



**UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**PLAN DE NEGOCIO PARA DESARROLLAR LA OPERATIVIDAD  
DE LA COORDINACIÓN ACADEMICA DEL  
“CENTRO DE CAPACITACION PROFESIONAL DE LIMA”**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL PARA OPTAR EL  
TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**PRESENTADO POR**

Bach. OLIVARES HOYOS, RONALD OLIVARES  
<https://orcid.org/0000-0001-8050-680X>

**ASESOR**

Dr. CASTILLO ALACIOS, FREDDY WILLIAM  
<https://orcid.org/0000-0001-5815-6559>

**LIMA – PERÚ  
2022**

## **CAPITULO I**

### **I. PLANEAMIENTO ESTRATEGICO**

#### **1.1 Formulación de idea de negocio**

El Centro de Capacitación Profesional de Lima es una idea de negocio que surge de la necesidad del mercado de aquellas empleadas administrativas (mujeres de edad mediana en su mayoría) que laboran como Secretarías y Asistentes en las diferentes áreas administrativas dentro de las empresas estatales y requieren obtener el título profesional para mantener sus puestos. El cual cumple con los siguientes cuestionamientos: (anexo 1)

Este Centro nace con la idea de ser una entidad certificadora ligada al Ministerio CETPROS y con ello complementar sus competencias que le permitan convalidar

sus estudios y obtener su título profesional, sin embargo, lo que se formó rápidamente en esta empresa fueron las certificaciones por capacitación de cursos libres como Redacción, office, siaf, siga y otras capacitaciones a medida para las empresas estatales.

En este centro aún mantenemos el ideal de facilitar la certificación por competencia laboral a quienes ya laboran en el estado y necesitan mantener sus puestos, así como potenciar sus competencias, conocemos que existen trabajadores en el estado que dominan sus labores sin embargo no tienen certificación de esa competencia, en ellos se basa la idea de negocio, cubrir dicha necesidad.

## 1.2 Descripción de la empresa

El nombre de la empresa es CENTRO DE CAPACITACION PROFESIONAL DE LIMA que surge al ver esta necesidad originada por la ley SERVIR (Ley 30057) por tener un certificado que les ayude a calificar sus capacidades y aptitudes, así como brindar capacitaciones, seminarios y cursos libres a empresas y público en general.

¿cómo lo haremos? A través de un precio competitivo y total seguimiento en todo su proceso de capacitación hasta la obtención de su certificado de competencia laboral.

## 1.3 Perfil de la empresa

Nombre del negocio: CENTRO DE CAPACITACION PROFESIONAL DE  
LIMA

Dirección: Calle Lomas del Pilar 173 4to piso, Surco

Ruc: 20604553585

Slogan: *SAPENTIA ENIM SUCCESSU*

web: <http://ccpdelima.edu.pe/>

Logo:



#### **1.4 Misión**

Dedicados en brindar servicios de capacitación en diferentes temas administrativos dentro del territorio nacional ofreciendo capacitación garantizada con profesionales de experiencia en diferentes áreas que permitirán potenciar los conocimientos de los participantes en las actividades económicas en la que se desempeñen.

#### **1.5 Visión**

Ser en un plazo de 5 años el Centro de Capacitación líder y reconocida a nivel nacional, por la excelencia y calidad en el trabajo realizado dentro de los sectores público y privado

#### **Áreas en las que se va a capacitar.**

- Administración
- Recursos Humanos
- Labores Secretariales
- Marketing y Ventas
- Servicio al Cliente
- Informática
- Finanzas y Contabilidad
- Derechos Ciudadanos
- Habilidades Blandas
- Y las áreas que se implementen en función al requerimiento del mercado laboral.

## 1.6 Valores

- Trabajo en Equipo: la tolerancia, el respeto, la admiración, la consideración y la solidaridad son parte del camino en la obtención de los objetivos
- Involucración con el cliente: Seguimiento desde la orientación con el cliente hasta la recepción de su certificado

***“El cliente como eje del negocio”***

- competitividad: Tener la meta clara que sólo te puedes conformar estando en la cima,

***“solo se puede ser el mejor si se exige lo mejor”***

- Pasión: Mantener la emocionalidad al tope y transmitirla

***“Pasión por obtención de resultados”***

- Calidad: los Servicios deben cumplir con los parámetros establecidos y prometidos ***“Sólo puede ser cercanos a la perfección”***

## 1.7 El producto / Servicios

- Seminarios y Conferencias
- Cursos Libres y especializados orientados en la gestión pública
- Cursos de Actualización con Certificación en convenio con Institutos
- Diplomados en convenio con Certificación Universitaria
- Certificación de competencias laborales y
- Cursos a medida para empresas.

## 1.8 Matriz FODA

Tabla 1 Matriz Foda

Tabla 01 Matriz F.O.D.A.

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
F1 Oferta formativa variada	D1 Dependencia de instituciones del estado y otras entidades educativas para las certificaciones
F2 Buena dotación de recursos informáticos	D2 Algunos docentes practican estrategias tradicionales
F3 Calidad del capital humano (amplia experiencia y calificación)	D3 Celo profesional de algunos capacitadores
F4 Docentes Certificados	
F5 Capacitaciones, talleres impartidos por el MINEDU, MINTRA y otras instituciones	
F6 Capacidad Virtual para dictado de cursos a distancia	
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
O1 Cambios tecnológicos en la educación	A1 Cambios en las políticas de estado
O2 Participación en instituciones para proyectos educativos	A2 Inseguridad ciudadana para capacitaciones presenciales
O3 Oferta de programas y proyectos para formación de docentes y convertirse en certificadores impulsadas por el MINTRA y MINEDU	A3 Deserción de estudiantes por la aparición de nuevas instituciones competidoras
O4 Presupuestos en Instituciones del estado para capacitación de su personal	
O5 Convenios con Municipalidades	

NOTA: Elaboración propia

### 1.8.1 Estrategias

#### a. ESTRATEGIA FO:

**(F1O1)** Adecuar e innovar nuestra oferta formativa a los nuevos cambios tecnológicos en educación a distancia. La pandemia logro que muchas personas dejen de resistirse al uso de las herramientas computacionales, además de la amplia difusión en el teletrabajo hace exigible la difusión educativa por estos medios.

**(F1O3)** Siendo que buscamos diversificar nuestra oferta formativa, es necesario promover entre nuestros docentes la constante capacitación y certificación.

**(F1F3O4)** Presentar y difundir nuestras ofertas educativas entre las instituciones del estado además de preparar capacitaciones a medida.

**(F1F6O5)** Promover nuestros servicios de capacitación en las municipalidades para su personal administrativo, así como para sus contribuyentes.

#### b. ESTRATEGIA FA

**(F4F5A1)** Mantener una búsqueda de certificaciones actualizadas para nuestros docentes nos permite estar preparados para reducir los impactos que puedan venir por parte del cambio de políticas educativas del estado, mantener además una estructura curricular que cumplan con las exigencias de las instituciones con quienes mantenemos convenios.

**(F2A2)** ahora con el retorno de las obligaciones laborales presenciales surge la amenaza creciente y constante de inseguridad ciudadana para el alumnado que tiene que desplazarse en horas punta desde sus centros de trabajo al lugar de estudios y luego hasta sus domicilios que representan tiempo y costos, se necesita reforzar nuestra buena dotación de recursos informáticos para la educación virtual en vivo, brindando así la “portabilidad” y tranquilidad y comodidad de estudiar desde donde se encuentren

c. ESTRATEGIA DO

**(D1O2)** Incrementar la continua participación en instituciones del estado para sus proyectos educativos como la de los ofrecimientos municipales a sus contribuyentes y las de capacitaciones a medida en instituciones privadas y estatales permitirá que CCP de Lima gane escaladamente reconocimiento por si sola e incrementar su demanda para los cursos libres; un mayor abanico de instituciones permitiendo reducir la exclusiva dependencia de instituciones certificadoras de apoyo.

**(D2O3)** Promover entre los docentes la capacitación constante, exigir una capacitación o actualización anual como mínimo

d. ESTRATEGIA DA

**(D1A1)** Promover e incrementar la demanda para los cursos y capacitaciones propias a través de convenios directos con las entidades públicas con el fin de ganar posicionamiento en el mercado entre las instituciones del estado y privadas. una gran cantidad de egresados trabajando sea nuestro mejor respaldo.

**(D2D3A3)** Realizar un seguimiento en cada paso de las capacitaciones y sesiones por escalas de logros a los estudiantes, así como elaborar un sistema de bonificaciones por puntajes para los capacitadores más destacados.

## 1.9 Objetivos estratégicos generales

- Lograr Frecuencia en los servicios de capacitación en instituciones del estado como municipalidades para que estas ofrezcan los mencionados servicios entre sus contribuyentes
- Incrementar que la mayoría de nuestros docentes fidelizados alcancen ser

certificadores en las áreas administrativas ligadas a su campo profesional.

- incrementar mensualmente la cantidad de estudiantes para los diferentes cursos libres que dictamos.
- Incrementar los convenios educativos con universidades de prestigio.

#### **1.9.1 Objetivos de Marketing:**

- Ampliar el interés por el servicio de certificación de competencias laborales
- Llegar a nuevos clientes que requieran certificarse por las labores que dominan
- Dar a conocer como una marca diferenciada, ser esa alternativa que el cliente necesita.

#### **1.9.2 Objetivos de Aspecto Técnico:**

- Incrementar y sostener las pautas de posicionamiento de la marca en los canales online además de las habituales de campañas
- Adquirir un local propio con ambientes adecuados para uso dedicado a las capacitaciones y sala de conferencias

#### **1.9.3 Objetivos Financieros:**

- Diversificar los servicios académicos que permitan incrementar las fuentes de ingresos
- Aumentar el valor de las acciones de la empresa

## 1.10 Modelo Canvas

Tabla 2 modelo CANVAS

### MODELO CANVAS

### CENTRO DE CAPACITACION PROFESIONAL DE LIMA

Código: **2006136567**

Diseñado Por: **Ronald Olivares**

Fecha: **15/05/2022**

Versión: **1.0.0**

#### SOCIOS CLAVE

- \* Ministerio de Trabajo Área de Certificación de Competencias Laborales
- \* Municipalidades y Gobiernos Regionales
- \* Capacitadores
- \* Universidades e Institutos de formación Profesional

#### ACTIVIDADES CLAVE

- \* Intermediario entre la certificación y el Trabajador
- \* Brindar las herramientas necesarias para incrementar su aptitud laboral a través de Diplomados, cursos y capacitaciones

#### RECURSOS CLAVE

- \* Docentes Certificados
- \* Plataforma Virtual
- \* Certificación del MINTRA

#### PROPUESTA DE VALOR

- \* Brindar todas las facilidades para el logro de la certificación laboral
- \* Brindar capacitaciones a medida y de acuerdo a requerimientos

#### RELACION CON CLIENTES

- \* Alto involucramiento
- \* Facilidad en los canales de pago

#### CANALES

Plataforma virtual  
Sesiones Semipresenciales  
y Evaluación Presencial

#### SEGMENTO DE CLIENTES

- \* Público que cuenta con habilidades laborales no certificadas
- \* Profesionales de mando medio
- \* Instituciones del Estado
- \* Estudiantes de pregrado

#### ESTRUCTURA DE COSTOS

Publicidad en redes sociales  
Sueldos y honorarios  
Capacitación de docentes  
soporte de Infraestructura virtual  
Convenios  
Oficina  
Mantenimiento

#### FLUJO DE INGRESOS

Mensualidades a pagar vía transferencia interbancarias o tarjetas de créditos  
y abono por la evaluación para los casos de la certificación laboral

NOTA: Elaboración Propia

## **CAPITULO II**

### **II. DIAGNÓSTICO DEL PLAN DE NEGOCIO**

#### **2.1 Análisis del micro entorno**

##### **2.1.1 F1 Poder de Negociación de los Clientes**

###### **F1.1 Por concentración**

El poder de los compradores aumenta cuando se compra una cuota importante del producto o servicio, en nuestro caso los servicios educativos, los compradores solo tendrían poder sobre los precios y tipo de servicios del centro de capacitación cuando la adquisición por los servicios son mayores a 50 participantes, es decir, a no ser que una institución decida capacitar a una cantidad considerable de sus colaboradores, a cada uno se le dará el mismo servicio, por otro lado, no hay concentración de clientes

###### **F.1.2 Por Estandarización**

Si bien el servicio que se ofrece debe cumplir una malla curricular exigible, la diferenciación se realiza por la calidez del servicio y la asistencia directa que brindamos a través de los medios de comunicación instantánea y flexibilidad.

