) hace el seguimiento de un cliente a través de su experiencia con la

empresa. Estos sistemas ayudan a construir relaciones con un cliente empleando toda la información que la empresa posee de ellos para su uso, exploración y respuesta proactiva. Estos sistemas ayudan en la generación de procesos eficientes, ya que ayuda a acelerar la automatización de tareas específicas.

Plataformas virtuales

Las plataformas virtuales con los que se podrá ofrecer el servicio de capacitación, son Zoom o Teams, a continuación, una breve explicación de cada uno. Microsoft Teams. Permite que los usuarios se comuniquen a través de conversaciones de chat, audio y video. Microsoft Teams programa y facilita reuniones en línea para usuarios internos y externos.

Zoom. Es una plataforma online de web conference, permite realizar video llamadas en alta definición, con la funcionalidad de compartir escritorio, pizarra, chat, grabar la conferencia, compartir documentos, y poder acceder desde cualquier lugar ya que está disponible para dispositivos móviles. Se integra con Moodle. Incluye la función de levantar la mano. Zoom tiene una versión gratuita con ciertas limitaciones. Permite hasta 100 participantes en simultáneo, pero un máximo de 40 minutos por reunión. Las versiones Pro, Business y Enterprise suben el número de concurrentes a 1.000 (Universidad del Pacífico, 2020).

La capacitación virtual se la hará por zoom, el costo de la licencia de Zoom Rooms es de \$49 por mes por cada sala. Para este servicio se va a contratar tres salas.

Mooc. Son cursos de autoestudio, es decir el estudiante construye su conocimiento en función de diversas actividades y cuestionarios planteados para desarrollar destrezas y competencias de manera autónoma, dispone a la vez de recursos que se encuentran en

la plataforma: objetos de aprendizaje, lecturas, videos, sitio web, entre otros (EPN, 2020).

Flujograma del Proceso Productivo

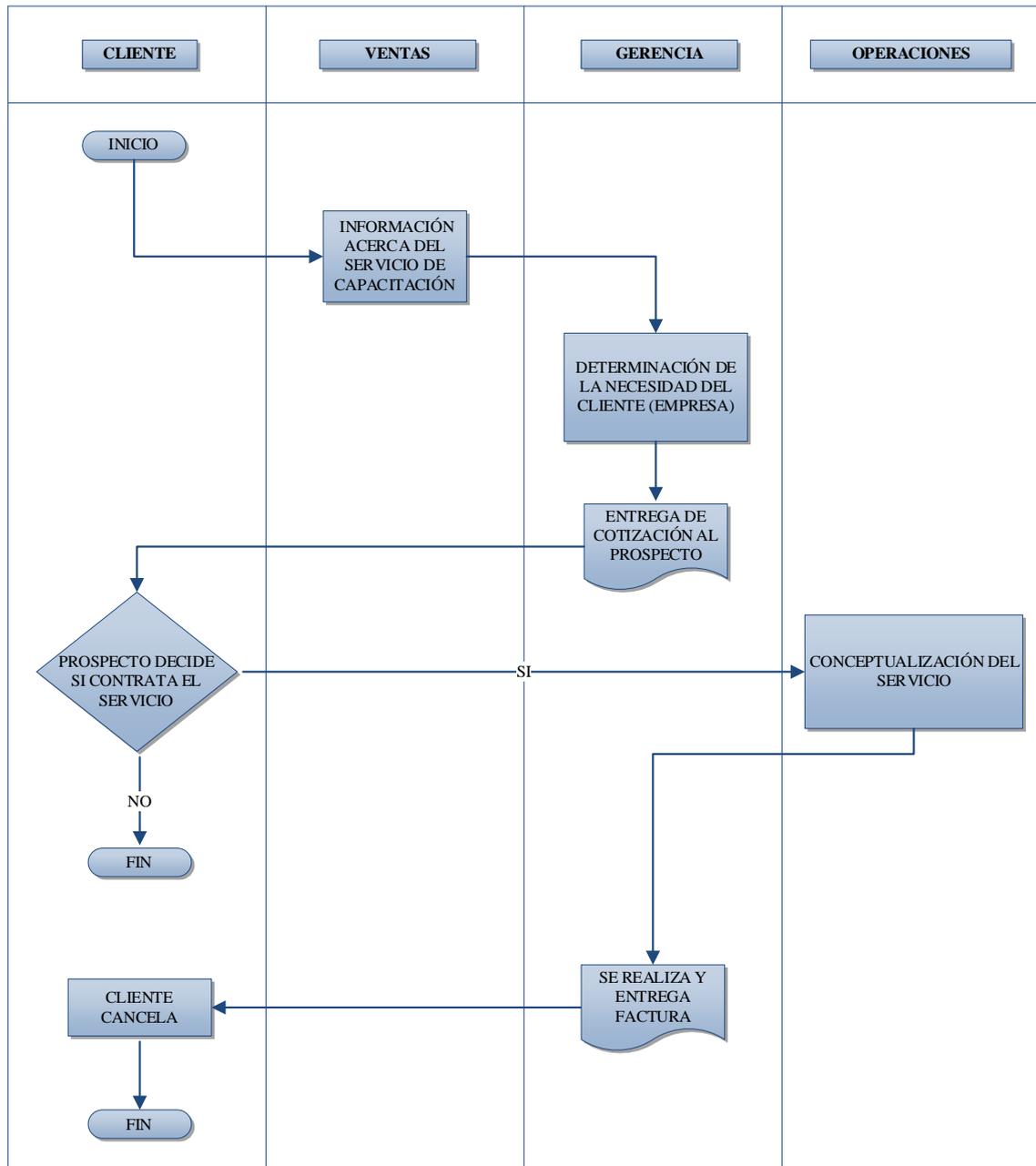


Figura 28. Proceso de adquisición de servicio

Modelo de Gestión Organizacional

Establecimiento de la misión, visión y valores corporativos

Misión

Misión

Proveer servicios de capacitación en la modalidad presencial y virtual, con base en necesidades específicas de clientes de los sectores petrolero y minero, mediante el apoyo de personal certificado en cada una de las ramas, orientados hacia la consecución de sus objetivos estratégicos, considerando la innovación como fuente de ventaja competitiva.

Visión

Visión

Al 2025 llegar a ser una de las mejores empresas de capacitación a nivel nacional, generadoras de personal calificado en los sectores petrolero y minero.

Valores corporativos

Excelencia: Realizar lo que se promete y agregar valor en todas las actividades.

Trabajo en Equipo: Trabajar en conjunto con colegas y clientes para encontrar las mejores soluciones.

Liderazgo: Liderar con conocimiento y visión de negocio.

Promesa del Servicio

Nuestro compromiso es velar por la satisfacción de las necesidades de capacitación del cliente y superarlas con altos estándares de calidad.

Objetivos de la Empresa

A largo plazo

- Posicionarse como la empresa más importante del sector.
- Ser una marca reconocida en el mercado.
- Ser una marca líder en el mercado.
- Aplicar una estrategia de fidelización de clientes.

A mediano plazo

- Generar mayores utilidades.
- Obtener una buena rentabilidad.
- Lograr una mayor participación en el mercado.

A corto plazo

- Incrementar la visibilidad de la empresa en Internet aumentando los canales.
- Mejorar la visibilidad de la empresa en los diferentes canales online.

Diseño Organizacional. Estructura Organizacional y Funcional

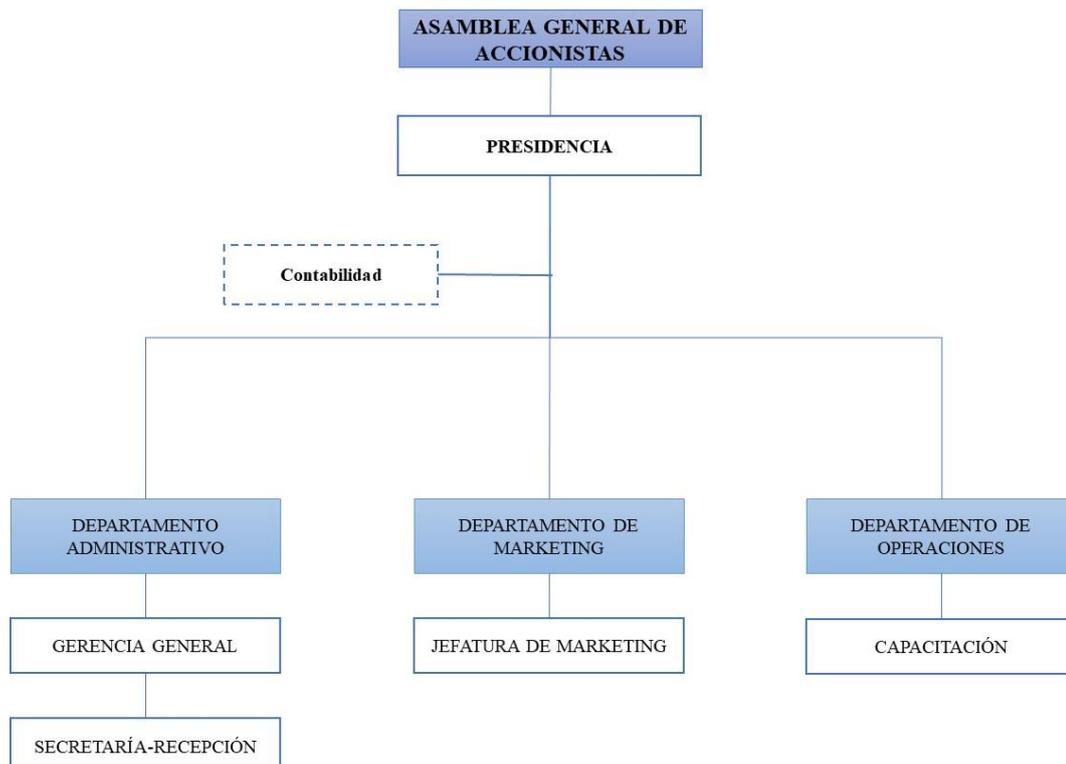


Figura 29. Organigrama estructural

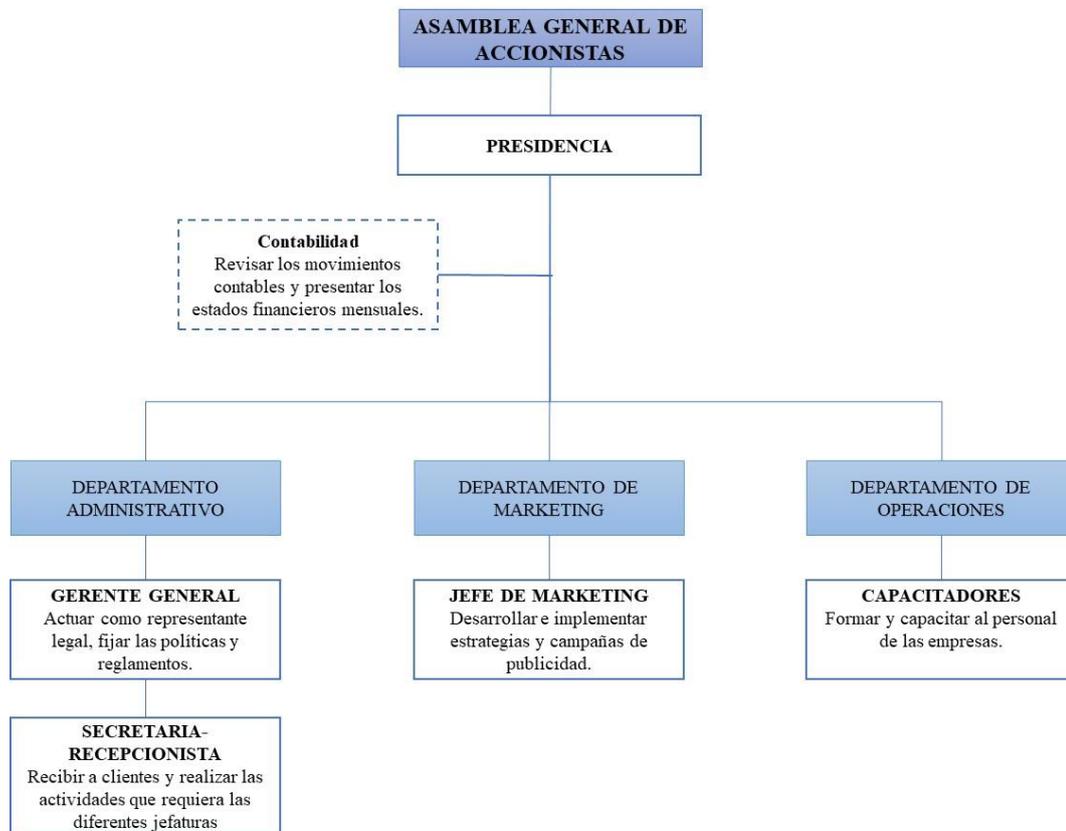


Figura 30. Organigrama funcional

Diseño de Perfiles Profesionales del Personal de la Organización

Perfil profesional del presidente

- Cumplir y hacer cumplir los reglamentos de la empresa, así como las demás disposiciones que regulan a la misma.
- Convocar las reuniones de Directorio.
- Presidir las reuniones del Directorio.

Perfil profesional del contador

- Diseñar, gestionar y ejecutar las estrategias económicas y financieras de la empresa.

- Interpretar la información contable para el planeamiento, el control y la toma de decisiones.
- Formar parte de las decisiones gerenciales, en base a la información contable y financiera.
- Administrar y supervisar los estados contables históricos y proyectados y presupuestos de la empresa.