### F.1.3 Por costes de Cambio

Los costes de cambios en el servicio suelen ser altos ligados a lo monetario y tiempo, pues los cursos son contratos de educación por el modulo/certificado que se pueden fraccionar en mensualidades para dar facilidades de pago, pero si el participante se ausenta sin tramitar alguna licencia, pierde lo aportado.

### F.1.4 Nivel de Información del cliente

La información de los participantes es a través de los medios digitales y la plataforma e-learning, el conocimiento respecto al servicio educativo que ofrecemos frente a los que puedan ser ofrecidos por otras instituciones educativas no son tan grandes pues los nichos de certificadoras aún son muy pocas en nuestro medio.

### F.1.5 Sensibilidad ante las variaciones de precios de los clientes

Contamos con dos tipos de clientes, quienes vienen por capacitación dirigida o a medida del requerimiento sus empresas son los que ya tienen todas sus sesiones cubiertas incluido sus materiales de estudio y los otros son quienes llevan cursos libres y buscan certificar sus capacidades laborales para quienes las variaciones de precios en los servicios si les es importante. Nuestro compromiso es que los precios pactados a la hora de matrícula se mantienen durante todo su tiempo de estudios.

## **2.1.2 F2 Poder de Negociación de los Proveedores**

### **F.2.1 Concentración de proveedores**

Los poderes de los proveedores son escasos ya que sus productos son de índole de servicio virtual, entre los más importantes tenemos:

#### **Plataformas Virtuales de teleconferencia:**

Skype	capacidad de participantes 50
Zoom	capacidad de participantes 100
Microsoft Team	capacidad de participantes 100
Google Meet	capacidad de participantes 100
Jitsi Meet	capacidad de participantes 100

De las cuales se selecciona el Google Meet por ser la que esta preinstalada en cada google y atachada al Gmail y el E-Learning con la plataforma SIGEDU.

## **2.1.3 F.3 Amenaza de Servicios Sustitutos**

En la actualidad no hay los servicios sustitutos para obtener una certificación en un plazo tan corto y que tenga el respaldo de una entidad ministerial, tal como lo podemos ver en la RESOLUCIÓN DIRECTORAL GENERAL N° 0083-2021-MTPE/3/19, (ver anexo 01), los más cercanos son los ofrecidos por los CETPROS con un numero alto de horas académicas y las de cursos de otras instituciones a nivel de certificación académica no ministerial.

#### **2.1.4 F4 Rivalidad de Competencia existente**

Según el portal (EDUCAEDU, 2022) en la actualidad existen: 112 centros de capacitación en Lima y 94 centros de capacitación en resto del país de los cuales y según el informe de centros de certificación de competencias laborales del ministerio de Trabajo a mayo 2022 solo existen 73 centros de certificación aprobados que en su mayoría se enfocan en certificar labores técnicas en el manejo de maquinaria tal como lo podemos ver en el portal del (MTPE, 2022) *Dirección General de Normalización, Formación para el Empleo y Certificación de Competencias Laborales - Dirección de Normalización y Certificación de Competencias Laborales.*

#### **2.1.5 F5 Amenaza de entrada de nuevos competidores**

Siempre es constante que todo nuevo producto o servicio con grado de éxito es replicado por nuevos participantes en el mercado, más aún cuando las gestiones realizadas para el ministerio de trabajo son de acceso público a través de la ley de transparencia. En nuestro caso ser un centro de certificación para las competencias laborales en el giro de tareas administrativas en el estado, esta debe aprovechar como estrategia de marketing ser la primera institución y posicionarse rápidamente en el mercado. Siendo necesario analizar a nuestro nuevo nicho de mercado.

## 2.1.6 Mercado

### **Analizando a nuestros Clientes:**

Si bien el portal de la Autoridad Nacional del Servicio Civil y el INEI aún no culminan de actualizar sus datos post-pandemia, rescataremos los siguientes publicados referente a la participación de personas en los Gobiernos Locales (GL) según modalidad de contratación en tiempos pre-pandemia (ver anexo 03)

“Locación de servicios:

el **31%** de las personas de las cuales el 67% son hombres y 33% Mujeres

CAS

el **30%** de las personas de las cuales el 60% son hombres y 40% Mujeres

Por Proyectos de Inversión

el **1%** de las personas de las cuales el 56% son hombres y 44% Mujeres

DL 728

el 10% de las personas de las cuales el 84% son hombres y 16% Mujeres

DL 276

el 28% de las personas de las cuales el 64% son hombres y 36% Mujeres”

Los datos son obtenidos de: (SERVIR A. N., 2017) - Estudio de Gobiernos Locales 2016 p.14 y cómo podemos ver a simple vista el 62% de personas que trabajan en los gobiernos locales no cuentan con un trabajo “estable” que salvaguarde todos sus derechos y por tal es vital para ellos mantenerse actualizados y a la vanguardia de toda nueva técnica que potencie sus trabajos.

Ahora analicemos a las personas por la naturaleza del órgano en la que trabajan según su formación académica

**“Sin Estudios:**

Línea	Hombres 3.80%	Mujeres 4.90%
Administración Interna:	Hombres 1.30%	Mujeres 0.40%
Otros	Hombres 0.40%	Mujeres 1.70%

**Básica**

Línea	Hombres 54.00%	Mujeres 41.60%
Administración Interna:	Hombres 28.60%	Mujeres 23.40%
Otros	Hombres 44.00%	Mujeres 32.60%

**Superior**

Línea	Hombres 42.20%	Mujeres 53.60%
Administración Interna:	Hombres 70.10%	Mujeres 76.20%
Otros	Hombres 55.60%	Mujeres 65.70%”

Como podemos apreciar en los datos obtenidos de (SERVIR - Estudio de Gobiernos Locales 2016 p.28) la participación en los gobiernos locales según su formación académica contiene un alto interesante porcentaje en **educación básica**, también podemos ver que en el caso de los hombres en los Órganos de línea supera a los de estudios superiores por un 11.80%; siendo las menos favorecidas las mujeres, sin embargo, el mismo cuadro nos revela que las mujeres

con certificación académica superior ocupan más puestos laborales que su contraparte hombres.

Analicemos ahora durante el periodo PANDEMIA en especial al grupo mujeres, siendo que nuestro interés empresarial es la Capacitación y Certificación

Referente a las repercusiones económicas del COVID-19 en las trabajadoras urbanas del Perú en 2019, el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) exploró los factores que evidencian la desigual participación de la mujer en la economía peruana. Para empezar, la brecha salarial... las mujeres ganaban en promedio 31.8% menos que sus pares hombres, con una diferencia que equivale a casi el 70% del salario mínimo de ese año. Adicionalmente, 7 de cada 10 mujeres trabajaba en el sector informal y solo 34.7% de las trabajadoras tenía acceso al sistema de pensiones, es decir, casi 15 puntos porcentuales menos que los varones en el sector urbano.

Esta participación desigual se ha visto magnificada en los últimos meses (2020). Tan solo en Lima Metropolitana, la población de mujeres económicamente activa ha disminuido 52.3% en el segundo trimestre del año, 4.6 puntos porcentuales más que la población económicamente activa de hombres.

Esto se debe, en primer lugar, a la segregación ocupacional. Los sectores productivos más expuestos a riesgos de pérdida de empleo tenían una presencia

mayoritaria de mujeres (55.9%). dos de ellos, **servicios y comercio**, concentraban a 4 de cada 5 trabajadoras urbanas, y han tenido una disminución de la población ocupada de 56.6% y 54.5% respectivamente. Adicionalmente, se estima que estos dos sectores sufrirán impactos serios a mediano plazo.

Asimismo, las mujeres se ubican principalmente en trabajos que, debido a sus características, han sido más afectados por los efectos de la pandemia. De acuerdo con la Organización Internacional del Trabajo, el segmento informal, que concentra a casi el 70% de las trabajadoras del sector urbano, ha sido especialmente vulnerable al impacto negativo del COVID-19. Estas trabajadoras carecían de las protecciones básicas que los empleos formales suelen ofrecer, entre ellas, licencia de enfermedad con goce de sueldo, cobertura de la seguridad social, protecciones contra el despido, y acceso al servicio de salud. Por ejemplo, el 92% de las trabajadoras del hogar trabajaba en la informalidad, y 70% de ellas han sido despedidas en los últimos meses. Adicionalmente, la gran mayoría trabaja en empleos de tiempo parcial, autoempleo, empleos a plazo fijo de menor duración y empleos en firmas de menos de 5 trabajadores (es decir, con menor productividad), los cuales son más vulnerables a los efectos de las recesiones económicas.” Obtenido de ([idehpucp.pucp.edu.pe/revista-memoria](http://idehpucp.pucp.edu.pe/revista-memoria) Edición N° 32 14/10/2020 ARTÍCULO)

Como podemos ver en el artículo, una de las razones por la que un gran porcentaje de mujeres perdieron sus empleos durante la pandemia es debido a que registran una mayor presencia en los rubros de servicios y comercio. La atención

al público es un área muy vulnerable y rotatoria, además de bajo sueldo incluso en el sector privado justificándose con la existencia de comisiones por ventas que no se colocan en planillas, haciéndolas vulnerables. Este tipo de empleos no requieren una amplia carrera profesional como para ser personal de recepción, mesa de partes o gestionar los tramites documentarios incluso para archivos de paso.

Es por ello girar a este nicho de mercado vulnerable para brindarles las herramientas calificativas aptitudinales necesarias que le permitan competir por sus puestos laborales.

De acuerdo al anuario del Ministerio de Trabajo 2020 en el cuadro 225 del MTPE - ogetic - oficina de estadística “Las personas capacitadas sobre la normativa laboral vigente por la dirección de promoción de la formalización laboral y capacitación en la normativa laboral, según sexo 2020, quienes tuvieron mayor disposición de capacitación fueron las mujeres con 7,157 participantes y 4,186 hombres y que de estas capacitaciones fueron 833 presencial y 10,510 virtual”

También es importante destacar el cambio obligatorio que tuvieron para capacitarse en tiempos de crisis como la pandemia a la que hoy se suma la inseguridad ciudadana, la capacitación virtual ofrece esa portabilidad como solución.

## 2.2 Análisis del macro entorno

### 2.2.1 Demografía

De acuerdo a la estadística presentada por el Ministerio de Trabajo al cierre del 2020 solo en los beneficiarios del programa “IMPULSA PERÚ”, en plena pandemia se lograron capacitar a 2096 participantes, de las cuales:

Sexo:

- 905 fueron hombres 43.18% y
- 1191 mujeres 56.82%,

grupo etáreo

- de 18 a 29 años 577 participantes, 27.53%
- de 30 a 59 años 1467 participantes 69.99%
- mayores a 60 años 52 participantes 0.03%

Línea de Acción

- Capacitación para la Inserción laboral 285 participantes 13.60%
- Certificación de Competencias Laborales 1686 participantes 80.44%
- Capacitación para el autoempleo 125 participantes 13.60%

De las cuales tomaremos el ítem 02 de la Línea de Acción, y analizaremos su área ocupacional:

- 655 actividades agropecuarias y forestales
- 399 comercio y servicios prestados a empresas
- 254 industria alimentaria, bebidas y tabaco.
- 137 comercio minorista (retail)
- 83 industria textil, confección y del cuero

- 50 industria metal mecánica
- 41 agricultura, ganadería, silvicultura y pesca
- 38 construcción
- 29 actividades de alojamiento y servicios de comidas

Los datos arriba obtenidos son extraídos de la publicación del MINISTERIO DE TRABAJO Y PROMOCIÓN DEL EMPLEO - MTPE PROGRAMA "IMPULSA PERÚ" (MTPE M. D., 2020) y Como podemos ver la Certificación de Competencias Laborales para labores de comercio y servicios prestados a empresas ocupan el segundo lugar, siendo en Lima su mayor demanda. Uno de los principales factores que afectaron al programa fue su falta de promoción, las pocas empresas de certificación existentes y la poca capacidad que estas empresas destinan para estos servicios

### **2.2.2 Economía**

El Centro de capacitación se encuentra ubicada en el surco, ciudad y provincia de Lima, donde las principales actividades económicas están ligadas al comercio y servicios prestados a empresas, en las que “la participación de las mujeres jefas de hogar continúa siendo mayor en el sector público que en el sector privado formal: 24% versus 19%, respectivamente. Asimismo, en el periodo 2004 – 2018, dicha participación se incrementó en más de 8 puntos porcentuales en el servicio civil y solo en 7 puntos porcentuales en la actividad privada.” logrando que cada vez más sea la mujer quienes se capacitan con recursos propios.

*NOTA:* (SERVIR S. C., 2020)

### **2.2.3 Tecnología**

El centro de capacitación cuenta con un buen soporte de internet y plataforma para la educación a distancia, cuenta con herramientas de software que se proporcionan a sus alumnos gracias al incremento de alternativas y reducción de los costos de estas herramientas durante la pandemia.

#### **2.2.4 Entorno político y legal**

El centro de capacitación Profesional busca cubrir las exigencias de la ley servir creada con el Decreto Legislativo N° 1023, Ley del Servicio Civil N° 30057, Reglamento General de la ley del servicio Civil D.S. N° 040-2014-PCM, Reglamento del Régimen Especial para Gobiernos Locales D.S. 041-2014- PCM, Reglamento de Compensaciones de la Ley del servicio Civil D.S N° 138-2014-EF, Lineamiento técnico para obtener la Autorización de Evaluadores de Competencias Laborales y Autorización de Centros de Certificación de Competencias Laborales, en el marco del Decreto Supremo N° 016- 2021-TR

## **CAPITULO III**

### **III. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1. Oferta**

Los Principales competidores del centro de capacitación y certificación son otros centros de capacitación como FIDE, CCL, CENFOTUR, es decir competidores que ofrecen servicios similares a los nuestros.

##### **3.1.1. Objetivos de la oferta**

- Analizar a los competidores a los cuales vamos a enfrentarnos dentro del mercado
- Diseñar estrategias de comercialización
- Identificar fortalezas y debilidades de la competencia
- Determinar y analizar con que atributos cuentan los servicios que ofrecen la competencia
- Evaluar nuestros servicios con el de la competencia, para mejorar las ventajas competitivas.
- la información extraída que se mostraran a continuación han sido obtenidas de sus páginas web y redes sociales

**20465826160 - FORMACION INTEGRAL Y DESARROLLO**

**EMPRESARIAL S.A.C. - FIDE**

Gerente General: Olcese del Pozo Angelo Alessandro

Dirección: AV. AREQUIPA NRO. 2383 LIMA - LIMA - LINCE

Inicio de Actividades:01/08/2000

Es una organización privada con presencia a nivel nacional e internacional (Mexico y Venezuela), dedicada a brindar servicios de capacitación y especialización a diferentes profesionales, técnicos y administrativos vinculados con el ámbito público y privado. en la actualidad a encontrado nicho de mercado en el dictado de cursos libres y diplomados al público en general.

fide.edu.pe/wp-content/uploads/2021/08/catalogo-inhouse.pdf

go-inhouse.pdf 11 / 20 100%

<b>CURSOS ESPECIALIZADOS</b>	<b>DURACIÓN</b> 4 semanas	<b>CERTIFICACIÓN</b> Por 100 horas
● <i>Administración Integral de Ventas</i>	● <i>Gerencia Estratégica de Ventas</i>	
● <i>Administración Moderna y Estratégica</i>	● <i>Gestión del Cambio Estratégico</i>	
● <i>Análisis del Comportamiento del Consumidor</i>	● <i>Gestión del Talento Humano</i>	
● <i>Calidad de Atención al Cliente</i>	● <i>Gestión Humana en el Área de Ventas</i>	
● <i>Clima Laboral, Capacitación y Desarrollo</i>	● <i>Globalización y Sistemas de Gestión de la Calidad ISO 9000</i>	
● <i>Clima Organizacional, Motivación y Engagement</i>	● <i>Habilidades de Comunicación, Negociación y Trabajo en Equipo</i>	
● <i>Coaching Gerencial</i>	● <i>Inteligencia Comercial y Coaching en las Ventas</i>	
● <i>Comunicación Efectiva y Relaciones Interpersonales</i>	● <i>Inteligencia Emocional y Coaching en la Empresa</i>	
● <i>Comunicación Organizacional</i>	● <i>La Gestión de Stakeholders</i>	
● <i>Comunicación y Liderazgo en Ventas</i>	● <i>Legislación Laboral</i>	
● <i>Contabilidad Gerencial</i>	● <i>Liderazgo Efectivo en las Organizaciones</i>	
● <i>Contabilidad para MYPES</i>	● <i>Liderazgo Empresarial</i>	
● <i>Contabilidad para no Contadores</i>	● <i>Marketing y Ventas</i>	
● <i>Creatividad e Innovación en la Organización</i>	● <i>Mejoramiento Continuo y Herramientas de Calidad</i>	
● <i>Dirección de Personas: Plan de Desarrollo de Liderazgo</i>	● <i>Modelos de Acción Comercial</i>	
● <i>Estudio de las Características de los Usuarios</i>	● <i>Negociación, Toma de Decisiones y Manejo de Conflictos</i>	
● <i>Ética y Valores Organizacionales</i>	● <i>Ortografía y Redacción Profesional</i>	
● <i>Etiqueta, Protocolo e Imagen Personal y Profesional</i>	● <i>Plan de Marketing</i>	
● <i>Evaluación y Mejora del Desempeño</i>	● <i>Plan de Negocios</i>	
● <i>Filosofía y Gestión de la Calidad</i>	● <i>Plan Gerencial de Negocios</i>	
● <i>Proceso de Ventas</i>	● <i>Técnicas de Comunicación Efectiva y Relaciones Interpersonales</i>	
● <i>Psicología y Gestión del Comportamiento</i>	● <i>Técnicas de Gestión de Archivos</i>	
● <i>Reclutamiento y Selección - Diseño de Puestos</i>	● <i>Técnicas y Herramientas de Negociación</i>	
● <i>Sistema de Compensaciones</i>	● <i>Telemarketing y Servicios de Atención al Cliente</i>	

Activar Windows  
Ve a Configuración para

NOTA: ( <https://www.fide.edu.pe/catalogo>)

IMAGEN \_\_\_\_ Servicios FIDE

<b>DIPLOMADOS / ESPECIALIZACIONES</b>	<b>EN COLABORACIÓN CON CEUPE *</b>	<b>DURACIÓN EN MESES</b>	<b>HORAS</b>	<b>CRÉDITOS</b>	<b>VER MÁS</b>
Administración y Técnicas de Gestión Secretarial		6	600	24	
Asistente de Gerencia		6	600	24	
Calidad de Servicio y Atención al Cliente		6	600	24	
Dirección de Empresas	✓	6	600	24	
Dirección de Personal	✓	6	600	24	
Dirección de Proyectos y Negociación Internacional	✓	4	400	16	
Dirección Estratégica de Equipos de Trabajo	✓	3	300	12	
Dirección y Gestión de Micro y Pequeñas Empresas		6	600	24	
Dirección y Gestión de Proyectos Empresariales	✓	3	300	12	
Formulación y Elaboración de Proyectos de Inversión		6	600	24	
Gestión del Cambio e Innovación Estratégica Organizacional		6	600	24	
Gestión de la Calidad y Atención al Cliente		6	600	24	
Gestión de Negocios		6	600	24	
Habilidades Gerenciales		6	600	24	
Innovación de Recursos Humanos	✓	3	300	12	
Liderazgo y Dirección de Personas		6	600	24	
Operaciones y Negociaciones Internacionales	✓	3	300	12	
Recursos Humanos		6	600	24	
Stakeholders y la Responsabilidad Social		6	600	24	

NOTA: ( <https://www.fide.edu.pe/catalogo>)

## 20101266819 - CAMARA DE COMERCIO DE LIMA - CCL

Representantes:

Anders Moores peter bernhard Presidente desde 22/01/2021

Rosas Bernedo jose eduardo Gerente General desde 31/08/2005

Zavala Lozano victor emilio Gerente desde 01/06/1998

Dirección: Av. Giuseppe garibaldi nro. 396 (382,386,398,av sn. Felipe

628-630 y 640) lima - lima - jesus maria

Inicio de actividades: 01/01/1988

El Centro de Capacitación Empresarial es el área de la Cámara de Comercio de Lima (CCL) responsable del desarrollo y elaboración de los programas académicos de gestión empresarial que permiten preparar y capacitar a los profesionales que se enfrentan hoy en día a un mundo competitivo. en la actualidad ha logrado constituirse como instituto.