Perfil profesional del gerente general

- Planificar, organizar y supervisar las actividades desempeñadas por la empresa.
- Administrar eficientemente los recursos de la organización.
- Conducir estratégicamente a la organización.
- Organizar la estructura de la empresa, como también las funciones y los cargos.
- Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta.
- Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable, entre otros.
- Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo.
- Visitar a los potenciales clientes para ofrecer el servicio.

Perfil profesional de la secretaria-recepcionista

- Gestionar la agenda del gerente.
- Preparar presentaciones, informes y reportes, coordinar el lugar y horarios de la entrega del servicio.
- Encargarse de la comunicación interna y mantener contacto con los clientes y proveedores.
- Monitorear y registrar los pagos en efectivo, el saldo de dinero, la preparación de comprobantes de viaje, manejo de caja chica y tareas básicas.

Perfil profesional del gerente de marketing

- Evaluar y desarrollar la estrategia de marketing y el plan de marketing.
- Planificar, dirigir y coordinar los esfuerzos de marketing.
- Desarrollar y comunicar el plan de marketing.
- Desarrollar estrategias de precios con el objetivo de maximizar el valor de la empresa y su participación en el mercado.
- Identificar a los futuros clientes.
- Desarrollar y encargarse de las campañas publicitarias.

Perfil profesional del capacitador

- Descubrir y proyectar el potencial de cada persona a través de la información que posee, para facilitar su aprendizaje.
- Brindar herramientas que las personas pongan en práctica día a día para su desarrollo.
- Transmitir de manera óptima y con un lenguaje claro y preciso sus conocimientos.
- Asesorar y capacitar a los estudiantes de una manera eficiente y efectiva.

Perfil profesional del Administrador de la Plataforma

- Administrar y dar acceso al personal de las empresas a los contenidos del curso de capacitación de Riesgos Laborales y a las evaluaciones al final del mismo.
- Solucionar dudas e inconvenientes de los estudiantes.

Gerencia de Recursos Humanos

Políticas de selección

Art. 1.- La selección de la persona que ocupará una vacante, se llevará a cabo por medio de diferentes actividades que permitan elegir al candidato para la posición a

contratar. Este proceso incluirá revisión de hoja de vida, entrevistas, evaluaciones, verificación de referencias laborales, entre otros.

Art. 2.- La institución podrá contratar a empresas especializadas para la realización de exámenes psicológicos o especializados a candidatos que la organización considere conveniente evaluar como parte del proceso de selección.

Políticas de contratación

Art. 3.- La contratación del personal la hará el Gerente General, a través del respectivo contrato de prestación de servicio.

Art. 4.- Se buscará que el sueldo que se asignará al personal que se contrate, sea el mínimo de la categoría establecida en la plaza.

Art. 5.- Se podrá contratar a una persona que no cumpla el 100% de los requisitos de estudios solicitados, siempre y cuando tenga experiencia para el desempeño eficiente del puesto.

Art. 6.- Todo ex-empleado podrá ser recontratado, siempre y cuando su evaluación del desempeño haya sido de muy bueno a excelente.

Políticas de capacitación

Art. 7.- La empresa brindará formación y/o capacitación a sus empleados, para promover la productividad y mejorar las competencias de los mismos.

Art. 8.- La empresa desarrollará un Plan Anual de Capacitación, de acuerdo a las necesidades de formación detectadas por los gerentes y al presupuesto acordado.

Art. 9.- Todo el personal obligatoriamente debe recibir la capacitación que le sea programada, asistiendo con puntualidad durante el desarrollo de la misma, salvo caso fortuito o fuerza mayor.

Art. 10.- Los capacitadores e instructores podrán ser internos o externos a la institución, nacionales o extranjeros, siempre que estén calificados y preparados para los cursos que impartirán.

Art. 11.- Los cursos de capacitación deben anunciarse a los participantes con anticipación, para que se preparen y puedan hacer los arreglos necesarios en el tiempo que estarán ausentes en sus labores.

Políticas de remuneración

Art. 12.- Para determinar el nivel remunerativo de cada una de las plazas, se tomará en cuenta la valuación de cada puesto de trabajo dentro de la organización, así como el mercado laboral en empresas de similar actividad.

Art. 13.- La Gerencia Administrativa propondrá la estructura de salarios para cada año.

Art. 14.- Todo empleado iniciará con una remuneración de acuerdo a la política de contratación y podrá modificarse considerando el nivel de rendimiento.

Políticas de evaluación de desempeño

Art. 15.- Se programará al menos una vez al año, una evaluación del desempeño del empleado, que servirá para: a) evaluar el desenvolvimiento en el cargo, b) potenciar su desarrollo, y c) incrementar la productividad de la institución.

Art. 16.- La Evaluación del Desempeño de funciones y empleados no significa revisión de salario, no obstante, pueden ayudar para determinar las futuras revisiones de salario o promociones.

Art. 17.- Las Evaluaciones del Desempeño, deberán ser realizadas por el jefe inmediato del empleado.

Art. 18.- Se puede prescindir de los servicios de un empleado que evidencie bajo rendimiento, previa documentación.

Art. 19.- Las Evaluaciones del Desempeño, servirán para la toma de decisiones en cuanto a: reconocimientos, capacitaciones, promociones, aprovisionamiento de personal, incrementos o nivelaciones salariales.

Art. 20.- El jefe de cada área debe monitorear el eficaz cumplimiento de las actividades asignadas, orientando sus acciones a la identificación de controles que permitan evaluar la calidad de la capacitación.

Análisis del Marco Normativo

Constitución de la empresa

La nueva empresa se conformará como sociedad anónima. La razón social de la nueva empresa será “EXCELENCIA PROFESIONAL REYES S. A.” Las obligaciones de la sociedad anónima están garantizadas por un capital determinado, además requiere de un mínimo de dos personas naturales para constituir la, el capital social se divide en acciones y los socios tienen obligaciones por el porcentaje de acciones que poseen, y solamente se requiere de un monto de \$800 para su constitución.

Entes reguladores, principales disposiciones y regulaciones al negocio aspectos legales para la creación de la empresa

- Decidir qué tipo de empresa o compañía se va a constituir.
- Escoger el nombre de la empresa.
- Reservar el nombre de la empresa o compañía en la Superintendencia de Compañías.
- Abrir la cuenta de integración de capital en la institución bancaria (monto mínimo para compañía limitada 400 dólares y para sociedad anónima es 800 dólares).
- Contrato o acto constitutivo y estatutos de la compañía y elevar a la escritura pública la constitución de la compañía.

- Presentar en la Superintendencia de Compañías, la papeleta de cuenta de integración del capital y 3 copias de la escritura pública con oficio de abogado.
- Retirar resolución aprobatoria u oficio con correcciones a realizar en la Superintendencia de Compañías luego de esperar el tiempo establecido (48 horas).
- Publicar en un periódico de amplia circulación, los datos indicados por la Superintendencia de Compañías y adquirir tres ejemplares del mismo.
- Obtener los permisos municipales (pagar la patente municipal y pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones).
- Marginar las resoluciones para el Registro Mercantil en la misma notaría de escritura pública la constitución de la empresa.
- Designar representante legal y administrador de la empresa e inscribir en el Registro Mercantil el nombramiento.
- Presentar en la Superintendencia de Compañías la escritura inscrita en el registro civil, un ejemplar del periódico donde se publicó la creación de la empresa, copia de los nombramientos de representante legal y administrador, copia de cédula de identidad, formulario de RUC.
- Esperar a que la Superintendencia, una vez revisados los documentos le entregue el formulario del RUC, el cumplimiento de obligaciones y existencia legal, datos generales, nómina de accionistas y oficio al banco.
- Entregar en el Servicio de Rentas Internas (SRI), toda la documentación anteriormente recibida de la Superintendencia de Compañías, para la obtención del RUC.
- El empleador debe registrarse en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) aportando copia de RUC, copia de C.I., y papeleta del representante

legal, copia de nombramiento del mismo, copia de contratos de trabajo legalizados en el Ministerio de Relaciones Laborales y copia de último, pago de agua, luz o teléfono.

- Se debe obtener el permiso de funcionamiento emitido por el Municipio del domicilio, así como el permiso del Cuerpo de Bomberos.

Procedimiento para la conformación de esta sociedad

Toda sociedad mercantil goza de personalidad jurídica distinta de las personas físicas que la integran, los requisitos son:

- Aprobación de la Superintendencia de Compañías mediante Resolución.
- Nombramiento de los representantes legales de la empresa.
- Valuación de bienes muebles o inmuebles que se aportarán como capital.
- Escritura pública en una Notaría.
- Publicación del extracto de la escritura en un periódico de amplia circulación.
- Patente Municipal.
- Afiliación a la Cámara de Comercio.
- Obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC).

Implicaciones tributarias, comerciales y laborales asociadas al tipo de sociedad

requisitos para obtener el RUC

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) permite que el negocio funcione normalmente y cumpla con las normas que establece el código tributario en materia de impuestos. La emisión del RUC requiere los siguientes requisitos:

- Copia de la cédula de identidad.
- Proporcionar datos informativos como la dirección, teléfono, tipo de negocio o actividad a la que se dedica, correo electrónico.

- Firma y retira el RUC.

Requisitos para obtener permiso de funcionamiento

- Copia del certificado de la Afiliación a la Cámara de Comercio que corresponda, de acuerdo a su ubicación (cuando se comercializa).
- Permiso de funcionamiento Ministerio Salud Pública (M.S.P.) Este documento se lo obtiene en la Dirección Provincial de Salud del Pichincha previamente cumplidos los incisos anteriores y presentando la siguiente documentación:
 - Permiso de la Dirección de Higiene Municipal.
 - Registro único de Contribuyentes (RUC).
 - Fotocopia de la Cédula de Identidad.
 - Papeleta de votación.
 - El carné de salud de cada uno de los empleados.
 - Permiso funcionamiento Cuerpo Bomberos Quito.

Requisito para registro mercantil

Para que una empresa sea inscrita en el Registro Mercantil, debe presentar:

- Escritura de constitución de la empresa (mínimo tres copias).
- Pago de la patente municipal.
- Exoneración del impuesto del 1 por mil de activos.
- Publicación en la prensa del extracto de la escritura de constitución.

Requisitos para obtener permiso de funcionamiento de los Bomberos

- RUC
- Original y copia de cédula de identidad
- Original y copia de patente

Requisitos para la obtención de la Patente Municipal

Este permiso o documento se lo obtienen en el Municipio Centro, cumpliendo

los siguientes requisitos:

- Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Copia de la Cédula de Identidad.
- Papeleta de votación.
- Formulario de declaración para obtener la patente.
- Permiso de la Dirección de Higiene Municipal.

Para acceder a este permiso los empleados de la empresa, sin excepción alguna, deben someterse a exámenes médicos para comprobar su estado de salud.

Resumen

En este capítulo se determinó el tamaño del proyecto, se localizó a la empresa empleando el Método Cualitativo por Puntos. Se resolvió todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la nueva empresa. Desde la distribución óptima de la infraestructura, la definición de la estructura jurídica y la organización que tendrá la misma.

Se definió la tecnología que se va a emplear, el proceso del negocio, se diseñó el organigrama estructural y funcional, se diseñó el perfil de cada integrante de la empresa y se redactó las políticas de selección, contratación, capacitación, remuneración y evaluación de desempeño, las mismas que servirán para el correcto desarrollo de todo el personal en sus respectivas funciones.

Capítulo 5: Evaluación Financiera del Proyecto

El objetivo del estudio económico es netamente financiero. Es decir, aquí se calcula los costos, inversiones y beneficios derivados de los aspectos técnicos o de la ingeniería del proyecto. Para luego medir la rentabilidad financiera a través de una serie de indicadores aplicados a los flujos de efectivo proyectados, como el Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno, el Período de Recuperación y la Relación Costo/Beneficio, con el fin de determinar si el proyecto es o no rentable. El proyecto evaluado se aprobará y la inversión se realizará si los indicadores financieros VAN y TIR demuestran que el proyecto es capaz de generar una rentabilidad mayor a la que el inversionista percibiría invirtiendo su capital en algún otro tipo de inversión.

Inversión en Activos Fijos

Las inversiones en activos fijos representan desembolsos importantes de efectivo hecho por las empresas. Los activos fijos tienen una vida útil mayor a un año, es por ello que estos pueden representar compromisos financieros de largo plazo para la empresa. A continuación, se presenta las inversiones que se realizarán para el presente plan:

Tabla 28

Inversión en activos fijos

Cant.	Descripción	Precio unit.	Valor total
Equipo de computación			
6	Intel Core i5	1.450,00	8.700,00
2	Computadoras de escritorio	850,00	1.700,00
5	Proyector EPSON EX5260 XGA, 3600 lúmenes, WIFI, HDMI, PCI, USB, blanco	650,00	3.250,00
1	Impresora Lexmark	325,00	325,00
	Total		13.975,00
Equipo de oficina			
3	Teléfono Panasonic	60,00	180,00

1	Central telefónica	285,00	285,00
	Total		465,00
Muebles y enseres			
1	Mesa de reuniones	600,00	600,00
2	Estación de trabajo recto	250,00	500,00
1	Escritorio gerencial	300,00	300,00
1	Escritorio en L	280,00	280,00
1	Escritorio recto	200,00	200,00
1	Silla gerencial	160,00	160,00
3	Archivador metálico	110,00	330,00
4	Sillas ejecutivas	85,00	340,00
1	Sofá de 2 puestos	125,00	125,00
	Total		2.835,00
Total, activos fijos			17.275,00

Inversiones en Activos Diferidos

Los activos diferidos son aquellos activos pagados por anticipado necesarios para conformar la empresa. Se amortizan en cinco años, es decir, se amortizan al 20%.