*Ilustración 4 Servicios de la competencia CCL*

IMAGEN: \_\_ Programas de especialización CCL

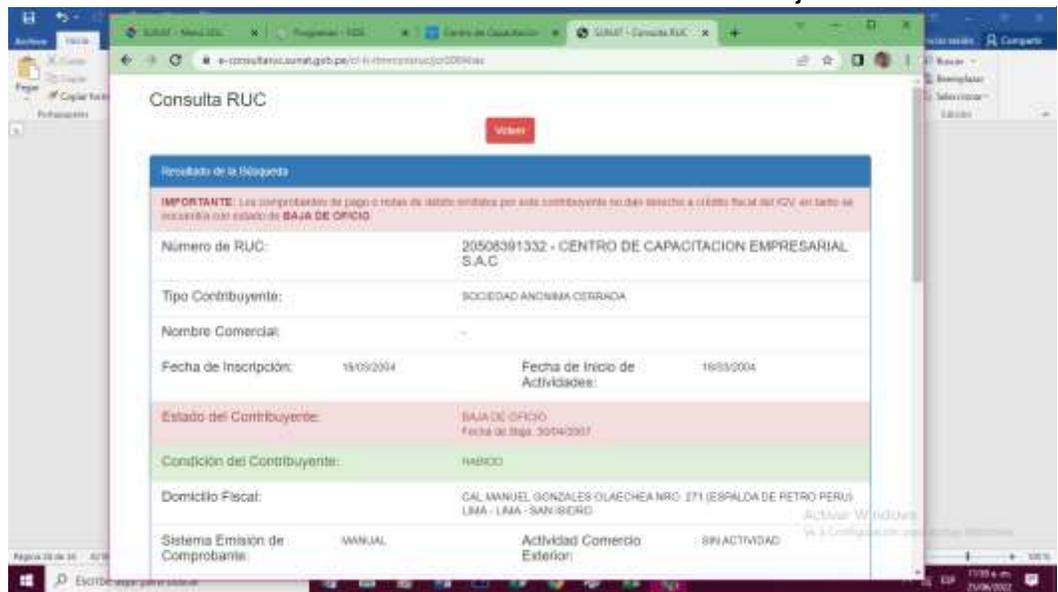




Nota: ( <https://www.capacitacionccl.edu.pe>)

Ilustración 6 Servicio de la Competencia CCL3

Observación: Diferenciar de su Homónima dada de baja de oficio



NOTA: ( SUNAT <https://e-consultaruc.sunat.gob.pe> )

## 20603415877 - TRABAJADORES-CENFOTUR

Representante: Lopez Sime Marlitt      Presidente    desde 15/06/2018

Dirección:    Jr. Pedro martino nro. 320 urb. Confraternidad lima - lima barranco

Inicio de actividades: 24/07/2018

CENFOTUR es el Centro de Formación en Turismo – organismo público ejecutor adscrito al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR. Tiene más de 44 años de liderazgo académico, responsable de la formación técnica, capacitación y perfeccionamiento del capital humano vinculado al turismo. En la actualidad este centro a aperturado

*Ilustración 7* Serv agresivamente su centro de certificación en tareas ligadas a su sector.



NOTA: Cenfotur - <https://www.cenfotur.edu.pe/cursos> )

IMAGEN: \_\_ Certificación CENFOTUR

	REQUERIMIENTOS, CAPACIDADES Y LA NORMATIVA CORRESPONDIENTE	ESPECIALIZADAS DE GUIADO		MITE/3/19		DE TRABAJO
CENTRO DE FORMACIÓN EN TURISMO- CENFOTUR	CONducir al visitante dando asistencia y orientación, durante el desarrollo de caminatas, teniendo en cuenta sus requerimientos, capacidades y la normativa vigente correspondiente.	ORIENTACIÓN TURÍSTICA EN ACTIVIDADES ESPECIALIZADAS DE GUIADO	202100012	AUTO DIRECTORAL N° 147-2021-MTPE/3/19	INDETERMINADA	SITUACION REAL Y SITUACION SIMULADA DE TRABAJO
CENTRO DE FORMACIÓN EN TURISMO- CENFOTUR	CONducir al visitante dando asistencia y orientación en la identificación y descripción de aves, bajo los principios del ecoturismo, teniendo en cuenta los requerimientos, capacidades y la normativa correspondiente.	ORIENTACIÓN TURÍSTICA EN ACTIVIDADES ESPECIALIZADAS DE GUIADO	202100012	AUTO DIRECTORAL N° 147-2021-MTPE/3/19	INDETERMINADA	SITUACION REAL Y SITUACION SIMULADA DE TRABAJO
CENTRO DE FORMACIÓN EN TURISMO- CENFOTUR	CONducir al visitante dando asistencia y orientación en el ascenso, descenso y permanencia en alta montaña, utilizando los equipos necesarios teniendo en cuenta sus requerimientos, capacidades y la normativa correspondiente.	ORIENTACIÓN TURÍSTICA EN ACTIVIDADES ESPECIALIZADAS DE GUIADO	202100012	AUTO DIRECTORAL N° 147-2021-MTPE/3/19	INDETERMINADA	SITUACION REAL Y SITUACION SIMULADA DE TRABAJO
CENTRO DE FORMACIÓN EN TURISMO- CENFOTUR	LIMPIAR LA ROPA, DE ACUERDO A LOS PROCEDIMIENTOS DEL ESTABLECIMIENTO Y LA NORMATIVA CORRESPONDIENTE	LAVANDERÍA	202100012	AUTO DIRECTORAL N° 148-2021-MTPE/3/19	INDETERMINADA	SITUACION REAL Y SITUACION SIMULADA DE TRABAJO
CENTRO DE FORMACIÓN EN TURISMO- CENFOTUR	REALIZAR LA PRESENTACIÓN FINAL DE LA ROPA LIMPIA, DE ACUERDO A LAS ESPECIFICACIONES REQUERIDAS, A LOS PROCEDIMIENTOS DEL ESTABLECIMIENTO Y LA NORMATIVA VIGENTE	LAVANDERÍA	202100012	AUTO DIRECTORAL N° 148-2021-MTPE/3/19	INDETERMINADA	SITUACION REAL Y SITUACION SIMULADA DE TRABAJO
CENTRO DE FORMACIÓN EN TURISMO- CENFOTUR	SUPERVISAR LAS OPERACIONES DEL ÁREA DE LAVANDERÍA, DE ACUERDO A LOS PROCEDIMIENTOS DEL ESTABLECIMIENTO Y LA NORMATIVA CORRESPONDIENTE	LAVANDERÍA	202100012	AUTO DIRECTORAL N° 148-2021-MTPE/3/19	INDETERMINADA	SITUACION REAL Y SITUACION SIMULADA DE TRABAJO
CENTRO DE FORMACIÓN EN TURISMO- CENFOTUR	CONTROLAR LAS OPERACIONES TURÍSTICAS, TENIENDO EN CUENTA LA PROGRAMACIÓN DEL SERVICIO CONTRATADO, LAS POLÍTICAS DE LA EMPRESA Y LA NORMATIVA CORRESPONDIENTE.	GESTIÓN DE OPERACIONES TURÍSTICAS	202100012	AUTO DIRECTORAL N° 142-2021-MTPE/3/19	INDETERMINADA	SITUACION REAL Y SITUACION SIMULADA DE TRABAJO
CENTRO DE FORMACIÓN EN TURISMO- CENFOTUR	ADMINISTRAR EL ÁREA DE OPERACIONES TURÍSTICAS, TENIENDO EN CUENTA EL SERVICIO CONTRATADO, LAS POLÍTICAS DE LA EMPRESA Y LA NORMATIVA CORRESPONDIENTE	GESTIÓN DE OPERACIONES TURÍSTICAS	202100012	AUTO DIRECTORAL N° 142-2021-MTPE/3/19	INDETERMINADA	SITUACION REAL Y SITUACION SIMULADA DE TRABAJO

NOTA:( Mintra - Centro de Certificación de Competencias Laborales)

### **3.2. Demanda**

El Centro de Capacitación Profesional de Lima - CCPdeLima se dirige a captar una demanda segmentada con el personal en servicio de los trabajadores del estado.

#### **3.2.1 Objetivos de la demanda**

- Medir el nivel de aceptación que tendría el negocio
- Medir el nivel de intensidad y frecuencia de compra del servicio en el público objetivo
- Conocer que es lo que más valora el participante
- Determinar y proyectar la demanda.
- Determinar el mejor canal para la distribución del servicio

#### **3.2.2 Fuentes de información**

En este estudio utilizaremos información de fuentes secundarias que se basa en datos ya existentes en las entidades públicas, así como en fuentes propias basada en breves cuestionarios entre el público objetivo

#### **3.2.3 Metodología**

La metodología: Recolección de Datos vía análisis estadísticos y cuestionario a nuestro público objetivo.

#### **3.2.4 Población**

Dirigido a: hombres y mujeres entre 30 y 59 años que reciben algún tipo de capacitación y laboran en los sectores públicos y privados, según el informe “LA MUJER EN EL SERVICIO CIVIL PERUANO 2020” son un total de 515,840 servidores en los niveles básicos y de mando medio a nivel nacional.

### 3.2.5 Formato de la encuesta

El formato de la encuesta utiliza la herramienta tecnológica de formularios en el Google Drive, que nos permite crear y compartir encuestas a través de un Link (enlace web), una vez llenada la encuesta pudimos acceder a los resultados entrando directamente a la aplicación Excel dentro del Google Drive. La Estructura de la encuesta a incluido preguntas filtro. Cuestionario (Ver Anexo 05)

### 3.2.6 Muestra

Para completar el estudio de mercado se desarrolló un cuestionario para determinar la aceptación del tamaño de la muestra tomando en cuenta la fórmula de tamaño de muestra para una población finita, según el informe “LA MUJER EN EL SERVICIO CIVIL PERUANO 2020” son un total de 515,840 servidores en los niveles básicos y de mando medio

En donde:

Z = Nivel de confianza = 95 % de confianza = 1.96

P = 90% de Probabilidad de Aceptación

Q = 10% de Probabilidad de Rechazo

E = Error muestra desde 0.05

N = 515,840 Población en estudio

n = 385

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

Posterior a ello se aplicó el cuestionario a 385 personas, mostrándose los siguientes resultados: (anexo 05)

## **CAPITULO IV**

### **VI PLAN DE COMERCIALIZACIÓN**

#### **4.1. Mercado**

El Centro de Capacitación está orientado a atender a hombres y mujeres que requieran certificar sus habilidades para su legajo laboral, esta certificación se realizara con una previa preparación para la evaluación certificadora, puede ser presencial o virtual y estarán dirigidas hacia el siguiente segmento:

- Hombres y mujeres de 30 años a 55 años de edad
- Hombres y mujeres servidores públicos del estado
- Hombres y mujeres de los niveles socio económicos B y C.

Tamaño del mercado Total : 1,426,006 de servidores públicos

#### **Tamaño del mercado Objetivo**

A nivel Nacional, según la información del INEI en la publicación “La mujer en el servicio civil peruano 2020” publicada en marzo 2020, podemos extraer de 1,426,006 servidores públicos en la nación del cual extraeremos el 36.17% de servidores de mando medio y básico que laboran en áreas administrativas como CAS y Locaciones de Terceros obteniendo un total de 515,840 servidores

#### **4.2. Marketing Mix**

En este análisis describiremos las cuatro variables (precio, producto, plaza y promoción) que nos permite enfocar las estrategias necesarias para conseguir los objetivos comerciales.

## 4.2.1 Producto

El “Centro de Capacitación Profesional de Lima” o CCP de Lima se dedica a la capacitación y certificación de cursos en diferentes temas administrativos como:

- Seminarios y Conferencias
- Cursos Libres y especializados orientados a la gestión pública
- Cursos de actualización con certificación en convenio con institutos y universidades

### Presentación y empaque

Ilustración 9 Afiche del Servicio

Figura \_\_ Afiche del Servicio



Ilustración 10 Diploma académico



Ilustración 11 Capacitación presencial



Ilustración 12 Canal de distribución del servicio virtual



## 4.2.2 Precio

Establecemos los precios considerando sus similares en el mercado

Tabla 3 Precios unitarios de venta

SERVICIO	MATRICULA	PRECIO MES	CUOTAS	CERTIFICADO	PRECIO DE VENTA	PRECIO DE LISTA
ACTUALIZACION SECRETARIAL Y GERENCIAL	150	300	4	170	1520	1,288.14
DIGITALIZACION DE DOCUMENTOS Y GESTION PUBLICA	0	300	1	80	380	322.03
CONVALIDACION SECRETARIADO EJECUTIVO CNV (IST ELA)	350	400	18	3050	10600	8,983.05
CURSO LIBRE ORTOGRAFIA Y REDACCION	150	250	4	170	1320	1,118.64
CURSO LIBRE DE DIGITACION	150	250	2	170	820	694.92
CURSO LIBRE DE EXPERTO EN OFFICE	150	250	4	170	1320	1,118.64
PROGRAMA DE CERTIFICACION POR COMPETENCIAS LABORALES INCL EVALUACION	150	300	4	410	1760	1,491.53

NOTA: Elaboración Propia

## 4.2.3 Plaza

Consideramos la ciudad de Lima metropolitana para las sesiones presenciales y a nivel nacional para las capacitaciones virtuales

Calle Lomas del pilar 173 4to piso

Ilustración 13 Imagen de ubicación de oficina



Nota: GOOGLE MAPS

Av. Javier prado Este 330 San Isidro 4to piso

Ilustración 14 Local para clases presenciales



Nota: GOOGLE MAPS

#### 4.2.4 Promoción

Utilizamos estrategias publicitarias y promocionales vía redes sociales como Facebook e Instagram para captar prospectos y la aplicación Whatsaap empresarial para la comunicación directa con nuestros clientes potenciales.

Para las campañas de matrículas contratamos los servicios de un community manager quien es el encargado de enviarnos prospectos al whatsapp y formulario google

#### Redes sociales

Ilustración 15 Facebook de CCP de Lima



Nota: <https://www.facebook.com/CCPdLima.Peru/>

Ilustración 17 Instagram CCP de Lima



Nota: <http://instagram.com/ccpdelima.edu.pe/>

Ilustración 16 Pagina Web CCP de Lima



Nota: <http://ccpdelima.edu.pe/>

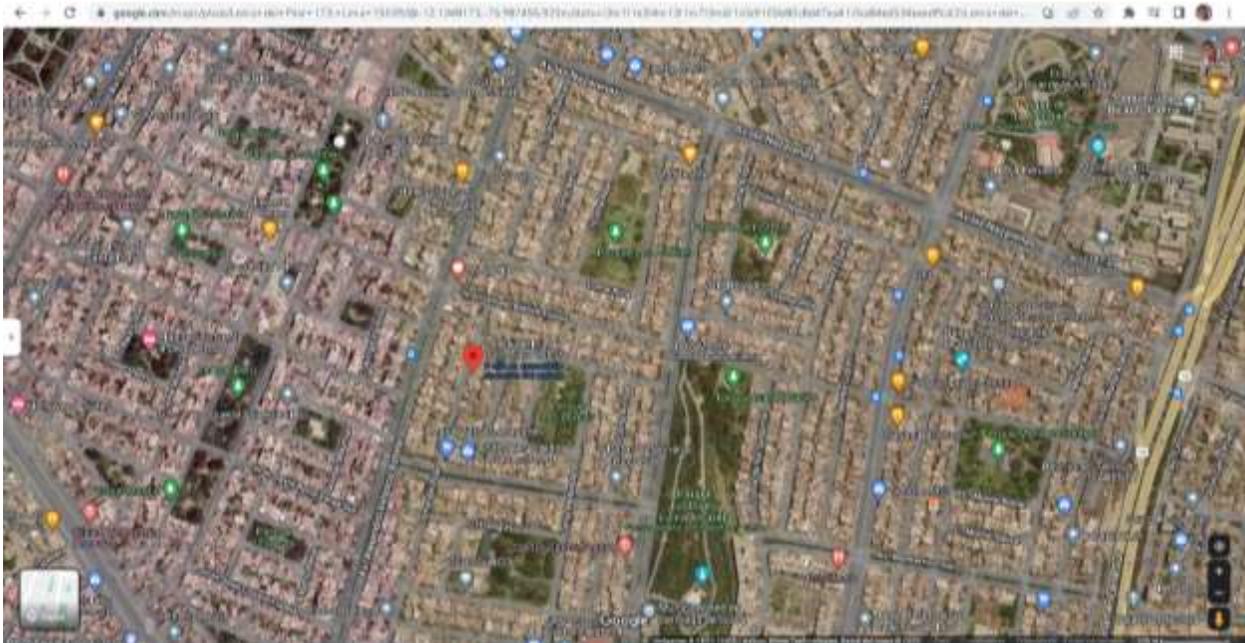
## CAPITULO V

### V. PLAN TÉCNICO

#### 5.1. Localización de la empresa

El Centro de Capacitación Profesional de Lima tiene su oficina administrativa en Calle Lomas del Pilar 173, distrito de Surco, Lima y sus ambientes de educación presencial en Av. Javier Prado Este 330 3er piso, San Isidro.

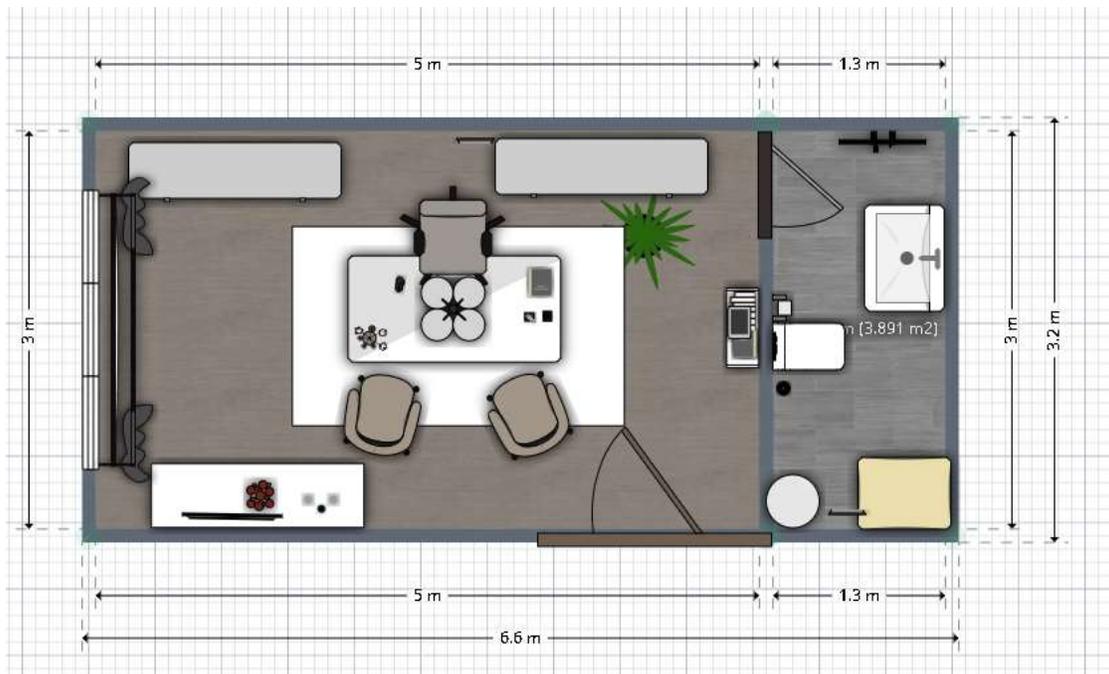
*Ilustración 18 Ubicación oficina principal*



#### 5.2. Tamaño del negocio

El Centro de Capacitación Profesional de Lima es una empresa SAC MYPE, La Oficina cuenta con un área de 15 mt<sup>2</sup>, su local para evaluación cuenta con 3 aulas con capacidad de 30 carpetas unipersonales y un ambiente para coordinación académica y dirección, sumando toda un área funcional de 90 mt<sup>2</sup> más pasillos, escalera y ascensor.

Ilustración 19 Oficina de la empresa



### 5.3. Necesidades

En el Centro de Capacitación Profesional de Lima contamos con lo siguiente para su buen funcionamiento.

Tabla 4 Inversion Fija Tangible

TABLA \_\_ INVERSION FIJA TANGIBLE

INVERSION FIJA TANGIBLE	Cantidad	Precio Unitario	COSTOS	Total Soles
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>				<b>8,668.00</b>
Sillas	4	179	716	
Escritorios	1	640	640	
Lamparas	1	99	99	
Podio	2	379	758	
Pupitre Unipersonal	30	150	4500	
Pizarra Acrilica PROMART	3	90	270	
Ventiladores	4	129	516	
Cuadros	1	169	169	
Sillones JUEGO FALLABELLA	1	1000	1000	
Estantes Armario anaquel	5	110	550	
<b>MAQUINARIAS Y EQUIPOS</b>				<b>16,459.00</b>
Computadora laptop	2	1500	3000	
UPS CDP Estabilizador	1	287	287	
Televisor 75" Android sala de espera	1	3200	3200	
Subwoofer Parlantes	3	78	234	
Televisor 55" LG aulas	3	1029	3087	
Impresora Multifuncional HP	3	879	2637	
Modem + router + repetidor	1	222	222	
Proyector Multimedia Hopvision	3	1145	3435	
Google Chromecast	3	119	357	
<b>TOTAL</b>				<b>25,127.00</b>
<i>Nota. Elaboración propia</i>				

Para la operatividad del Centro de Capacitación Profesional de lima contamos con el mobiliario y equipo expuesto el cual ponemos en valor para su regularización

Tabla 5 Inversión Fija Intangible

TABLA \_\_ INVERSION FIJA INTANGIBLE

INVERSION FIJA INTANGIBLE	Cantidad	Precio Unitario	COSTOS	Total Soles
<b>IMPLEMENTACION</b>				<b>4,575.00</b>
Constitución de la Empresa	1	2500	2500	
Licencia de Funcionamiento	1	110	110	
Defensa Civil	1	230	230	
Registro de marca	1	535	535	
Certificaciones MTPE	2	350	700	
Licencias de Software	2	250	500	
<b>IMPLEMENTACION WEB</b>				<b>2,400.00</b>
Creación página WEB	1	800	800	
Mantenimiento Plataforma Virtual	1	150	150	
hosting y dominio	1	250	250	
Antivirus	3	200	600	
Capacitación para personal	2	300	600	
	2		0	
<b>PUBLICIDAD DE LANZAMIENTO</b>				<b>2,250.00</b>
Evento para Lanzamiento	1	1000	1000	
Publicidad en Redes	1	500	500	
Expositores	3	250	750	
<b>TOTAL</b>				<b>9,225.00</b>
Nota. Elaboración propia				

Para poder ejercer los servicios además de la inversión de implementación nos es necesario mantener una buena plataforma virtuales que consta de pagos anuales y constantes campañas de publicidad similares a las del lanzamiento.