Tabla 29

Amortizaciones

Cant.	Activos diferidos	Valor	Valor total
1	Aprobación de constitución	800,00	800,00
1	Publicación extracto	30,00	30,00
1	Escritura	200,00	200,00
1	Permiso de funcionamiento	50,00	50,00
	Total		1.080,00

Depreciación de Activos Fijos y Diferidos

Toda empresa para poder operar requiere de una serie de activos fijos, los cuales, como consecuencia de su utilización, se desgastan hasta deteriorarse. Algunos activos, por su naturaleza o por el uso que se haga de ellos, pueden tener mayor vida útil que otros. En términos generales, la ley ha considerado que los vehículos tienen una vida útil de cinco años, los computadores de tres años, la maquinaria y equipo tiene una duración de diez años y las edificaciones y construcciones una vida útil de veinte años. Estos valores, no son siempre reales, puesto que habrá vehículos que duren más de

cinco años y otros que duran menos. Igual con cualquier otro activo. A continuación, la tabla vigente de depreciación legal:

Tabla 30

Depreciación anual de activos

Activos	% anual
Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares.	5%
Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles.	10%
Vehículos, equipos de transporte y equipo camionero móvil.	20%
Equipo de cómputo y software.	33%

Tabla 31

Depreciación y amortización de activos fijos y diferidos

Concepto	Valor	%	1	2	3	4	5	Valor residual
Equipo de computación	13.975	33%	4.658	4.658	4.658	0	0	0
Equipo de oficina	465	10%	47	47	47	47	47	233
Muebles y enseres	2.835	10%	284	284	284	284	284	1.418
Activos diferidos	1.080	20%	216	216	216	216	216	0
Total	18.355		5.204	5.204	5.204	546	546	1.650

Cálculo Demostrativo del Capital de Trabajo

La empresa para operar requiere de recursos para cubrir necesidades de insumos, materiales, sueldos, reposición de activos fijos, entre otros. Estos recursos deben estar disponibles a corto plazo para cubrir las necesidades de la empresa a tiempo.

Tabla 32

Gastos del primer año

Costos y gastos	Primer año
Página web	735,00
Accesorios de oficina	145,00
Suministros de limpieza	110,70
Servicios básicos	1.380,00
Materiales de oficina	648,30

Personal administrativo	36.016,30
Personal operativo	69.683,20
Arriendo	12.000,00
Combustible	2.000,00
Aulas virtuales Zoom Rooms	1.764,00
Viáticos y movilización del personal	2.880,00
Total	127.362,50

Fórmula:

$$\text{Capital de Trabajo} = \left[\frac{\text{Costo anual}}{365} \right] * \text{Días de desfase}$$

Número de días de desfase = 60

ICT = (costo anual/365) x número de días de desfase

Capital de Trabajo = (127.362,50 / 365) x 60

Capital de Trabajo = 348,94 x 60

Capital de Trabajo = 20.936,30

El Capital de Trabajo para este proyecto es de \$20.936,30

Costos de Operación y Mantenimiento, Análisis Comparativo

A continuación, se presentan los costos y gastos operativos para la realización de las operaciones y la entrega del servicio.

Tabla 33

Página web

Cant.	Descripción	Valor unitario	Valor total
1	Diseño de página web	650,00	650,00
1	Dominio	0,00	0,00
1	Hosting ilimitado, correo ilimitado	85,00	85,00
Costo anual			735,00

Tabla 34

Accesorios de oficina

Cant.	Descripción	Valor unitario	Valor total
4	Porta papeles	17,00	68,00

5	Basurero plástico	7,00	35,00
1	Extintor de incendios	42,00	42,00
			145,00

Tabla 35

Suministros de limpieza

Cant.	Descripción	Valor unitario	Valor total
2	Franela	1,00	2,00
1	Desinfectante (1 lt.)	1,60	1,60
1	Detergente (250 gr.)	3,70	3,70
1	Cloro (1lt.)	1,65	1,65
2	Escoba	2,00	4,00
2	Recogedor de basura	2,75	5,50
Total			18,45
			110,70

* Los suministros se adquirirán seis veces en el año.

Tabla 36

Servicios básicos

Cant.	Descripción	Valor mensual	Valor total
1	Energía eléctrica	35,00	35,00
1	Agua potable	15,00	15,00
1	Teléfono	25,00	25,00
1	Internet	40,00	40,00
Total			115,00
Anual			1.380,00

Tabla 37

Materiales de oficina

Cant.	Descripción	Valor unitario	Valor total
1	Tinta impresora	47,00	47,00
1	Archivador grande	5,00	5,00
1	Archivador pequeño	2,70	2,70
1	Resma papel bond	3,75	3,75
1	Papelería comercial	28,00	28,00
1	Caja de esferográficos	1,80	1,80
1	Grapadora	2,65	2,65

1	Perforadora	3,00	3,00
1	Caja de grapas	1,15	1,15
1	Caja de clips	1,00	1,00
1	Sello	12,00	12,00
Total			108,05
			648,30

* Los materiales de oficina se adquirirán seis veces en el año.

Tabla 38

Personal administrativo

Cant.	Descripción	Sueldo	Beneficios	Sueldo anual
1	Gerente General	1.200,00		14.400,00
1	Contador (honorarios)	70,00		840,00
1	Secretaria-Recepcionista	400,00		4.800,00
1	Gerente de Marketing	750,00		9.000,00
	Décimo tercer sueldo		2.350,00	2.350,00
	Décimo cuarto sueldo		1.200,00	1.200,00
	Aporte patronal IESS		285,53	3.426,30
Total			3.835,53	36.016,30

Tabla 39

Fondos de reserva

Descripción	Valor unitario	Valor total	Valor anual
Fondos de reserva personal administrativo	195,76	195,76	2.349,06

Tabla 40

Personal operativo

Cant.	Descripción	Sueldo	Beneficios	Sueldo anual
5	Capacitadores (honorarios) x 22 talleres	550,00		60.500,00
1	Experto en Riesgos Laborales (honorarios)	3.000,00		3.000,00
1	Administrador de la plataforma (sistema MOOC)	400,00		4.800,00
	Décimo tercer sueldo		400,00	400,00
	Décimo cuarto sueldo		400,00	400,00
	Aporte patronal IESS		48,60	583,20
Total			848,60	69.683,20

* Se pagará honorarios por curso dictado. Cada capacitador dará un curso al mes (40 horas por curso)

A los capacitadores se pagará por capacitación dictada, a través de honorarios, el experto en Riesgos Laborales desarrollará el contenido del curso, y el administrador del MOOC será parte de la plantilla.

Tabla 41

Fondos de reserva

Descripción	Valor unitario	Valor total	Valor anual
Fondos de reserva personal operativo	33,32	33,32	399,84

A los capacitadores se pagará por capacitación dictada. Los cursos se dictarán en tres jornadas, matutino, vespertino de lunes a viernes e intensivo los días sábado y domingo, queda a elección del departamento de personal de cada empresa.

Profesor	Horarios	Jornada	Horas diarias	Semanas	L	M	X	J	V	S	D	Total horas/semana
A	08:00 - 12:00	M	4	Semana 1	4	4	4	4	4			20
B	08:00 - 12:00	M	4		4	4	4	4	4			20
C	14:00 - 18:00	T	4		4	4	4	4	4			20
D	14:00 - 18:00	T	4		4	4	4	4	4			20
E	08:00 - 16:00	FS	8							8	8	16
A	08:00 - 12:00	M	4	Semana 2	4	4	4	4	4			20
B	08:00 - 12:00	M	4		4	4	4	4	4			20
C	14:00 - 18:00	T	4		4	4	4	4	4			20
D	14:00 - 18:00	T	4		4	4	4	4	4			20
E	08:00 - 16:00	FS	8							8	8	16
A	08:00 - 12:00	M	4	Semana 3	0	0	0	0	0	0	0	0
B	08:00 - 12:00	M	4		0	0	0	0	0	0	0	0
C	14:00 - 18:00	T	4		0	0	0	0	0	0	0	0
D	14:00 - 18:00	T	4		0	0	0	0	0	0	0	0
E	08:00 - 16:00	FS	8							8	8	8

Figura 31. Carga horaria de los capacitadores

Profesor	Horarios	Jornada	Horas diarias	Total horas/Taller
A	08:00 - 12:00	M	4	40
B	08:00 - 12:00	M	4	40
C	14:00 - 18:00	T	4	40
D	14:00 - 18:00	T	4	40
E	08:00 - 16:00	FS	8	40

Figura 32. Resumen carga horaria de los capacitadores

Tabla 42

Arriendo

Cant.	Descripción	Valor unitario	Valor total	Valor anual
1	Arriendo oficina	1.000,00	1.000,00	12.000,00
1	Garantía	2.000,00	2.000,00	2.000,00
Total				14.000,00

Tabla 43

Plataforma

Cant.	Descripción	Valor unitario	Valor mensual	Valor anual
3	Sala de Zoom Rooms	49	147,00	1.764,00
Total			147,00	1.764,00

Tabla 44

Viáticos y movilización del personal

Cant.	Descripción	Valor unitario	Valor mensual	Valor total
6	Viáticos y movilización	80,00	480,00	2.880,00
Total			480,00	2.880,00

* Los viáticos y la movilización se presupuestan por seis veces en el año, para cada capacitador

Tabla 45

Presupuesto de egresos

Descripción	Años				
	1	2	3	4	5
Costos del producto	69.683	69.084	71.156	73.291	75.489
Capacitadores (honorarios) x 22 talleres	60.500	62.315	64.184	66.110	68.093

Experto en Riesgos Laborales (honorarios)	3.000	0	0	0	0
Gestor de la plataforma (sistema MOOC)	6.183	6.369	6.560	6.757	6.959
Fondos de reserva gestor de la plataforma	0	400	412	424	437
Gastos administrativos	57.679	60.539	63.279	66.194	69.298
Diseño de página web	650	670	690	710	732
Dominio	0	0	0	0	0
Hosting ilimitado, correo ilimitado	85	88	90	93	96
Accesorios de oficina	145	149	154	158	163
Suministros de limpieza	111	114	117	121	125
Servicios básicos	1.380	1.421	1.464	1.508	1.553
Materiales de oficina	648	668	688	708	730
Personal administrativo	36.016	37.097	38.210	39.356	40.537
Fondos de reserva personal administrativo	0	2.349	2.420	2.492	2.567
Arriendo	12.000	13.200	14.520	15.972	17.569
Garantía	2.000	0	0	0	0
Aulas virtuales Zoom Rooms	1.764	1.817	1.871	1.928	1.985
Viáticos y movilización del personal	2.880	2.966	3.055	3.147	3.241
Gastos totales	127.363	129.622	134.435	139.484	144.787

Cálculo Demostrativo y Análisis del Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es aquel punto de actividad donde los ingresos y gastos totales son iguales, es decir no existe ni utilidad ni pérdida. Existen tres métodos para conocer el punto de equilibrio: método de la ecuación, método del margen de contribución y método gráfico. Para calcular el punto de equilibrio se empleará el método gráfico.

$$PE_{\text{unidades}} = PE = \frac{CFT}{Pu - CVu}$$

$$PE_{\text{unidades}} = \frac{63.862,50}{(1.380,00 - 590,55)}$$

$$PE_{\text{unidades}} = 81 \text{ pull corporativos}$$

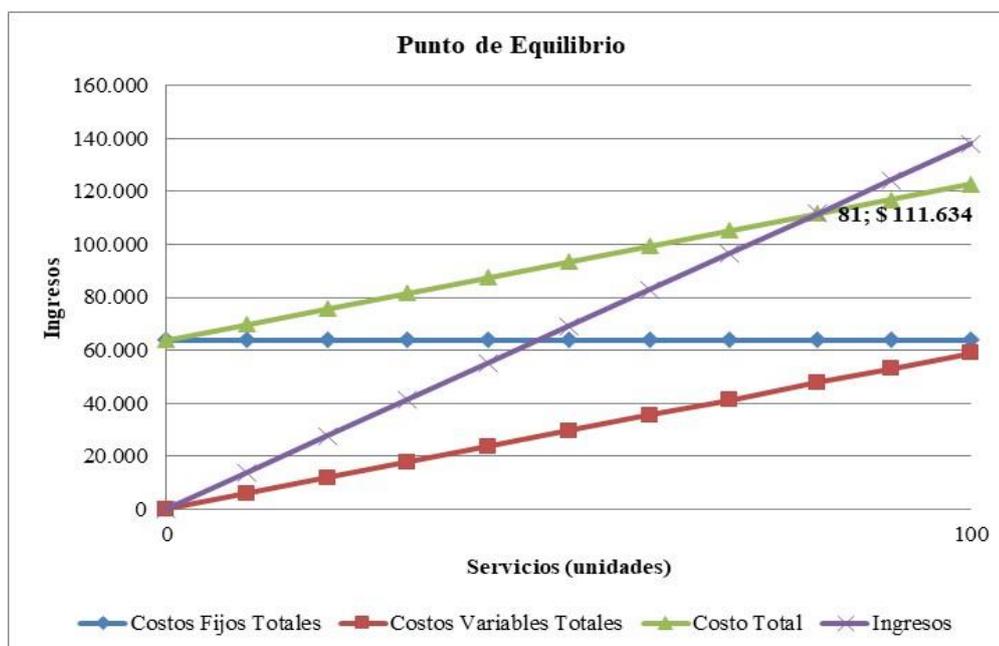


Figura 33. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio donde los ingresos totales y los gastos totales son iguales, es decir no existe ni utilidad ni pérdida, se alcanza con 81 pull corporativos; \$111.634.

Financiamiento

Tabla 46

Estructura de financiamiento

Inversión inicial	Inversión inicial	Fuentes	
		Propios	Financiado
Activos fijos	17.275,00	3.300,00	13.975,00
Equipo de computación	13.975,00		13.975,00
Equipo de oficina	465,00	465,00	
Muebles y enseres	2.835,00	2.835,00	
Activos diferidos	1.080,00	1.080,00	0,00
Activos diferidos	1.080,00	1.080,00	
Total, inversiones fijas	18.355,00	4.380,00	13.975,00
Capital de trabajo	20.936,30		20.936,30
Capital de trabajo	20.936,30		20.936,30
Total, inversión inicial	39.291,30	4.380,00	34.911,30

Tabla 47

Porcentajes de financiamiento

Fuentes	Monto	%
Recursos propios	4.380,00	11%
Recursos de terceros	34.911,30	89%
Total	39.291,30	100%

Tabla 48

Tabla de amortización

Años	Pago Principal	Interés Pagado	Pago total
1	3.910,58	8.632,55	12.543,13
2	5.057,69	7.485,44	12.543,13
3	6.541,28	6.001,85	12.543,13
4	8.460,06	4.083,07	12.543,13
5	10.941,69	1.601,44	12.543,13

Tabla 49

Estado de resultados

Concepto	Años				
	1	2	3	4	5
Ingresos	141.937	156.130	171.743	188.918	207.809
- Costo de ventas	69.683	69.084	71.156	73.291	75.489
= Utilidad bruta en ventas	72.253	87.047	100.587	115.627	132.320
- Gastos de administración y ventas	57.679	60.539	63.279	66.194	69.298
- Gastos financieros	8.633	7.485	6.002	4.083	1.601
- Depreciaciones	4.988	4.988	4.988	330	330
= Utilidad antes de participación e impuestos	953	14.034	26.318	45.020	61.091
- Participación trabajadores 15%	143	2.105	3.948	6.753	9.164
= Utilidad antes de impuestos	810	11.929	22.370	38.267	51.927
- Impuesto a la renta 25%	203	2.982	5.593	9.567	12.982
= Utilidad neta	608	8.947	16.778	28.700	38.945

Flujo de Ingresos Projectado

Años	0	1	2	3	4	5
Ingresos totales	Inversión	141.937	156.130	171.743	188.918	207.809
COSTOS		140.983	142.096	145.425	143.897	146.718
Costos de ventas		69.683	69.084	71.156	73.291	75.489
Gastos administrativos		57.679	60.539	63.279	66.194	69.298
Gastos financieros		8.633	7.485	6.002	4.083	1.601
Depreciaciones		4.988	4.988	4.988	330	330
Egresos totales		140.983	142.096	145.425	143.897	146.718
Utilidad operacional		953	14.034	26.318	45.020	61.091
Participación empleados 15%		143	2.105	3.948	6.753	9.164
Utilidad antes de impuestos		810	11.929	22.370	38.267	51.927
Impuesto a la Renta 25%		203	2.982	5.593	9.567	12.982
Utilidad neta		608	8.947	16.778	28.700	38.945
INVERSIONES						
Inversión Inicial	-39.291					
Préstamo	34.911					
		AJUSTES DEL PROYECTO				
Amortización del préstamo		3.911	5.058	6.541	8.460	10.942
Depreciaciones		4.988	4.988	4.988	330	330
Amortizaciones diferidas		216	216	216	216	216
Valor residual						1.650
Recuperación Capital de Trabajo		20.936				
FLUJO DE FONDOS	-4.380	22.838	9.093	15.441	20.786	30.200

Figura 34. Flujo de fondos del inversionista

Evaluación Financiera

Análisis y Determinación de la Tasa de Descuento del Proyecto

Para tomar en cuenta el valor temporal del dinero se descuentan los flujos de efectivo, a flujos futuros, utilizando una tasa de descuento (TMAR), para lo cual se requiere de la información: tasa pasiva, tasa de inflación y riesgo.

Tabla 50

Tasa pasiva 2020

Operadoras	Tasa
Depósitos a plazo	6,24%
Depósitos monetarios	0,75%
Operaciones de Reporto	1,50%

Tomado de Banco Central del Ecuador (2019)

(<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>)

Tabla 51

Tasa de inflación 2020

Mes	Tasa
Ene	0,23
Feb	-1,05
Mar	0,2
Abr	1
May	-0,26

Tomado de Banco Central del Ecuador (2019)

Tabla 52

Riesgo sectorial

Código	Sector	Actividad	Puntuación	Riesgo
M	Enseñanza	Enseñanza que requiera de desplazamiento diario	7	ALTO
M	Enseñanza	Enseñanza que no requiera de desplazamiento diario	6	MEDIO

Tomado de (Ministerio de Trabajo y Empleo, 2019)

Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)

La TMAR (Tasa mínima Aceptable de Rendimiento) es la tasa de ganancia anual que se requiere ganar para llevar a cabo el proyecto. Se calcula considerando tres tasas:

$$\text{TMAR} = \% \text{ pasiva} + \% \text{ inflación} + \% \text{ riesgo del proyecto}$$

$$\text{TMAR} = 6,24\% + 2,38\% + 6,5\%$$

$$\text{TMAR} = 15,12\%$$

Tabla 53

TMAR del inversionista

Concepto	Inversión inicial	Participación %	Riesgo	TMAR Inversionista
Recursos propios	4.380	11%	15,12%	2,90%
Recursos de terceros	34.911	89%	26,00%	13,43%
Inversión total	39.291	100%		16,33%

* Tasa de interés del préstamo

Los recursos propios equivalen al 11%. El inversionista va a asumir el 89%, para lo cual se empleó la tasa de interés activa vigente de las entidades financieras.

Cálculo y Análisis de Indicadores de Rentabilidad

Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto, corresponde al valor monetario de la diferencia entre los flujos de ingresos y egresos de caja, restada de la Inversión Inicial, descontado a una tasa de descuento. Es decir, corresponde a los ingresos obtenidos por parte de los inversionistas, después de recuperar los recursos invertidos (inversión inicial).

$$VAN = - I_0 + \sum \frac{FNF_t}{(1 + r)^t}$$

Tabla 54

Valor Actual Neto para el inversionista

Año	Flujos de Caja	Factor	Valor Presente
0	- 34.911	1	-34.911
1	22.838	0,8596	19.631
2	9.093	0,7389	6.719
3	15.441	0,6352	9.808
4	20.786	0,5460	11.349
5	30.200	0,4693	14.174
VAN			26.770

El proyecto presenta un Valor Actual Neto positivo, por lo tanto, el proyecto es rentable, por lo que se acepta el mismo.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es la tasa de descuento o costo de capital, que logra que el VAN del proyecto sea cero, o que la inversión inicial sea exactamente igual al valor actual del flujo neto de fondos.

$$I_0 = \sum \frac{FNF_t}{(1 + TIR)^t}$$

Tabla 55

Tasa Interna de Retorno para el inversionista

Año	Flujos de Caja	Factor	Valor Presente
0	- 34.911	1	-34.911
1	22.838	0,6926	15.818
2	9.093	0,4798	4.363
3	15.441	0,3323	5.131
4	20.786	0,2302	4.784
5	30.200	0,1594	4.815
VAN			0

Con una TIR de 44,37% se consigue un VAN de 0, lo que significa que el proyecto es rentable, por lo tanto, se acepta el mismo, porque la TIR es mayor a la tasa de descuento.

Período de Recuperación

Este criterio calcula la cantidad de períodos en los que se recupera la Inversión Inicial, es decir, el tiempo para que los flujos cubran la inversión. El PRRI debe compararse con el período estimado como razonable por parte del inversionista.

Tabla 56

Periodo Real de Recuperación para el inversionista

Años	Flujos de efectivo	Flujos acumulados
0	-34.911	
1	19.631	19.631
2	6.719	26.351
3	9.808	36.158
4	11.349	47.508
5	14.174	61.682

$$PRRI = (34.911 - 26.351) / 9.808$$

$$PRRI = 8.561 / 9.808$$

$$PRRI = 0,87$$

$$PRRI = 2,87$$

El proyecto se recupera en 2,87 periodos.

Relación Beneficio-Costo

Esta relación compara el valor actual de los beneficios con el valor actual de los egresos y la inversión.

Si la razón es $\geq 1 \Rightarrow$ el VAN ≥ 0 .

Se acepta el proyecto.

Si la razón es $< 1 \Rightarrow$ el VAN < 0 .

Se rechaza el proyecto.

Tabla 57

Relación Beneficio/Costo para el inversionista

Año	Flujos Actualizados
1	19.631
2	6.719
3	9.808
4	11.349
5	14.174
Suma	61.682

$$R B/C = 61.682 / 34.911$$

$$R B/C = 1,77$$

La relación Beneficio/Costo indica que por cada dólar invertido se obtendrá 0,77 centavos de dólar de rentabilidad.

Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad permite conocer que pasa con el proyecto cuando una variable se modifica. A continuación, se calculará el flujo de caja considerando una disminución del 5% en los ingresos obtenidos con lo cual se conocerá que tan sensible es el proyecto con una disminución en las ventas.

Años	0	1	2	3	4	5
Ingresos totales	Inversión	134.840	148.324	163.156	179.472	197.419
COSTOS		140.983	142.096	145.425	143.897	146.718
Costos de ventas		69.683	69.084	71.156	73.291	75.489
Gastos administrativos		57.679	60.539	63.279	66.194	69.298
Gastos financieros		8.633	7.485	6.002	4.083	1.601
Depreciaciones		4.988	4.988	4.988	330	330
Egresos totales		140.983	142.096	145.425	143.897	146.718
Utilidad operacional		-6.144	6.228	17.731	35.574	50.700
Participación empleados 15%		0	934	2.660	5.336	7.605
Utilidad antes de impuestos		-6.144	5.294	15.071	30.238	43.095
Impuesto a la Renta 25%		0	1.323	3.768	7.560	10.774
Utilidad neta		-6.144	3.970	11.304	22.679	32.322
INVERSIONES						
Inversión Inicial	-39.291					
Préstamo	34.911					
		AJUSTES DEL PROYECTO				
Amortización del préstamo		3.911	5.058	6.541	8.460	10.942
Depreciaciones		4.988	4.988	4.988	330	330
Amortizaciones diferidas		216	216	216	216	216
Valor residual						1.650
Recuperación Capital de Trabajo		20.936				
FLUJO DE FONDOS	-4.380	16.086	4.117	9.967	14.765	23.576

Figura 35. Flujo de fondos del inversionista con el 5% menos en los ingresos

Tabla 58

Valor Actual Neto para el inversionista

Año	Flujos de Caja	Factor	Valor Presente
0	- 34.911	1	-34.911
1	16.086	0,8596	13.828
2	4.117	0,7389	3.042
3	9.967	0,6352	6.331
4	14.765	0,5460	8.061
5	23.576	0,4693	11.065
		VAN	7.416

El proyecto presenta un Valor Actual Neto positivo, por lo tanto, el proyecto es rentable, por lo que se acepta el mismo.

Tabla 59

Tasa Interna de Retorno para el inversionista

Año	Flujos de Caja	Factor	Valor Presente
0	- 34.911	1	-34.911
1	16.086	0,8044	12.940
2	4.117	0,6470	2.664
3	9.967	0,5205	5.187
4	14.765	0,4187	6.181
5	23.576	0,3368	7.939
VAN			0

Con una TIR de 24,32% se consigue un VAN de 0, lo que significa que el proyecto es rentable, por lo tanto, se acepta el mismo, porque la TIR es mayor a la tasa de descuento.

Tabla 60

Periodo Real de Recuperación para el inversionista

Año	Flujos de Caja	Flujos acumulados
0	-34.911	
1	13.828	13.828
2	3.042	16.870
3	6.331	23.200
4	8.061	31.262
5	11.065	42.327

$$PRRI = (34.911 - 31.262) / 11.065$$

$$PRRI = 3.649 / 11.065$$

$$PRRI = 0,33 + 4$$

$$PRRI = 4,33$$

El proyecto se recupera en 4,33 periodos.

Tabla 61

Relación Beneficio/Costo para el inversionista

Año	Flujos actualizados
1	13.828
2	3.042
3	6.331
4	8.061
5	11.065
Suma	42.327

$$R B/C = 42.328 / 34.911$$

$$R B/C = 1,21$$

Por cada dólar invertido se obtendrá 0,21 centavos de dólar de rentabilidad.

Balance del Proyecto

“EXCELENCIA EMPRESARIAL S. A.”
BALANCE GENERAL PROYECTADO
AL 01 DE JULIO DE 2020

ACTIVOSACTIVO CORRIENTE

BANCOS	20.936,30
TOTAL, ACTIVO CORRIENTE	20.936,30

ACTIVO FIJO

Equipo de computación	13.975,00
Equipo de oficina	465,00
Muebles y enseres	2.835,00
Vehículos	0,00
TOTAL, ACTIVO FIJO	17.275,00

ACTIVO DIFERIDO

ACTIVO DIFERIDO	1.080,00
TOTAL, ACTIVO DIFERIDO	1.080,00

TOTAL, ACTIVOS

39.291,30

PASIVOS

PRÉSTAMOS BANCARIOS	34.911,30
---------------------	-----------

PATRIMONIO

CAPITAL	4.380,00
TOTAL, PASIVOS Y PATRIMONIO	39.291,30

Resumen

En este capítulo se demuestra si el proyecto es viable o no, para lo cual se determinan los activos fijos, los activos diferidos, se calculan las depreciaciones y amortizaciones respectivas. Se calculó el capital de trabajo empleando la fórmula de los días de desfase, se determinaron los gastos operativos para elaborar el presupuesto de gastos de los primeros cinco años. Obteniendo el precio del servicio, los costos fijos y variables se procedió a calcular el punto de equilibrio.