## 5.4. Costos

A continuación, mostramos los costos necesarios para operar

Tabla 6 Capital de Trabajo

TABLA \_\_ CAPITAL DE TRABAJO

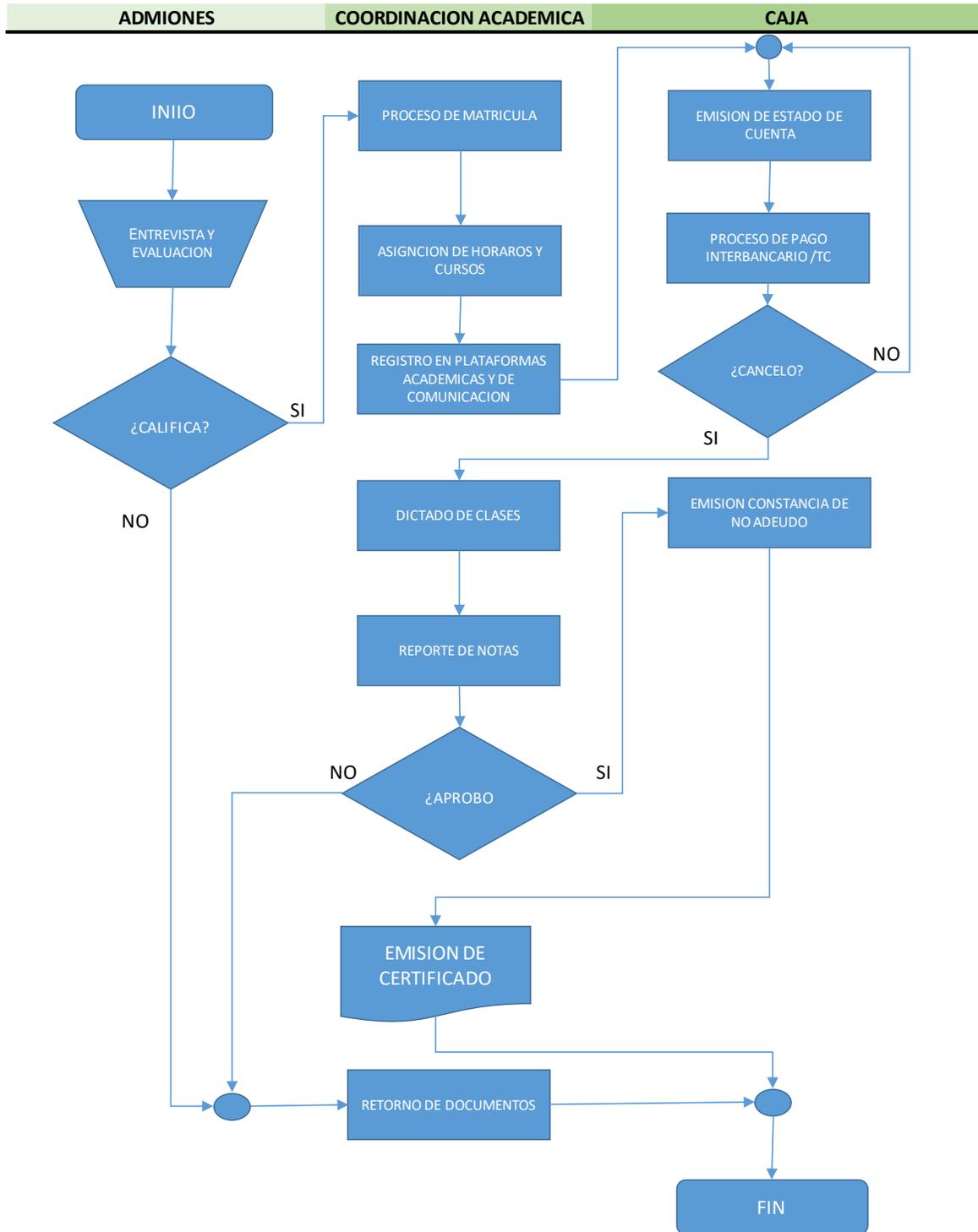
CAPITAL DE TRABAJO	CANT	UNIT	COSTOS	TOTAL S/.	TOTAL ANUAL S/.
<b>Alquiler y Garantía</b>				<b>4,500.00</b>	<b>18,000.00</b>
ALQUILER	1		1500		*
GARANTIA	1		3000		
<b>Costos de Operación</b>				<b>1,870.00</b>	<b>18,360.00</b>
SERVICIO LUZ			250		*
SERVICIO AGUA			80		*
SERVICIO CONTABILIDAD EXTERNA			350		*
LICENCIAS DE FUNCIONAMIENTO LOCAL Y DEF CIVIL			340.00		
TRAMITES DOCUMENTARIOS DE CERTIFICACIONES			700.00		*
INTERNET			150		*
<b>Gastos Administrativos</b>				<b>11,300.00</b>	<b>135,600.00</b>
ADMINISTRADOR	1	2,500.00	2500		*
COORDINADOR GENERAL	1	2,500.00	2500		*
CONTADOR EXTERNO	1	1,000.00	1000		*
PERSONAL DE MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA	1	500.00	500		*
ASIT. ADMINISTRATIVO	1	1,200.00	1200		*
CAPACITADORES	3	1,200.00	3600		*
<b>Gastos de Ventas</b>				<b>950.00</b>	<b>11,400.00</b>
UTILES DE OFICINA			200		*
MATERIALES DE LIMPIEZA			100		*
PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES			500		*
FOLLETERIA			150		*
<b>TOTAL</b>				<b>18,620.00</b>	<b>183,360.00</b>

Nota. Elaboración propia

## 5.5. Proceso de producción u operación

Ilustración 20 Diagrama de flujo del proceso de venta y servicio

Diagrama de flujo del proceso de venta y servicio



NOTA: Elaboración propia

## 5.6. Certificaciones necesarias

Los certificados requeridos son:

- **Certificaciones de competencia laboral** son los aprobados por el ministerio de trabajo que nos brinda previa evaluación como institución certificadora.
- **Certificados por convenio** son aquellos que por convenio institucional nos permite dictar diplomados y cursos de especialización

## 5.7. Impacto en el medio ambiente

El uso de la estrategia “CERO PAPEL” nos permite ser más amigable con el medio ambiente al eliminar el uso del papel en las labores rutinarias y potenciar el uso de las tecnologías de comunicación.

## **CAPITULO VI**

### **VI. PLANIFICACIÓN FINANCIERA**

#### **6.1 inversiones**

##### **Se divide en dos partes:**

- Inversión fija: tangible e intangible
- Capital de trabajo: materiales directos, mano de obra directa, materiales indirectos, mano de obra indirecta, otros suministros, gastos generales.

##### **6.1.1 inversión fija**

La inversión fija asciende a **S/ 36,602.00** del cual la inversión fija intangible asciende a S/9,225.00 y la inversión fija tangible asciende a S/25,677.00.

Tabla 7 Inversión Fija Intangible

TABLA \_\_ INVERSION FIJA INTANGIBLE

INVERSION FIJA INTANGIBLE	Cantidad	Precio Unitario	COSTOS	Total Soles
<b>IMPLEMENTACION</b>				<b>4,575.00</b>
Constitución de la Empresa	1	2500	2500	
Licencia de Funcionamiento	1	110	110	
Defensa Civil	1	230	230	
Registro de marca	1	535	535	
Certificaciones MTPE	2	350	700	
Licencias de Software	2	250	500	
<b>IMPLEMENTACION WEB</b>				<b>2,400.00</b>
Creación página WEB	1	800	800	
Mantenimiento Plataforma Virtual	1	150	150	
hosting y dominio	1	250	250	
Antivirus	3	200	600	
Capacitación para personal	2	300	600	
	2		0	
<b>PUBLICIDAD DE LANZAMIENTO</b>				<b>2,250.00</b>
Evento para Lanzamiento	1	1000	1000	
Publicidad en Redes	1	500	500	
Expositores	3	250	750	
<b>TOTAL</b>				<b>9,225.00</b>
Nota. Elaboración propia				

Estas inversiones intangibles serán amortizadas a una fracción del 20% anual equivalente a S/922.50.

Tabla 8 Inversion Fija Tangible

TABLA __ INVERSION FIJA TANGIBLE				
INVERSION FIJA TANGIBLE	Cantidad	Precio Unitario	COSTOS	Total Soles
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>				<b>9,218.00</b>
Sillas	4	179	716	
Escritorios	1	640	640	
Lamparas	1	99	99	
Podio	2	379	758	
Pupitre Unipersonal	30	150	4500	
Pizarra Acrilica PROMART	3	90	270	
Ventiladores	4	129	516	
Cuadros	1	169	169	
Sillones JUEGO FALLABELLA	1	1000	1000	
Estantes Armario anaquel	5	110	550	
<b>EQUIPOS</b>				<b>16,459.00</b>
Computadora laptop	2	1500	3000	
UPS CDP Estabilizador	1	287	287	
Televisor 75" Android sala de espera	1	3200	3200	
Subwoofer Parlantes	3	78	234	
Televisor 55" LG aulas	3	1029	3087	
Impresora Multifuncional HP	3	879	2637	
Modem + router + repetidor	1	222	222	
Proyector Multimedia Hopvision	3	1145	3435	
Google Chromecast	3	119	357	
<b>TOTAL</b>				<b>25,677.00</b>
<i>Nota.</i> Elaboración propia				

Tabla 9 Depreciación metodo línea recta

TABLA: DEPRECIACION METODO LINEA RECTA						
AÑOS	-	2023	2024	2025	2026	2027
DEPRECIACION ANUAL		S/5,135.40	S/5,135.40	S/5,135.40	S/5,135.40	S/5,135.40
VALOR EN LIBROS	25,677.00	20,541.60	15,406.20	10,270.80	5,135.40	-

*Nota:* Elaboración propia

Debemos recordar que los bienes tangibles siempre con el paso del tiempo van perdiendo su valor debido al desgaste natural del uso, por ello le asignaremos una DEPRECIACION DEL 10% la cual hace un total de: S/5,135.40

## 6.1.2 Capital de trabajo

Se incluyen la mano de obra y los materiales directos e indirectos, así como los costos mínimos de gestión, así como los costos de venta que asciende a **S/18,620.00**

Tabla 10 Capital de trabajo

TABLA \_\_ CAPITAL DE TRABAJO

CAPITAL DE TRABAJO	CANT	UNIT	COSTOS	TOTAL S/.	TOTAL ANUAL S/.
<b>Alquiler y Garantía</b>				<b>4,500.00</b>	<b>18,000.00</b>
ALQUILER	1		1500		*
GARANTIA	1		3000		
<b>Costos de Operación</b>				<b>5,470.00</b>	<b>61,560.00</b>
CAPACITADORES	3	1,200.00	3600		*
SERVICIO LUZ			250		*
SERVICIO AGUA			80		*
SERVICIO CONTABILIDAD EXTERNA LICENCIAS DE FUNCIONAMIENTO LOCAL Y DEF CIVIL			350 340.00		*
TRAMITES DOCUMENTARIOS DE CERTIFICACIONES			700.00		*
INTERNET			150		*
<b>Gastos Administrativos</b>				<b>7,500.00</b>	<b>90,000.00</b>
ADMINISTRADOR	1	3,000.00	3000		*
COORDINADOR GENERAL	1	3,000.00	3000		*
CONTADOR EXTERNO	1	1,000.00	1000		*
PERSONAL DE MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA	1	500.00	500		*
<b>Gastos de Ventas</b>				<b>2,150.00</b>	<b>25,800.00</b>
ASIT. ADMINISTRATIVO	1	1,200.00	1200		*
UTILES DE OFICINA			200		*
MATERIALES DE LIMPIEZA			100		*
PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES			500		*
FOLLETERIA			150		*
<b>TOTAL</b>				<b>19,620.00</b>	<b>195,360.00</b>

Nota. Elaboración propia

La presenta tabla no incluye impuestos, aportes o deducciones las cuales se despejan mas adelante.