Respecto a la estructura de financiamiento del proyecto, se determinó financiarse con un 89% del valor total de la inversión inicial. Este presupuesto sirvió para elaborar el flujo de caja proyectado, con el cual se procedió a realizar la evaluación financiera considerando los cuatro criterios económicos, no sin antes calcular la tasa de descuento, con la cual se actualizó los flujos de caja. Con los cuatro criterios aplicados, se comprobó que el proyecto es viable. Finalmente se realizó un análisis de sensibilidad, asumiendo una disminución del 5% en los ingresos presupuestados, obteniendo así resultados financieros óptimos, lo que asegura que a pesar de la inestabilidad política y económica que puede modificar cualquier variable en contra del proyecto, el mismo sigue siendo óptimo.

Capítulo 6: Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

- Esta propuesta de valor es la parte medular del proyecto: Ofrecer un servicio diferenciado, entregando al personal de cada empresa la capacitación adecuada, de acuerdo a las necesidades específicas para incrementar su productividad, logrando así una mayor rentabilidad para la organización, así se podrá competir en el mercado y alcanzar rentabilidad.
- Se concluye que el 71% de los encuestados contratarían el servicio de capacitación para las empresas de los sectores petrolero y minero, lo que asegura que se contará con un amplio mercado para implementar el servicio ofertado.
- La elaboración del plan de mercadotecnia con sus respectivas acciones para alcanzar los objetivos estratégicos de la empresa, permitirán asegurar las ventas y generar la fidelidad de los clientes. Aplicando el ciclo de vida del producto y el Marketing Mix Promocional, se asegurará una mejor comercialización del servicio que pretender entregar la nueva empresa de capacitación.
- Con la instalación y el funcionamiento de la empresa, la tecnología adecuada, el proceso del negocio bien definido, una correcta organización y las políticas necesarias se asegurará un desarrollo efectivo de las actividades normales de la empresa.
- Gracias a la evaluación financiera considerando los cuatro criterios económicos, se demostró que el proyecto es viable, ya que el VAN es positivo, la TIR es mayor a la tasa de descuento, se recupera la inversión inicial en un año y la rentabilidad obtenida es atractiva.

Recomendaciones

- Desde la puesta en marcha del proyecto, se debe cumplir con lo ofrecido y mantener la propuesta de valor para entregar el servicio diferenciado.
- Aplicar las estrategias diseñadas para entregar un servicio óptimo y confiable que se mantenga en el mercado a largo plazo.
- Con una correcta aplicación el Marketing Mix, se logrará cumplir con los objetivos planteados para conseguir la rentabilidad esperada.
- Desde el primer día se debe aplicar las políticas diseñadas para la empresa, para su correcto funcionamiento.
- Se debe poner en marcha cuanto antes el proyecto para así generar nuevas fuentes de trabajo y contribuir a la disminución del desempleo en nuestro país.

Referencias

Banco Central del Ecuador. (diciembre de 2019).

<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>. Recuperado el 21 de marzo de 2020, de

<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>

Banco Central del Ecuador. (junio de 3 de 2020). www.bce.fin.ec. Recuperado el 21 de

junio de 2020, de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1366-el-covid-19-pasa-factura-a-la-economia-ecuatoriana-decrecera-entre-73-y-96-en-2020>

Bnamericas. (24 de enero de 2020).

<https://www.bnamericas.com/es/entrevistas/despues-de-una-reforma-crucial-el-ano-pasado-que-esperar-en-el-frente-tributario-de-ecuador-en-2020>.

Recuperado el 21 de junio de 2020, de

<https://www.bnamericas.com/es/entrevistas/despues-de-una-reforma-crucial-el-ano-pasado-que-esperar-en-el-frente-tributario-de-ecuador-en-2020>

Chiavenato, I. (2007). *Administración de recursos humanos. El capital humano de las organizaciones* (Octava ed.). México: Mc Graw Hill.

Economipedia. (2018). economipedia.com. Recuperado el 8 de mayo de 2020, de

<https://economipedia.com/definiciones/riesgo-pais.html>

Ecuador Economía. (29 de diciembre de 2019).

<https://www.efe.com/efe/america/economia/ecuador-cierra-un-ano-complicado-y-entra-en-2020-complejo-e-incierto/20000011-4140766>. Recuperado el 22 de

junio de 2020, de <https://www.efe.com/efe/america/economia/ecuador-cierra-un-ano-complicado-y-entra-en-2020-complejo-e-incierto/20000011-4140766>

- Ecuador en Cifras. (30 de diciembre de 2019). *www.ecuadorencifras.gob.ec*. Recuperado el 10 de mayo de 2020, de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2019/Diciembre/Boletin_tecnico_de_empleo_dic19.pdf
- El Comercio. (21 de enero de 2019). *www.elcomercio.com*. Recuperado el 19 de marzo de 2020, de <https://www.elcomercio.com/actualidad/aumento-numero-servidores-publicos-contratos.html>
- EPN. (enero de 2020). *mooc.virtualepn.edu.ec*. Recuperado el 29 de agosto de 2020, de <https://mooc.virtualepn.edu.ec/>
- Escuela de Organización Industrial. (2013). *Escuela de Organización Industrial*. [file:///C:/Users/equipo/Downloads/4602-Texto%20del%20art%C3%ADculo-9950-1-10-20160531%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/equipo/Downloads/4602-Texto%20del%20art%C3%ADculo-9950-1-10-20160531%20(2).pdf). (s.f.).
- Herrera, L. (2017). Recuperado el junio 21 de 2020, de 548-
[Texto%20del%20art%C3%ADculo-1577-1-10-20160121.pdf](file:///C:/Users/equipo/Downloads/4602-Texto%20del%20art%C3%ADculo-1577-1-10-20160121.pdf)
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Educación.
- Lagos, A. (2019). *connectamericas.com*. Obtenido de <https://connectamericas.com/es/content/la-importancia-de-las-certificaciones-profesionales>
- Laureate International Universities. (diciembre de 2016). *laureate-comunicacion.com*. Recuperado el 15 de mayo de 2020, de <https://laureate-comunicacion.com/prensa/wp-content/uploads/2017/01/La-Capacitaci%C3%B3n-Laboral-en-Am%C3%A9rica-Latina-FINAL-1.pdf>

- Lizarzaburo, G. (1 de enero de 2020). *www.expreso.ec*. Recuperado el 22 de junio de 2020, de <https://www.expreso.ec/actualidad/economia/2020-ajuste-populismo-economia-crecimiento-economico-2369.html>
- Ministerio de Trabajo. (abril de 2018). *www.trabajo.gob.ec*. Recuperado el 19 de marzo de 2020, de <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/11/Plan-Nacional-de-Capacitaci%C3%B3n-2018.pdf>
- Ministerio de Trabajo y Empleo. (2019).
<http://www.enquitoecuador.com/userfiles/categorizacion-del-riesgo.pdf>.
Recuperado el 24 de junio de 2020, de
<http://www.enquitoecuador.com/userfiles/categorizacion-del-riesgo.pdf>
- Ministerio del Trabajo. (2018). *www.trabajo.gob.ec*. Recuperado el 24 de abril de 2020, de <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/11/Plan-Nacional-de-Capacitaci%C3%B3n-2018.pdf>
- Organización Internacional del Trabajo. (9 de agosto de 2017). *www.ilo.org*.
Recuperado el 27 de marzo de 2020, de https://www.ilo.org/americas/sala-de-prensa/WCMS_568873/lang--es/index.htm
- Revista Líderes. (7 de junio de 2019). *www.revistalideres.ec*. Recuperado el 15 de mayo de 2020, de <https://www.revistalideres.ec/lideres/mineria-capacitacion-mano-obra-industria.html>
- Revista Líderes. (7 de febrero de 2020). *www.revistalideres.ec/lideres*. Recuperado el 10 de mayo de 2020, de <https://www.revistalideres.ec/lideres/capacitacion-animos-trabajadores-empresas-productividad.html>
- Sanchis, R., & Poza, J. (4 de septiembre de 2013). *riunet.upv.es*. Recuperado el 23 de junio de 2020, de
<https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/31932/Memoria.pdf?sequence=1>

Santamaría, E. (2 de octubre de 2014). *revistapolitecnica.epn.edu.ec*. Recuperado el 22 de junio de 2020, de

<https://revistapolitecnica.epn.edu.ec/images/revista/volumen34/tomo2/InfluenciadelosFactoresCulturales.pdf>

Sifuentes, E. (2018). *www.estrategiaynegocios.net*. Recuperado el 14 de noviembre de 2019, de <https://www.estrategiaynegocios.net/empresasymanagement/1180218-330/cinco-capacitaciones-que-deben-recibir-los-trabajadores-en-una-empresa>

Universidad del Pacífico. (2018). *www.unipacifico.edu.co*. Recuperado el 21 de marzo de 2020, de <http://www.unipacifico.edu.co/sigcalidad/pd4102.pdf>

Universidad del Pacífico. (2020). *www.up.edu.pe*. Recuperado el 6 de julio de 2020, de [https://www.up.edu.pe/pie/SiteAssets/Manual%20de%20acceso%20y%20uso%20de%20Zoom%20\(2\).pdf](https://www.up.edu.pe/pie/SiteAssets/Manual%20de%20acceso%20y%20uso%20de%20Zoom%20(2).pdf)

Vega, G., Ávila, J., Vega, A., Camacho, N., Becerril, A., & Leo, G. (mayo de 2014). *amazonaws.com*. Recuperado el 9 de diciembre de 2019, de https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/61258898/3477-1-10011-1-10-2014053020191118-44529-1gutn4z.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DPARADIGMAS_EN_LA_INVESTIGACION._ENFOQUE.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential

www.eppetroecuador.ec. (2019). Recuperado el 2014 de noviembre de 2019, de <https://www.eppetroecuador.ec/?p=4302>

Apéndice A: Empresas Petroleras y Mineras

No.	NOMBRE COMPAÑÍA	TIPO COMPAÑÍA	CIUDAD
1	CI MINERIA ECUADOR METALMINING S.A.	ANÓNIMA	QUITO
2	CHEVRON OVERSEAS PETROLEUM ECUADOR LIMITED	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
3	PETROLERA EDS ECUADORIAN DRILLING SERVICES S.A.	ANÓNIMA	QUITO
4	REPSOL ECUADOR S.A.	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
5	OIL & ENERGY CORP SERV O&E CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
6	PETROLEUM SERVICES PETROCOX S.A.	ANÓNIMA	QUITO
7	INDUSTRIA MINERA MITADELMUNDO CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
8	C. I. A. MINERA WELLINGTON UZCHURRUMI S.A.	ANÓNIMA	QUITO
9	JS-PIONEER PETROLEUM CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
10	GRUPO COMERCIAL TERMIKON CIA LTDA	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
11	LOGGING & PERFORATING SERVICES (LPS) CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
12	GOLDENWINGS S.A.	ANÓNIMA	QUITO
13	PETROLINES S.A. LINEAS PETROLERAS	ANÓNIMA	QUITO
14	SEA-ENERGIA ECUADOR S.A.	ANÓNIMA	QUITO
15	TOACHIEC EXPLORACIONES MINERAS S.A.	ANÓNIMA	QUITO
16	ZAFIRO SERVICIOS MINEROS ZASERMIN S.A.	ANÓNIMA	QUITO
17	PREFABRICADOS, CONSTRUCCIONES Y ARENAS CONSTRUARENAS CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
18	IMPALPABLES Y DERIVADOS IMPADECA S.A.	ANÓNIMA	QUITO
19	AYOLE S.A.	ANÓNIMA	QUITO
20	TUSCANY PERFORACIÓN PETROLERA TUSCANYPERF S.A.	ANÓNIMA	QUITO
21	NEWCRESTECUADOR S.A.	ANÓNIMA	QUITO
22	TECPESERVICES S.A.	ANÓNIMA	QUITO
23	COMPAÑIA MINERA VERDE CHICO MINVERDECHICO CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
24	ORIONOIL ER S.A.	ANÓNIMA	QUITO
25	U.O.P. PROCESSES INTERNATIONAL INC	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
26	TRIPODECONST CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
27	MINERA GREENMETALS S.A.	ANÓNIMA	QUITO
28	COMPAÑIA MINERA PLACERMINE S.A.	ANÓNIMA	QUITO
29	AMBIGESMIN CONSULTORA CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
30	ECUADOR IMPORTACION DISTRIBUCION Y COMERCIALIZACION SINOLUBRI S.A.	ANÓNIMA	QUITO
31	CNPC INTERNATIONAL (AMAZON) LTD.	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
32	JOSHI TECHNOLOGIES INTERNATIONAL INC.	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
33	SERVICIOS LOGISTICOS PIEDRA Y PETROLEOS S.A. SERLOGPIETRO	ANÓNIMA	QUITO
34	SICHUAN HUADI EXPLORATION LTD.	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO

35	VALIANT ARTIFICIAL LIFT SOLUTIONS (BVI) LIMITED	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
36	CONSULTORA EN GEOTECNOLOGIAS CONSULTGEO CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
37	BAKER HUGHES INTERNATIONAL BRANCHES LLC.	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
38	CREACIONES JUVENTUS S.A.	ANÓNIMA	QUITO
39	ROMCAPITAL S.A.	ANÓNIMA	QUITO
40	SUNERGON OIL, GAS & MINING GROUP, INC.	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
41	CALANDINA PROCESADORA SAENZ-LEON S.A.	ANÓNIMA	QUITO
42	ANTONOIL SERVICE COMPANY S.A.	ANÓNIMA	QUITO
43	MEPSI MINAS ENERGIA Y PETROLEOS DEL ECUADOR CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
44	PETROCAYAMBE EXPLORACIONES CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
45	PETGAS NEGOCIOS CON TERCEROS ECUADOR S.A.	ANÓNIMA	QUITO
46	EQUIPO PETROLERO S.A. EQUIPETROL	ANÓNIMA	QUITO
47	KURIGOLD ECUADOR S.A.	ANÓNIMA	QUITO
48	NIPNEGOCIOS INDUSTRIALES Y PETROLEROS S.A.	ANÓNIMA	QUITO
49	WEATHERFORD SOUTH AMERICA GMBH	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
50	TEXACO PETROLEUM COMPANY SA	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
51	KAMANA SERVICES S.A.	ANÓNIMA	QUITO
52	LLAKTAWAYKU S.A.	ANÓNIMA	QUITO
53	GREEN VALLEY RESOURCES GREENVALLEY-GVR S.A.	ANÓNIMA	QUITO
54	TECPE TECNOLOGIA PETROLERA CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
55	CHINA NEWSTAR ENERGY CO. LTD.	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
56	SAN JACK OILFIELD-SOLUTIONS S.A.	ANÓNIMA	QUITO
57	AMERISUREXPLOR ECUADOR S. A.	ANÓNIMA	QUITO
58	ECO-DRILLING S.A.	ANÓNIMA	QUITO
59	MINERA TRES MINAS M3M S.A.	ANÓNIMA	QUITO
60	TRUSTOIL COMPANY S.A.	ANÓNIMA	QUITO
61	PETROALIANZA C.A.	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
62	WELL PERFORATING SERVICES ECUADOR WELLPERF S.A.	ANÓNIMA	QUITO
63	EOP OPERACIONES PETROLERAS S.A.	ANÓNIMA	QUITO
64	INDUSTRIA MINERA HUASIKURI C.A.	ANÓNIMA	QUITO
65	AMERICAN PIPES & INSTRUMENTS AMEPIPE CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
66	UNITED PETROLEUM CORPORATION ECUADOR UPCE S.A.	ANÓNIMA	QUITO
67	CONDOR SERVICIOS PETROLEROS CONSEPETRO S.A.	ANÓNIMA	QUITO
68	OILFIELD SERVICE JEREH ECUADOR JEREHOILFIELD S.A.	ANÓNIMA	QUITO
69	FENIX-PETROLEUM S.A.	ANÓNIMA	QUITO
70	GEOWORKENGINEERINGSERVICES CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
71	FRALESAC REPRESENTACIONES E INGENIERÍA CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO

72	TIWEC S.A.	ANÓNIMA	QUITO
73	FRANK'S INTERNACIONAL ECUADOR CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
74	STONY CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
75	QUIMSATEC S.A.	ANÓNIMA	QUITO
76	F&TSERVICIOSPETROLEROS CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
77	AMLATMINAS S.A.	ANÓNIMA	QUITO
78	RUMI DRILLING SERVICES ECUADOR RDSEC S.A.	ANÓNIMA	QUITO
79	OIL TOOLS SOLUTIONS OTSCOM-ECUADOR S.A.	ANÓNIMA	QUITO
80	AGREGADOS LAGUNA AG&LA S.A.	ANÓNIMA	QUITO
81	GOLDENSUMMIT S.A.	ANÓNIMA	QUITO
82	SELVAPETRO SERVICES COMPANY S.A.	ANÓNIMA	QUITO
83	INSERPETRO CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
84	CREEK INTERNATIONAL RIG CORP	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
85	ZHONGGUOLONG OIL SERVICES S.A.	ANÓNIMA	QUITO
86	CORPORACIÓN ENERGY NRG CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
87	SERVICIOS PETROLEROS ARPON S.A.	ANÓNIMA	QUITO
88	NOVAPETRO S.A.	ANÓNIMA	QUITO
89	SUMMUM ENERGY LTDA. SIGLA SUMMUM CORP.	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
90	B.Y.S. PERFORMANCE THRU ENGINEERING S.A.	ANÓNIMA	QUITO
91	SMC ECUADOR INC	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
92	TRUST DRILLING SERVICIOS S.A.	ANÓNIMA	QUITO
93	NABORS DRILLING SERVICES B.V.	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
94	BAKER HUGHES SWITZERLAND SÁRL	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
95	SOUTH-ENERGY SERVICES CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
96	MINERA IMPERIO MAINE IMPERIOMINING S.A.	ANÓNIMA	QUITO
97	PLUSPETROL ECUADOR B.V.	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
98	PETROVILLA COMPANY CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
99	CAMPETROL S.A.	ANÓNIMA	QUITO
100	STRATUSOIL ENERGY C.L.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
101	INTERMINECOMSA CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
102	HYDRAHEAD CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
103	GEOPETSA SERVICIOS PETROLEROS S.A.	ANÓNIMA	QUITO
104	COMERCIALIZADORA Y DISTRIBUIDORA ECUADOR TRADING COMMLEX S.A.	ANÓNIMA	QUITO
105	INTERINS DEL ECUADOR S.A.	ANÓNIMA	QUITO
106	METALQUARTZ MEDIO AMBIENTE, MINAS Y SERVICIOS S.A.	ANÓNIMA	QUITO
107	CPTDC CHINA PETROLEUM TECHNOLOGY & DEVELOPMENT CORPORATION ECUADOR S.A.	ANÓNIMA	QUITO
108	SERVICIOS GOLDENGINE COMPANY S.A.	ANÓNIMA	QUITO

109	ARROW PETRÓLEO Y GAS ARROWPETGAS S. A.	ANÓNIMA	QUITO
110	LBW RARE METALS S.A.	ANÓNIMA	QUITO
111	BLACKGOLDMAN CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
112	KLUANE DRILLING ECUADOR S.A.	ANÓNIMA	QUITO
113	PETROLEOS ANDINOS S.A. ANDIPETROLEOS	ANÓNIMA	QUITO
114	SUMINISTRO DE SERVICIOS PETROLEROS E INDUSTRIALES ATLANTICPETROL S.A.	ANÓNIMA	QUITO
115	SERVICIOS PETROLEROS REAL PETROSERVICESREAL C.L.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
116	BGP ECUADOR CO S.A.	ANÓNIMA	QUITO
117	GRAN TIERRA ENERGY COLOMBIA LLC	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
118	YACUENERGY S.A.	ANÓNIMA	QUITO
119	ALPHA DRILLING COMPANY ALPHADRILLCOM S.A.	ANÓNIMA	QUITO
120	ALTERNATIVAS DE INGENIERÍA Y ENERGÍA ALINGEN CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
121	AL TER CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
122	BEST-INSPECTION S.A.	ANÓNIMA	QUITO
123	SERVICIOS PETROLEROS GEOPETROL S.A.	ANÓNIMA	QUITO
124	LCV DEL ECUADOR CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
125	PETROLEOS SUD AMERICANOS DEL ECUADOR PETROLAMEREC S.A.	ANÓNIMA	QUITO
126	GEOPERFO TERRADRILL CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
127	SOKOLOIL S.A.	ANÓNIMA	QUITO
128	PETROFUTURO S.A.	ANÓNIMA	QUITO
129	TRITUCOMAP TRITURACION COMERCIALIZACION DE MATERIAL PETREO CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
130	SERVICIOS PETROLEROS IGAPÓ S.A.	ANÓNIMA	QUITO
131	ROWTECH ENERGY S.A.	ANÓNIMA	QUITO
132	J.A. HOLDING & ASSC, INC.	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
133	DISTRITOTECHECUADOR S.A.	ANÓNIMA	QUITO
134	MATERIALES DE CONSTRUCCION QUITO SA CYMCA	ANÓNIMA	QUITO
135	VOSCELAP S.A.	ANÓNIMA	QUITO
136	GARAIPEN PETROLEUM SERVICES S.A.	ANÓNIMA	QUITO
137	ALQUISER ECUADOR CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
138	OIL SERVICES PANAMA, S.A.	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
139	AGUAS SUBTERRANEAS ASUBSA SA	ANÓNIMA	QUITO
140	PETROORIENTAL S.A.	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
141	INDUSTRIAL INSTRUMENTATION, INC.	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
142	GOLDENSTONE RESOURCES S.A.	ANÓNIMA	QUITO
143	MINERA MINERALES PARA LA INDUSTRIA Y CONSTRUCCION MICEC C.L.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
144	ENLACE DE SOLUCIONES, PODER, RECURSOS Y ENERGÍA ESPRE S.A.	ANÓNIMA	QUITO
145	SCHLUMBERGER SURENCO SA	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO

146	MINAS HNOS. PEREZ GRINGOVIEJO CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
147	OILINDUSTRY S.A.	ANÓNIMA	QUITO
148	SERVICIOS INTEGRADOS PAÑATURI S.A.	ANÓNIMA	QUITO
149	SERVICIOS AMBIENTALES Y LABORATORIO YEMINSERV CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
150	SERVICIO INDUSTRIAL IPIZA & HIDROMAX IPIZAHIDROMAX S.A.	ANÓNIMA	QUITO
151	ANGLO-AMERICAN ECUADOR S.A.	ANÓNIMA	QUITO
152	NETMININGRESOURCESECUADOR S.A.	ANÓNIMA	QUITO
153	GOLDINGMETAL MINERA S.A.	ANÓNIMA	QUITO
154	SEMAICA ENERGY, S.L.	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
155	CERRO-YATSUR S.A.	ANÓNIMA	QUITO
156	SERMAPETROLEOS S.A.	ANÓNIMA	QUITO
157	GEOCONSULTCONSULTING SERVICES C.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
158	PETROLEOS DEL PACIFICO S.A. PACIFPETROL	ANÓNIMA	QUITO
159	RYRECUAMINING ECUADOR S.A.	ANÓNIMA	QUITO
160	EXPLORAMINERAL S.A.	ANÓNIMA	QUITO
161	"SOUTH AMERICAN OIL SERVICES S.A.C."	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
162	HANRINE ECUADORIAN EXPLORATION ANDMINING S.A.	ANÓNIMA	QUITO
163	MINERA GOLD AND COPPER ED&HO S.A.	ANÓNIMA	QUITO
164	HUR ENERGY-ECUADOR S.A.	ANÓNIMA	QUITO
165	WELLTEC LATINAMERICA APS	SUCURSAL EXTRANJER	QUITO
166	SIGN-OIL C.A.	ANÓNIMA	QUITO
167	DOS GEMAS COMPANY M2G S.A.	ANÓNIMA	QUITO
168	CUERPOMINERAL S.A.	ANÓNIMA	QUITO
169	CPVEN SERVICIOS PETROLEROS, LTD.	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
170	EXPRO WORLDWIDE B.V.	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
171	APROIL-ENERGYSERVICES SERVICIOS PETROLEROS S.A.	ANÓNIMA	QUITO
172	YACIEXPLOTT S.A.	ANÓNIMA	QUITO
173	MAGALLANES PETROLEUM SERVICES MAGAPETROLEUM S.A.	ANÓNIMA	QUITO
174	HILONG-ORIENTE CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
175	YPF ECUADOR S.A.	ANÓNIMA	QUITO
176	QMAXECUADOR S.A.	ANÓNIMA	QUITO
177	CHENXUNENERGYANDMINERALSINVESTMENT S.A.	ANÓNIMA	QUITO
178	COMPAÑIA MINERA SANTO DOMINGO BUSINESS AUGOLD CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
179	ILAPEC S.A.	ANÓNIMA	QUITO
180	MAKENERGY S.A.	ANÓNIMA	QUITO
181	COMPAÑIA MINERA RIO CLARO MINRIOCLARO S.A.	ANÓNIMA	QUITO
182	COMPAÑIA MINERA MARIANA S.A. COMADOR	ANÓNIMA	QUITO
183	INDUSTRIAL INDUSTRIALPETROL S.A.	ANÓNIMA	QUITO
184	COMPAÑIA MINERA MINCHOA S.A.	ANÓNIMA	QUITO
185	OROCOBRE METALS S.A.	ANÓNIMA	QUITO