### 6.1.3 Presupuesto de Inversiones

Inversión Total es de **S/54983.44**

Tabla 11 Resumen de la inversión

TABLA \_\_ RESUMEN DE LA INVERSION

<b>RESUMEN DE LA INVERSION</b>	
INVERSIÓN FIJA TANGIBLE	25,677.00
INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE	9,225.00
CAPITAL DE TRABAJO	18,970.00
Imprevistos (2%)	1,111.44
<b>TOTAL</b>	<b>54,983.44</b>

Nota. Elaboración propia

Presente presupuesto será redondeado a S/ 55,000.00

### 6.2 Ingresos y Egresos

Las proyecciones de ingresos se originan con los precios de los servicios de capacitación y certificaciones, se tiene como meta vender 512 capacitaciones en el primer año 639 en el segundo año, 797 en el tercer año, 995 en el cuarto año y 1243 en el quinto año superada la meta se llegará como segunda fase la implementación de un INSTITUTO TECNOLÓGICO.

**TABLA: \_\_ Proyección de Ingresos**

SERVICIOS	CANT.	MATRICULA	PRECIO MES	CUOTAS	CERTIF.	PRECIO DE VENTA	PRECIO DE LISTA	PARTICIPANTES AL AÑO				
								2023	2024	2025	2026	2027
								<b>C. Actualización Secretarial y Gerencial</b>	15	150	300	4
<b>C. Digitalización de Documentos en Gestión Pública</b>	20	0	300	1	80	380	322	6,440.68	7,084.75	7,793.22	8,572.54	9,429.80
<b>Convalidación Secreariado Ejecutivo</b>	10	350	400	18	3050	10600	8,983	89,830.51	98,813.56	108,694.92	119,564.41	131,520.85
<b>C. Libre Ortografía y Redacción</b>	15	150	250	4	170	1320	1,119	16,779.66	18,457.63	20,303.39	22,333.73	24,567.10
<b>C. Digitación</b>	20	150	250	2	170	820	695	13,898.31	15,288.14	16,816.95	18,498.64	20,348.51
<b>C. Libre de Experto en Office</b>	15	150	250	4	170	1320	1,119	16,779.66	18,457.63	20,303.39	22,333.73	24,567.10
<b>Programa de Certific. por Competencias Laborales</b>	50	150	300	4	410	1760	1,492	74,576.27	82,033.90	90,237.29	99,261.02	109,187.12
<b>Servicio Capacitación Empresas</b>	2		15000	1	0	15000	12,712	25,423.73	27,966.10	30,762.71	33,838.98	37,222.88
<b>TOTAL INGRESOS</b>							27,729	263,050.85	289,355.93	318,291.53	350,120.68	385,132.75

NOTA: Elaboración Propia

Se considera un incremento anual del 10%

NOTA: Elaboración propia

TABLA: REMUNERACIONES										
COD	Descripción	Rem.Bruta	Essalud 9%	Asig. Fam	Vacaciones	Gratificaciones	CTS	ONP 13%	Costo Mensual	Costo Anual
GA	ADMINISTRADOR	3,000.00	270.00	-	1,500.00	3,000.00	3,500.00	390.00	3,936.67	47,240.00
GA	COORDINADOR GENERAL	3,000.00	270.00	-	1,500.00	3,000.00	3,500.00	390.00	3,936.67	47,240.00
GA	CONTADOR EXTERNO (RH)	1,000.00	-	-	-	-	-	-	1,000.00	12,000.00
GA	SERV MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA (RH)	500.00	-	-	-	-	-	-	500.00	6,000.00
GV	<b>ASIT. ADMINISTRATIVO</b>	1,200.00	108.00	-	600.00	1,200.00	1,400.00	156.00	1,574.67	<b>18,896.00</b>
<b>MOD</b>	<b>CAPACITADORES (03)</b>	3,600.00	324.00	-	1,800.00	3,600.00	4,200.00	468.00	4,724.00	56,688.00

Como podemos la presenta tabla representa los abonos que se realizan al personal por concepto de sueldos y honorarios, se debe tener en cuenta que si bien los 3 capacitadores son a plazo indeterminado la cantidad de ellos puede variar conforme al incremento en las ventas de los cuales serán captados remunerados a través de recibos por honorarios.

Tabla 12 Proyección de egresos

TABLA : \_\_\_\_ PROYECCION DE EGRESOS

RUBROS	AÑOS					
	MES	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00
<b>I.</b>						
<b>COSTO DE PRODUCCION</b>		62,178.00	65,148.90	68,268.35	71,543.76	74,982.95
MATERIALES	230.00	2,760.00	2,760.00	2,760.00	2,760.00	2,760.00
MANO DE OBRA		56,688.00	59,522.40	62,498.52	65,623.45	68,904.62
COSTOS DIRECTOS E INDIRECTOS DE SERVICIO		2,730.00	2,866.50	3,009.83	3,160.32	3,318.33
<b>II.</b>						
<b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>		145,233.90	146,568.70	147,970.24	149,441.86	150,987.05
<b>2.1 G.ADMINISTRATIVOS</b>		112,480.00	112,480.00	112,480.00	112,480.00	112,480.00
<b>2.2 G.VENTAS</b>		26,696.00	28,030.80	29,432.34	30,903.96	32,449.15
<b>2.3 DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS</b>		5,135.40	5,135.40	5,135.40	5,135.40	5,135.40
<b>2.4 AMORTIZACION DE INTANGIBLES</b>		922.50	922.50	922.50	922.50	922.50
<b>2.5 G. FINANCIEROS</b>		-	-	-	-	-
<b>TOTAL EGRESOS</b>		207,411.90	211,717.60	216,238.59	220,985.62	225,970.01

**NOTA:** Elaboración propia

TABLA : \_\_\_\_ PROYECCION DE EGRESOS

RUBROS	AÑOS					
	MES	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00
<b>I.</b>						
<b>COSTO DE PRODUCCION</b>		62,178.00	65,148.90	68,268.35	71,543.76	74,982.95

MATERIALES	230.00	2,760.00	2,760.00	2,760.00	2,760.00	2,760.00
MANO DE OBRA		56,688.00	59,522.40	62,498.52	65,623.45	68,904.62
COSTOS DIRECTOS E INDIRECTOS DE SERVICIO		2,730.00	2,866.50	3,009.83	3,160.32	3,318.33
<b>II.</b>						
<b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>		145,233.90	146,568.70	147,970.24	149,441.86	150,987.05
<b>2.1 G.ADMINISTRATIVOS</b>		112,480.00	112,480.00	112,480.00	112,480.00	112,480.00
<b>2.2 G.VENTAS</b>		26,696.00	28,030.80	29,432.34	30,903.96	32,449.15
<b>2.3 DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS</b>		5,135.40	5,135.40	5,135.40	5,135.40	5,135.40
<b>2.4 AMORTIZACION DE INTANGIBLES</b>		922.50	922.50	922.50	922.50	922.50
<b>2.5 G. FINANCIEROS</b>		-	-	-	-	-
<b>TOTAL EGRESOS</b>		207,411.90	211,717.60	216,238.59	220,985.62	225,970.01

**NOTA:** Elaboración propia

Se considera un crecimiento del 5% en los gastos de ventas, 10% en el mano de obra y los costos directos e indirectos, Debemos recordar que el Centro de Capacitación ya está operando y cuenta con un capital respaldo y que por acuerdo de sus socios el presente proyecto se establecerá de tal manera que no tenga necesidad de solicitar algún crédito financiero.

### 6.3.1 Fuente de financiamiento

Siendo que el Centro de Capacitación Profesional ya está en marcha, no es necesario la utilización de un préstamo bancario y si un aporte de S/ 55,000.00 soles por parte de sus socios y S18,000 de las reservas.

Tabla 13 Estructura de financiamiento

TABLA ( ) ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO		
DETALLE	S/.	%
APORTE DE SOCIO1	30,000	40.75%
APORTE DE SOCIO2	25,000	33.96%
RESERVAS	18,620	25.29%
FINANCIAMIENTO BANCARIO	0	
<b>TOTAL</b>	<b>55,000</b>	<b>100%</b>

NOTA: Elaboración propia

El aporte monetario de socios se realizará al inicio del periodo con depósitos a la cuenta, además del uso de las reservas para cubrir el capital de trabajo, no se realiza el financiamiento bancario por decisión de los socios

### 6.4 Flujo de Caja

Como se puede ver en la tabla el flujo de caja proyectado a 5 años nos sirve como indicador de liquidez permitiendo una buena proyección del plan de negocio para el Centro de Capacitación Profesional de Lima.

Tabla 14 Flujo de caja

TABLA: \_\_ Flujo de Caja

	0	2023	2024	2025	2026	2027
<b>INGRESOS</b>		<b>263,050.85</b>	<b>289,355.93</b>	<b>318,291.53</b>	<b>350,120.68</b>	<b>385,132.75</b>
VENTAS		263,050.85	289,355.93	318,291.53	350,120.68	385,132.75
Otros ingresos						
<b>EGRESOS</b>		<b>208,334.40</b>	<b>212,640.10</b>	<b>217,161.09</b>	<b>221,908.12</b>	<b>226,892.51</b>
<b>COSTO DE SERVICIOS</b>						
MATERIALES		2,760.00	2,760.00	2,760.00	2,760.00	2,760.00
MANO DE OBRA COSTOS DIRECTOS E INDIRECTOS		56,688.00	59,522.40	62,498.52	65,623.45	68,904.62
GASTOS DE VENTAS		2,730.00	2,866.50	3,009.83	3,160.32	3,318.33
GASTOS ADMINISTRATIVOS		26,696.00	28,030.80	29,432.34	30,903.96	32,449.15
DEPRECIACIÓN		112,480.00	112,480.00	112,480.00	112,480.00	112,480.00
INTERESES		5,135.40	5,135.40	5,135.40	5,135.40	5,135.40
AMORT. INVERSION DIFERIDA		-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD ANTES DEL I.R</b>		<b>54,716.45</b>	<b>76,715.83</b>	<b>101,130.44</b>	<b>128,212.56</b>	<b>158,240.24</b>
I.R. (1.5%) REGIMEN ESPECIAL		820.75	1,150.74	1,516.96	1,923.19	2,373.60
<b>UTILIDAD DESPUES DEL I.R</b>		<b>53,895.70</b>	<b>75,565.09</b>	<b>99,613.48</b>	<b>126,289.37</b>	<b>155,866.64</b>
<b>DEPRECIACIÓN</b>		5,135.40	5,135.40	5,135.40	5,135.40	5,135.40
AMORT. INVERSION DIFERIDA		1,845.00	1,845.00	1,845.00	1,845.00	1,845.00
VALOR DE RESCATE CAPITAL DE TRABAJO PRESTAMO	0					
ABONO DE LA DEUDA		-	-	-	-	-
INVERSION	73,620.00					
<b>FLUJO DE EFECTIVO</b>	<b>73,620.00</b>	<b>60,876.10</b>	<b>82,545.49</b>	<b>106,593.88</b>	<b>133,269.77</b>	<b>162,847.04</b>
<b>FLUJO NETO ACUMULADO</b>		<b>60,876.10</b>	<b>143,421.60</b>	<b>250,015.48</b>	<b>383,285.25</b>	<b>546,132.29</b>