186	VALLE RICO RESOURCES VRR S.A.	ANÓNIMA	QUITO
187	CRS RESOURCES (ECUADOR) LDC	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
188	SERVICIOS EMPRESARIALES VERDE-AZUL SEREMPVERAZ S.A.	ANÓNIMA	QUITO
189	YAMAOILSERVICES S.A.	ANÓNIMA	QUITO
190	VALORIUM INTERNATIONAL INC. VARLORINT SOCIEDAD ANÓNIMA	ANÓNIMA	QUITO
191	LOXODONTA S.A.	ANÓNIMA	QUITO
192	PETROBT SERVICIOS Y PETROLEOS S.A.	ANÓNIMA	QUITO
193	PETTORIVA S.A.	ANÓNIMA	QUITO
194	COMERCIALIZADORA BOTTOM HOLE COMPLETION TOOLS BHCTOOLS COMPAÑIA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
195	TECPECUADOR S.A.	ANÓNIMA	QUITO
196	EXPLOAURUM S.A.	ANÓNIMA	QUITO
197	TERRAINTEGRA TECHNOLOGIES S.A.	ANÓNIMA	QUITO
198	EQUIPENINSULA S.A	ANÓNIMA	QUITO
199	FREW CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
200	BELLAMARÍA MINING S.A.	ANÓNIMA	QUITO
201	CEVALLPI PIEDRAS NATURALES CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
202	SERVI PETROL SPCA C.A.	ANÓNIMA	QUITO
203	SWISSE ENERGY ECUADOR S.A.	ANÓNIMA	QUITO
204	TECNICAL PETROLEUM SOLUTIONS S.A. TECPETSOL	ANÓNIMA	QUITO
205	ENERGIA OPERACIONES ENOPSA S.A.	ANÓNIMA	QUITO
206	MINERA SISTEMA MINERO SISMIEC C.L.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
207	SERGEOMIN ECUADOR S.A.	ANÓNIMA	QUITO
208	MINERA GOLDEN LAND TIERRADORADA S.A.	ANÓNIMA	QUITO
209	TITELINE DRILLING ECUADOR-TLDEC S.A.	ANÓNIMA	QUITO
210	MINERA JANG & ASOCIADOS GOLDENCUPCORP CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
211	CYFOIL CIA. LTDA	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
212	INTERNATIONAL OIL INDUSTRY IOI S.A.	ANÓNIMA	QUITO
213	WELLBORE INTEGRITY SOLUTIONS NETHERLANDS B.V.	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
214	SUNSTONE-METALS ECUADOR S.A.	ANÓNIMA	QUITO
215	MINERIA ECUATORIANA NORTEMINERO S.A.	ANÓNIMA	QUITO
216	CERROMINERO S.A.	ANÓNIMA	QUITO
217	INTIPACHA S.A.	ANÓNIMA	QUITO
218	JUNEFIELD RESOURCES ECUADOR S.A. JUNECUA	ANÓNIMA	QUITO
219	HAVILAH MINING EXPLORATION HAVIMINING S.A.	ANÓNIMA	QUITO
220	COMPAÑIA EXPLOTADORA NACIONAL E INTERNACIONAL DE MINERIA Y COMERCIO BONEHAYMINER S.A.	ANÓNIMA	QUITO
221	SERVICIOSMINEROS-ECUADOR CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
222	FQM-EXPLORATION(ECUADOR) S.A.	ANÓNIMA	QUITO
223	DYGOIL CONSULTORIA Y SERVICIOS PETROLEROS C.L.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
224	SLN SOLIDOS Y LODOS NACIONALES S.A.	ANÓNIMA	QUITO

225	CAÑABRAVA MINING S.A.	ANÓNIMA	QUITO
226	SANTA ELENA PETROLEUM SANTALENAPETRO S.A.	ANÓNIMA	QUITO
227	SMITH INTERNATIONAL INC.	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
228	METALRESOURCES S.A.	ANÓNIMA	QUITO
229	JKC-BOLAGAY S.A.	ANÓNIMA	QUITO
230	707-MININGSERVICES S.A.	ANÓNIMA	QUITO
231	J&D OILFIELD ECUADOR JDOEC S.A.	ANÓNIMA	QUITO
232	SCHLUMBERGER DEL ECUADOR S.A.	ANÓNIMA	QUITO
233	HILONG OIL SERVICE & ENGINEERING ECUADOR CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
234	TEIKOKU OIL ECUADOR	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
235	CNPC CHUANQING DRILLING ENGINEERING COMPANY LIMITED	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
236	MULTITRANSMIN CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
237	DERCO BASS GROUP S.A.	ANÓNIMA	QUITO
238	CORPORACION DE AGREGADOS COAGREGADOS CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
239	SUMINISTROS Y SERVICIOS PETROLEROS TRENDINSUPPLY S.A.	ANÓNIMA	QUITO
240	DEVICOEC S.A.	ANÓNIMA	QUITO
241	SERVICIOS PETROLEROS COLOMBO ECUATORIANO SEPECOE CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
242	CAMUELA RESOURCES S.A.	ANÓNIMA	QUITO
243	DRILLSOIL S.A.	ANÓNIMA	QUITO
244	CONSORCIO GEOPARK - FRONTERA BLOQUE ESPEJO	ASOCIACIÓN O CONSORCIO	QUITO
245	SURFCO S.A.	ANÓNIMA	QUITO
246	WELLCOMPLETIONS TECHNOLOGIES S.A.	ANÓNIMA	QUITO
247	WAYRAENERGY S.A.	ANÓNIMA	QUITO
248	RIOVERDERERESOURCES S.A.	ANÓNIMA	QUITO
249	GEOPARK PERÚ S.A.C.	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
250	CENTAURO PETROLEUM COMPANY CEPETCO S.A.	ANÓNIMA	QUITO
251	GRAN NACIONAL MINERA MARISCAL SUCRE C.E.M.	ECONOMÍA MIXTA	QUITO
252	SINOPEC INTERNATIONAL PETROLEUM SERVICE ECUADOR S.A.	ANÓNIMA	QUITO
253	ANZUCHIN INTERNACIONAL S.A.	ANÓNIMA	QUITO
254	PEGOMARMI S.A.	ANÓNIMA	QUITO
255	PE ENERGIA ECUADOR LTD	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
256	MINERALTRANSACTIONS S.A.	ANÓNIMA	QUITO
257	BORETS-ESP SERVICES S.A.	ANÓNIMA	QUITO
258	MINGEO S.A.	ANÓNIMA	QUITO
259	GO-WIRELINE SERVICES S.A.	ANÓNIMA	QUITO
260	MINERALRESOURCES S.A.	ANÓNIMA	QUITO
261	GOLDENAGE INVESTMENT S.A.	ANÓNIMA	QUITO
262	GENERALOG ENERGY SOLUTIONS S.A.	ANÓNIMA	QUITO
263	OVERSEAS PETROLEUM AND INVESTMENT CORPORATION	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
264	SINOPETRO EQUIPMENT & SERVICES S.A.	ANÓNIMA	QUITO

265	CONSOLIDATED SUPPLY MANAGEMENT DEL ECUADOR S.A. CONSUPPY	ANÓNIMA	QUITO
266	CORPORACION FJTX EXPLORATION S.A.	ANÓNIMA	QUITO
267	DIANOSTICOS INTEGRALES PREVENTIVOS COMPAÑIA ANÓNIMA	ANÓNIMA	QUITO
268	EMERGING EXPLORATION S.A. EMEREXPLO	ANÓNIMA	QUITO
269	MINERA PERLA DEL SUR MIPSUR S.A.	ANÓNIMA	QUITO
270	STRACON INTERNATIONAL S.A.C	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
271	CENTERMINAS S.A.	ANÓNIMA	QUITO
272	I&E LOGMIN CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
273	LATIN GOLD MINERALS LATINGOLD S.A.	ANÓNIMA	QUITO
274	LA PLATA MINERALES S.A. PLAMIN	ANÓNIMA	QUITO
275	SERVICIOS MINERÍA Y PETRÓLEOS EXTRACT&SERVICES COMPAÑIA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
276	MINERA LOS LAURELES MLL S.A.	ANÓNIMA	QUITO
277	ECUMINING S.A.	ANÓNIMA	QUITO
278	TECHNODYNEGMBH CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
279	ROMPETROL UPSTREAM INTERNATIONAL LTD.	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
280	CARLOS PUIG & ASOCIADOS S.A. CIA. DE EXPLORACION DE MINERALES Y SERVICIOS MINEROS	ANÓNIMA	QUITO
281	GEA-EC SERVICIOS PETROLEROS CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
282	ALL METALS MINERIA S.A.	ANÓNIMA	QUITO
283	PETROTECHSA S.A.	ANÓNIMA	QUITO
284	OROSURMINING MINERA DEL SUR S.A.	ANÓNIMA	QUITO
285	PECS IECONSA S.A.	ANÓNIMA	QUITO
286	BIGLAND COMPAÑIA DE SERVICIOS PETROLEROS S.A.	ANÓNIMA	QUITO
287	NOVOMETECUADOR S.A.	ANÓNIMA	QUITO
288	LIPACE S.A.	ANÓNIMA	QUITO
289	BESTMINERS ECUADOR S.A.	ANÓNIMA	QUITO
290	ECOSYNC S.A.	ANÓNIMA	QUITO
291	CUYABENOPETRO S.A.	ANÓNIMA	QUITO
292	PETROKEM LOGGING SERVICES CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
293	SAND ENERGY EXPLORACION Y PRODUCCION SA SANDENERGYE&P S.A.	ANÓNIMA	QUITO
294	MINERIA ALVAREZ VALLEJO OXICCAV S.A.	ANÓNIMA	QUITO
295	GOLD & MINERALS CONSULTORES GEOMINGOLD CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
296	SEER INTERNATIONAL SERVICES CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
297	INTERNATIONAL ECUADOR CONSORINTERCONSOR S.A.	ANÓNIMA	QUITO
298	METROLOGIC S.A.	ANÓNIMA	QUITO
299	HORMICONCRETOS CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
300	DRILLING OVERSEAS INC.	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO

301	SUELOPETROL C.A. S.A.C.A.	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
302	PETREX S.A.	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
303	METÁLICOS MINERALES Y TRANSPORTE SUR MMETALSUR S.A.	ANÓNIMA	QUITO
304	AMCREFLEX CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
305	OPENSKY MINEROS S.A.	ANÓNIMA	QUITO
306	SKYLA PETROLEUM CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
307	GOLD&MOUNTAIN S.A.	ANÓNIMA	QUITO
308	ECCOLMETALS S.A	ANÓNIMA	QUITO
309	COMPANIA AGROINDUSTRIAL EL CORAZON S.A. AGROCORAZON	ANÓNIMA	QUITO
310	REDPETROSERVICES S.A.	ANÓNIMA	QUITO
311	NATURAL RESOURCES COMPANY NRESC S.A.	ANÓNIMA	QUITO
312	ECOPUMICE INDUSTRIES INTERNACIONAL CIA. LTDA	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
313	SHAYA ECUADOR S.A.	ANÓNIMA	QUITO
314	COMPañIA SUDAMERICANA DE FOSFOROS DEL ECUADOR FOSFOROCOMP S.A.	ANÓNIMA	QUITO
315	CJ-OIL & ASSOCIATES CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
316	REVTON S.A.	ANÓNIMA	QUITO
317	TRADEMINER S.A.	ANÓNIMA	QUITO
318	PECKSAMBIENTE S.A.	ANÓNIMA	QUITO
319	WUHAN SURVEYING-GEOTECHNICAL RESEARCH INSTITUTE CO., LTD. OF MCC	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
320	CLEANGOLDSOLUTIONS ECUADOR I S.A.	ANÓNIMA	QUITO
321	TIW DE VENEZUELA S.A.	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
322	CURIMINING S.A.	ANÓNIMA	QUITO
323	WELLTECSERVICES SERVICIOS PETROLEROS S.A.	ANÓNIMA	QUITO
324	JADEMINING S.A.	ANÓNIMA	QUITO
325	FASTDRILLING PERFORACION Y SERVICIOS S.A.	ANÓNIMA	QUITO
326	SIGOIL SIGMA OIL ECUADOR S.A.	ANÓNIMA	QUITO
327	SERVICIOS TECHNICOS PETROLEROS DEL ECUADOR N.V.	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
328	PETROLEOS SUMMA PET COMPANIA ANONIMA	ANÓNIMA	QUITO
329	INTEGRAL DE SERVICIOS TECNICOS S.A.	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
330	HALLIBURTON LATIN AMERICA S.R.L.	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
331	COMPañIA MINERA SALOMON ECUADOR COMISALE S.A.	ANÓNIMA	QUITO
332	GUAYACAN GOLD COMPANY GGC S.A.	ANÓNIMA	QUITO
333	TRIBOILGAS CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
334	FYI MINERIA ECOLOGYMINING S.A.	ANÓNIMA	QUITO
335	ENERGIA DESARROLLO Y PETROLEOS EDINPETROL S.A.	ANÓNIMA	QUITO
336	SHANDONG KERUI OILFIELD SERVICE ECUADOR S.A.	ANÓNIMA	QUITO
337	DISEÑOS Y PROYECTOS TECHNICOS DITEECS S.A.	ANÓNIMA	QUITO
338	MAGNORESOURCESECUADOR S.A.	ANÓNIMA	QUITO

339	CONSORCIO FRONTERA-GEOPARK BLOQUE PERICO	ASOCIACIÓN O CONSORCIO	QUITO
340	PARDALISERVICES S.A.	ANÓNIMA	QUITO
341	HYDROCLEAN SYSTEMS S.A.	ANÓNIMA	QUITO
342	CAMINCARGO CONTROL ECUADOR S.A.	ANÓNIMA	QUITO
343	SHANDONGGPI CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
344	PETROLEO Y GAS OIL GAS OILGAS S.A.	ANÓNIMA	QUITO
345	INDUCARBONES CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
346	BLACKPEARL MINING ECUADOR S.A.	ANÓNIMA	QUITO
347	GREEN ROCK RESOURCES GRR S.A.	ANÓNIMA	QUITO
348	HY-TECH DRILLING ECUADOR HTDEC S.A.	ANÓNIMA	QUITO
349	SERVICIOS PETROLEROS ROSALES CASTRO ROCAOIL S.A.	ANÓNIMA	QUITO
350	EMPRESA ESTATAL UNITARIA "UNION DE EMPRESAS PRODUCTORAS BELORUSNEFT"	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
351	AROILCOMPANY S.A.	ANÓNIMA	QUITO
352	MINERIA Y ROCAS ORNAMENTALES S.A. MINEROSA	ANÓNIMA	QUITO
353	SERVICIOS LA PERLA NEGRA LPN S.A.	ANÓNIMA	QUITO
354	MINERA MESALOMA S.A.	ANÓNIMA	QUITO
355	RECICLADORA & PROCESADORA DE MINERALES ITALMINS S.A.	ANÓNIMA	QUITO
356	GOLDEN-VEIN MINERA MINERA-GV C.A.	ANÓNIMA	QUITO
357	ASESORES & SERVICIOS PETROLEROS ASERVIPET-OG S. A.	ANÓNIMA	QUITO
358	SEOG OIL & GAS SOCIEDAD ANONIMA	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
359	CAVAVILLE ENERGY SERVICES ECUADOR CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
360	RIO DORADO DEL ECUADOR RIVERECDORADO S.A.	ANÓNIMA	QUITO
361	SERVICIOS PETROLEROS DE LOS ANDES SERPEAN CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
362	GENERALSERVICES S.A.	ANÓNIMA	QUITO
363	COMPAÑIA GENERAL DE INGENIERIA Y SONDEOS S.A.	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
364	TECNOLOGIA PROYECTOS E INGENIERIA OIL AND GAS TPROINOIL C.L.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
365	TRADING SILVERCLOUD CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
366	MINERALES ECUATORIANOS KAFRAMINING S.A.	ANÓNIMA	QUITO
367	MINERÍA TALIA S.A.	ANÓNIMA	QUITO
368	KUSCAN-MINERALS S.A.	ANÓNIMA	QUITO
369	INSTITUT NOWAK IDNQ CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
370	ASOCIACION PACIFPETROL SA ANDIPETROLEOS SEOG OIL & GAS SOCIEDAD ANONIMA	ASOCIACIÓN O CONSORCIO	QUITO
371	DRILLING DRILLSASERVICIOS S.A.	ANÓNIMA	QUITO
372	WWTSERVICIOS ECUADOR SOCIEDAD ANONIMA	ANÓNIMA	QUITO
373	SIERRA MINERA SIERRAMIN S.A.	ANÓNIMA	QUITO
374	ECUADOR MINING E-M S.A.	ANÓNIMA	QUITO
375	MINEXPLOT S.A.	ANÓNIMA	QUITO
376	GEOSTRAT S.A.	ANÓNIMA	QUITO
377	KURINUUA S.A.	ANÓNIMA	QUITO

378	COMPANIA ORPOGOIL S.A.	ANÓNIMA	QUITO
379	NOVATOTAL NUEVAS TECNOLOGIAS CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
380	INDUTECNICA INDUSTRIAS Y SERVICIOS CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
381	NOSTO S.A.	ANÓNIMA	QUITO
382	SOUTHERN ECUADOR SN-EC S.A.	ANÓNIMA	QUITO
383	PETROCONSULTANT S.A.	ANÓNIMA	QUITO
384	CENTRAL ECUADOR EC-CT S.A.	ANÓNIMA	QUITO
385	MYCMINERAL S.A.	ANÓNIMA	QUITO
386	ANDES PETROLEUM ECUADOR LTD.	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
387	ESTRELLA PETROLERA DEL ECUADOR PETROESTRELLA S.A.	ANÓNIMA	QUITO
388	IVANHOE ENERGY ECUADOR INC.	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
389	BAKER HUGHES SERVICES INTERNATIONAL LLC.	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
390	SAXON ENERGY SERVICES DEL ECUADOR S.A.	ANÓNIMA	QUITO
391	SERVICIOS INTEGRADOS NANNAN PETROLEO NANNANSERVICIOS S.A.	ANÓNIMA	QUITO
392	NOVAGESTION CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
393	MAJOR-DRILLING-GROUP INTERNATIONAL ECUADOR S.A.	ANÓNIMA	QUITO
394	LATEEGRA ECUADOR S.A.	ANÓNIMA	QUITO
395	COMPAÑIA MINERA ECUADOR NORMIECU S.A.	ANÓNIMA	QUITO
396	WELL OILFIELD SOLUTIONS WOLFFS S.A.	ANÓNIMA	QUITO
397	PETROCOMPANY S.A.	ANÓNIMA	QUITO
398	MGA ENGINEERS S.A.	ANÓNIMA	QUITO
399	ARKUSOV RUSIA & ECUADOR S.A.	ANÓNIMA	QUITO
400	DINAPETREO S.A.	ANÓNIMA	QUITO
401	HARBERT INTERNATIONAL ESTABLISHMENT S DE R.L.	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
402	MILSULBAN S.A.	ANÓNIMA	QUITO
403	PETROGUARD CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
404	GEOSERVICIOS AMBIENTE Y MINERÍA GEAMMIN S.A.	ANÓNIMA	QUITO
405	SOLIPET SA	ANÓNIMA	QUITO
406	FULLPACIFIC SOCIEDAD ANONIMA	ANÓNIMA	QUITO
407	SERVICIOS PETROLEROS Y ACCESORIOS ACCESOIL CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
408	DQT INTEGRACIÓN CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
409	SOCIEDAD LIMITADA "NUEVAS TECNOLOGÍAS"	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
410	MINERALES Y GEMAS DEL ECUADOR MINGEMDE CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
411	HAICHENG PETROLEUM MACHINERY MANUFACTURE COMPANY LIMITED	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
412	PETROAPTOS OIL ENGINEERING COMPANY C. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
413	PROSPECCION PROYECTOS Y MINAS S.A. PROMINAS	ANÓNIMA	QUITO
414	COLEPSA II, LLC	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO

415	CNLC ECUADOR CORPORACION S.A..	ANÓNIMA	QUITO
416	INSERBASOIL DEL ECUADOR SOCIEDAD ANONIMA	ANÓNIMA	QUITO
417	EXPLOMINECUADOR S.A.	ANÓNIMA	QUITO
418	EGIM EMPRESA DE GERENCIAMIENTO INTEGRAL MINERO C.A.	ANÓNIMA	QUITO
419	ECUADORTLC S.A	ANÓNIMA	QUITO
420	OILSUPPORT CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
421	COMERCIALIZADORA SOUTH MINERALS TRADE MINERTRADE CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
422	GEOMINECONSULT CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
423	WELL TECH SERVICES WTS CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
424	ECUAPET ECUATORIANA DE PETROLEOS CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
425	PROCESADORA ECOTRITURADO CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
426	KOIOSPEC PETROLEUM SERVICES C.A.	ANÓNIMA	QUITO
427	UDSS SPECIALIZED SERVICES ECUADOR S.A.	ANÓNIMA	QUITO
428	MINERIA GLOBAL ATHENA PAQUISHAMINE S.A.	ANÓNIMA	QUITO
429	GRANTMINING S.A.	ANÓNIMA	QUITO
430	UNIVERSAL PETROLEUM SERVICES S.A. UNIPETSA	ANÓNIMA	QUITO
431	RESERVAS MINERAS COBREORO S.A.	ANÓNIMA	QUITO
432	BERESHIT SOCIEDAD ANÓNIMA	ANÓNIMA	QUITO
433	CONSORCIO BLOQUE (28) VEINTE Y OCHO	ASOCIACIÓN O CONSORCIO	QUITO
434	KAMA OIL SERVICIOS PETROLEROS KAMA OIL S.A.	ANÓNIMA	QUITO
435	CAMPO PUMA ORIENTE S.A.	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
436	GENTE OIL ECUADOR PTE.LTD.	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
437	SPRINGMINING MINERIA S. A.	ANÓNIMA	QUITO
438	DRILLING AND WORKOVER SERVICES LTDA.	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
439	CONSORCIO SHUSHUFINDI S.A.	ANÓNIMA	QUITO
440	PDVSA ECUADOR S.A.	ANÓNIMA	QUITO
441	AMODAIMI-OIL COMPANY, S.L.	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
442	PDSG PROVISION DE SERVICIOS GENERALES CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
443	ECUMVENERGY S.A.	ANÓNIMA	QUITO
444	CORNERSTONE ECUADOR S.A.	ANÓNIMA	QUITO
445	3CMININGECUADOR S.A.	ANÓNIMA	QUITO
446	TRIPPOINT S.A.	ANÓNIMA	QUITO
447	GYRODATA NATIONAL SERVICES ECUADOR CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
448	CAMERONCONSULT S.A. CONSULTORIA, CONSTRUCCIONES E INGENIERIA S.A.	ANÓNIMA	QUITO
449	AREASURVEY DRILLING & RECORDING SERVICIOS PETROLEROS S.A.	ANÓNIMA	QUITO
450	JC SUPPLY-ECUADOR CIA.LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO

451	SERPESECU OIL COMPANY CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
452	RIVADENEIRA ZAMBRANO CONSTRUCTORA RIZACON S.A.	ANÓNIMA	QUITO
453	SK ENGINEERING & CONSTRUCTION CO, LTD.	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
454	EXPLOROILSA S.A.	ANÓNIMA	QUITO
455	VETASGRANDES MINING S.A.	ANÓNIMA	QUITO
456	EK-ENERGY INC	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
457	CARNEGIE RIDGE RESOURCES S.A.	ANÓNIMA	QUITO
458	EMPRESA MINERA DEL PACIFICO EMIPAC S.A.	ANÓNIMA	QUITO
459	ENAP SIPETROL S.A.	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
460	MINERA DEL VALLE MDV S.A.	ANÓNIMA	QUITO
461	AROTEKH C.A.	ANÓNIMA	QUITO
462	GOLDENHILLS S.A.	ANÓNIMA	QUITO
463	PETROBELL S.A.	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
464	ENTRIX, INC.	SUCURSAL EXTRANJERA	QUITO
465	EMPRESA MINERA NATURAL MINES NATUMINES S.A.	ANÓNIMA	QUITO
466	INDUSTRIA HIDROCARBURIFERA DEL ECUADOR INHIDREC S.A.	ANÓNIMA	QUITO
467	CERRO-QUEBRADO S.A.	ANÓNIMA	QUITO
468	EXPLORACIONES NOVOMINING S. A.	ANÓNIMA	QUITO
469	AMAZONAS MINING COMPANY S.A. AMAMINING	ANÓNIMA	QUITO
470	SEMIPROHG S.A.	ANÓNIMA	QUITO
471	COMPAÑIA MINERA LATIN GOLD SHINE LGSMINERA S.A.	ANÓNIMA	QUITO
472	CHINATECNOCORE EQUIPOS PETROLEROS CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
473	ECUADOR CRUISER TECHNOLOGY SERVICES EOILCRUISER S.A.	ANÓNIMA	QUITO
474	EXCELLENCE-LOGGING ECUADOR S.A.	ANÓNIMA	QUITO
475	UGASASERVICES ECUADOR S.A.	ANÓNIMA	QUITO
476	MINING AUGOLDEN S.A.	ANÓNIMA	QUITO
477	MINGA S.A.	ANÓNIMA	QUITO

Tomado de "Superintendencia de Compañías" 2020

(https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/portalInformacion/sector_societario.zul)

Apéndice B: Encuesta

ENCUESTA			
Empresa: _____	N° _____		
Nombre del encuestado: _____			
Cargo del encuestado: _____	Fecha: _____		
<p>Se ha elaborado la siguiente encuesta con la finalidad de recabar información para generar una apreciación respecto a la importancia de la Capacitación en su empresa. Recuerde que la información obtenida será manejada con la más plena confidencialidad.</p> <p>Instrucciones: Escoja una sola respuesta.</p>			
INFORMACIÓN GENERAL			
Actividad económica _____			
¿Cuántos empleados tiene en su empresa	De 1 - 9	<input type="checkbox"/>	De 10 - 49
	De 50 - 99	<input type="checkbox"/>	De 100 - 199
CUESTIONARIO:			
1) ¿Cree que un buen desempeño laboral es la fortaleza más relevante con la que cuenta una organización?			
Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>		
De acuerdo	<input type="checkbox"/>		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	<input type="checkbox"/>		
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>		
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>		
2) ¿Considera que el desempeño se relaciona con las habilidades y conocimientos que apoyan las acciones del trabajador y que pueden ser obtenidos por medio de la capacitación?			
Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>		
De acuerdo	<input type="checkbox"/>		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	<input type="checkbox"/>		
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>		
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>		
3) ¿Considera que la capacitación facilita el proceso en la adquisición de conocimientos para mejorar el desempeño del recurso humano de su empresa?			
Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>		
De acuerdo	<input type="checkbox"/>		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	<input type="checkbox"/>		
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>		
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>		
4) ¿Considera que el recurso humano de su empresa cuenta con las competencias necesarias para participar en una capacitación que mejoraría su desempeño?			
Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>		
De acuerdo	<input type="checkbox"/>		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	<input type="checkbox"/>		
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>		
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>		

5) ¿Con qué frecuencia capacita al recurso humano de su empresa?

Muy frecuentemente	<input type="checkbox"/>
Frecuentemente	<input type="checkbox"/>
Ocasionalmente	<input type="checkbox"/>
Casi nunca	<input type="checkbox"/>
Nunca	<input type="checkbox"/>

¿Qué empresa capacita a su recurso humano? _____

6) ¿Cree que las competencias laborales del personal que ingresa a su organización son adecuadas para el desempeño de las labores que se necesitan día a día?

Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
De acuerdo	<input type="checkbox"/>
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	<input type="checkbox"/>
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>

7) ¿Cree que es importante asignar un presupuesto para la capacitación del personal de la empresa?

Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
De acuerdo	<input type="checkbox"/>
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	<input type="checkbox"/>
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>

8) ¿Usted consideraría pagar por la capacitación de su recurso humano entre \$100 - \$200 por persona?

Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
De acuerdo	<input type="checkbox"/>
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	<input type="checkbox"/>
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>

9) ¿Contrataría los servicios de una empresa nueva e innovadora en el mercado, integrada con personal de alta trayectoria para la capacitación de su recurso humano?

Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
De acuerdo	<input type="checkbox"/>
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	<input type="checkbox"/>
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>

10) ¿Le gustaría recibir información de la nueva empresa de capacitación a través de varios medios digitales?

Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
De acuerdo	<input type="checkbox"/>
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	<input type="checkbox"/>
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>

Gracias por su colaboración