Nota: Elaboración propia

TABLA: \_\_ Flujo de Caja

	0	2023	2024	2025	2026	2027
<b>INGRESOS</b>		<b>263,050.85</b>	<b>289,355.93</b>	<b>318,291.53</b>	<b>350,120.68</b>	<b>385,132.00</b>
VENTAS		263,050.85	289,355.93	318,291.53	350,120.68	385,132.00
Otros ingresos						
<b>EGRESOS</b>		<b>208,334.40</b>	<b>212,640.10</b>	<b>217,161.09</b>	<b>221,908.12</b>	<b>226,850.00</b>
<b>COSTO DE SERVICIOS</b>						
MATERIALES		2,760.00	2,760.00	2,760.00	2,760.00	2,760.00
MANO DE OBRA		56,688.00	59,522.40	62,498.52	65,623.45	68,904.00
COSTOS DIRECTOS E INDIRECTOS		2,730.00	2,866.50	3,009.83	3,160.32	3,318.30
GASTOS DE VENTAS		26,696.00	28,030.80	29,432.34	30,903.96	32,449.00
GASTOS ADMINISTRATIVOS		112,480.00	112,480.00	112,480.00	112,480.00	112,480.00
DEPRECIACIÓN		5,135.40	5,135.40	5,135.40	5,135.40	5,135.40
INTERESES		-	-	-	-	-
AMORTIZACION INVERSION DIFERIDA		1,845.00	1,845.00	1,845.00	1,845.00	1,845.00
<b>UTILIDAD ANTES DEL I.R</b>		<b>54,716.45</b>	<b>76,715.83</b>	<b>101,130.44</b>	<b>128,212.56</b>	<b>158,240.00</b>
I.R. (1.5%) REGIMEN ESPECIAL		820.75	1,150.74	1,516.96	1,923.19	2,373.60
<b>UTILIDAD DESPUES DEL I.R</b>		<b>53,895.70</b>	<b>75,565.09</b>	<b>99,613.48</b>	<b>126,289.37</b>	<b>155,866.40</b>
<b>DEPRECIACIÓN</b>		<b>5,135.40</b>	<b>5,135.40</b>	<b>5,135.40</b>	<b>5,135.40</b>	<b>5,135.40</b>
AMORTIZACION INVERSION DIFERIDA		1,845.00	1,845.00	1,845.00	1,845.00	1,845.00
<b>VALOR DE RESCATE</b>						
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>						
<b>PRESTAMO</b>	<b>0</b>					
<b>ABONO DE LA DEUDA</b>						
		-	-	-	-	-
<b>INVERSION</b>	<b>73,620.00</b>					
		-				
<b>FLUJO DE EFECTIVO</b>	<b>73,620.00</b>	<b>60,876.10</b>	<b>82,545.49</b>	<b>106,593.88</b>	<b>133,269.77</b>	<b>162,847.00</b>
<b>FLUJO NETO ACUMULADO</b>		<b>60,876.10</b>	<b>143,421.60</b>	<b>250,015.48</b>	<b>383,285.25</b>	<b>546,132.25</b>

De acuerdo a la proyección la recuperación de la inversión es al segundo año

## 6.5 Evaluación económica financiera

Con los datos del Flujo de Caja despejaremos nuestras variables de control económico: VNP Y TIR para ello nos apoyamos en las facilidades de la hoja de cálculo EXCEL.

Obteniendo como resultados:

VALOR NETO PRESENTE: S/225,883.95 >0 Esto nos indica que si es totalmente viable que el negocio sea financiado por los socios.

TASA INTERNA DE RETORNO: 105% Si bien esta tasa de rentabilidad supera ampliamente las expectativas, debemos tener en cuenta que en este caso es debido a la forma de trabajo aprendidos durante el tiempo de pandemia, el grado de optimización de operación, reducción en el alquiler de local y del personal en la virtualidad han permitido la reducción de costos, además de acogernos a los beneficios del régimen especial MYPE como podemos verlo en el IMPUESTO A LA RENTA del 1.5% a diferencia de la renta general que es del 30%, sumado a eso el no tener que reducir los precios de ventas en los servicios tal como se ven reflejados en este indicador.

Tabla 15 porcentaje de aportes

DESCRIPCION	%APORTE	TASA	TMAR MIXTA
INSTITUCION FINANCIERA	0%	25%	0%
INVERSIONISTAS	100%	20%	20%
TOTAL	100%		20%

TABLAS CALCULO DE VNP TIR Y RELACION BENEFICIO COSTO

		TABLA RELACION COSTO BENEFICIO					
AÑOS		0	2023	2024	2025	2026	2027
BENEFICIOS	-		263,050.85	289,355.93	318,291.53	350,120.68	385,132.75
COSTOS	73,620.00		218,322.43	229,227.95	241,073.32	253,944.99	267,937.68

Tabla 16 Calculo del VNP, TIR y relación costo beneficio

VAN BENEFICIO	-VAN COSTOS	VNP
927,970.13	702,136.18	225,833.95

Nota: Elaboración propia

VAN BENEFICIO	-VAN COSTOS	VNP
927,970.13	702,136.18	225,833.95

Nota: Elaboración propia

VAN BENEFICIO	-VAN COSTOS	VNP
927,970.13	702,136.18	225,833.95

Nota: Elaboración propia

VA	INVERSION	VAN	TIR
299,453.95	73,620.00	225,833.95	105%

Nota: Elaboración propia

		TABLA OBTENCION DEL PAY BACK				
		1	2	3	4	5
VALOR ACTUAL	50,730.08	57,323.26	61,686.28	64,269.76	65,444.57	= 299,453.95
VALOR ACTUAL ACUMULADO	50,730.08	108,053.34	169,739.62	234,009.38	299,453.95	
PAY BACK	SE RECUPERA EN EL SEGUNDO AÑO					

Nota: Elaboración propia

VA	INVERSION	VAN	TIR
299,453.95	73,620.00	225,833.95	105%
<i>Nota: Elaboración propia</i>			

TABLA OBTENCION DEL PAY BACK

	1	2	3	4	5	
VALOR ACTUAL	50,730.08	57,323.26	61,686.28	64,269.76	65,444.57	= 299,453.95
VALOR ACTUAL ACUMULADO	50,730.08	108,053.34	169,739.62	234,009.38	299,453.95	
PAY BACK	SE RECUPERA EN EL SEGUNDO AÑO					
<i>Nota: Elaboración propia</i>						

## 6.6 Estados Financieros Projectados

En esta tabla de estados financieros podemos proyectar la solvencia que el plan de negocio representa y permite diagnosticar que la inversión de nuestros socios esta garantiza para su pronto retorno

Tabla 17 Estados financieros proyectados

	TABLA ESTADOS DE GANACIAS Y PERDIDAS PROYECTADOS					
	2023	2024	2025	2026	2027	TOTAL
VENTAS	263,050.85	289,355.93	318,291.53	350,120.68	385,132.75	1,605,951.73
COSTOS	208,334.40	212,640.10	217,161.09	221,908.12	226,892.51	1,086,936.21
UTILIDAD BRUTA	54,716.45	76,715.83	101,130.44	128,212.56	158,240.24	519,015.52
GASTOS FINANCIEROS	-	-	-	-	-	-
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	54,716.45	76,715.83	101,130.44	128,212.56	158,240.24	519,015.52
IMPUESTOS	820.75	1,150.74	1,516.96	1,923.19	2,373.60	7,785.23
UTILIDAD DEL EJERCICIO	53,895.70	75,565.09	99,613.48	126,289.37	155,866.64	511,230.29

Nota: Elaboración propia

	TABLA ESTADOS DE GANACIAS Y PERDIDAS PROYECTADOS					
	2023	2024	2025	2026	2027	TOTAL
VENTAS	263,050.85	289,355.93	318,291.53	350,120.68	385,132.75	1,605,951.73
COSTOS	208,334.40	212,640.10	217,161.09	221,908.12	226,892.51	1,086,936.21

UTILIDAD BRUTA	54,716.45	76,715.83	101,130.44	128,212.56	158,240.24	519,015.52
GASTOS FINANCIEROS	-	-	-	-	-	-
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	54,716.45	76,715.83	101,130.44	128,212.56	158,240.24	519,015.52
IMPUESTOS	820.75	1,150.74	1,516.96	1,923.19	2,373.60	7,785.23
UTILIDAD DEL EJERCICIO	53,895.70	75,565.09	99,613.48	126,289.37	155,866.64	511,230.29

*Nota:* Elaboración propia

## **CAPITULO VII**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **7.1. CONCLUSIONES**

EL CENTRO DE CAPACITACION PROFESIONAL DE LIMA SAC está constituida como Mype y tiene como misión brindar servicios de capacitación en diferentes temas administrativos que les permita potenciar y certificar sus capacidades laborales, el adecuar e innovar nuestra oferta formativa a los nuevos cambios tecnológicos en educación a distancia es una de las estrategias que nos permite incrementar nuestra rentabilidad, la pandemia logro que muchas personas dejen de resistirse al uso de las herramientas educativas; El CANVAS nos permitió identificar como socios estratégicos al área de certificación de competencias laborales del al Ministerio de Trabajo, las municipalidades y Gobiernos Regionales, Universidades e Institutos de formación Profesional lo cuales nos proporcionan el respaldo en las certificaciones y clientes potenciales.

En nuestro diagnóstico logramos identificar que en la segregación ocupacional, los sectores productivos más expuestos a riesgos de pérdida de empleo, **servicios y comercio**, fueron mujeres (55.9%), quienes concentraban antes de la pandemia a 4 de cada 5 trabajadores urbanos y las cuales han tenido una disminución de la población ocupada de 56.6% y 54.5% respectivamente durante este periodo (COVID-19), estas trabajadoras que en su mayoría laboran en atención al público carecían de las protecciones básicas que los empleos formales suelen ofrecer a falta de certificaciones o actualizaciones en sus competencias; Este diagnóstico nos indica que las mujeres se vislumbran como nuestro público objetivo ya que en los demás datos rescatados de las publicaciones de SERVIR y MINISTERIO DE TRABAJO nos indica que las mujeres con mejor preparación académica alcanzan mejores puestos y mejores remuneraciones en comparación a sus pares hombres.

El resultado de nuestro estudio de mercado despejo que nuestro público objetivo va dirigido a un público entre 30 y 59 años que reciben algún tipo de capacitación y laboran en los sectores públicos y privados dando un total de 515,840 servidores en los niveles básicos y de mando medio a nivel nacional; Nuestra oferta formativa busca diferenciarse de su similares a través de la certificación por experiencias laborales respaldadas por el ministerio de trabajo.

Nuestro plan de comercialización además de los convenios con las municipalidades utiliza estrategias publicitarias y promocionales vía redes sociales como Facebook e Instagram para captar prospectos y la aplicación WhatsApp empresarial para la comunicación directa con nuestros clientes potenciales así como para las campañas de matrículas contratamos los servicios de un community manager quien además realiza envío de correos masivos.

En el plan técnico registramos nuestro flujograma de atención, actualmente las sesiones se dictan de manera virtual permitiendo una reducción del uso del local y su alquiler enfocándose todo el servicio desde la oficina administrativa; Además de la formulación de los activos tangibles e intangibles y capital de trabajo llegando a una inversión de S/73620.00.

Nuestro análisis financiero nos muestra que la inversión se recupera en el segundo año para ello igual deben incrementar nuestras ventas en un porcentaje del 10% anual, esto implica que nuestros gastos de ventas tienen que dinamizarse en el mismo sentido ofreciendo “convenios académicos” con diversas empresas para que desde su oficina de recursos humanos se pueda conocer y acceder a nuestros servicios también es resaltante el uso del régimen especial mype del 1.5% para el impuesto a la renta.

Respecto a nuestra evaluación económica los indicadores como el VNP y TIR nos refleja la viabilidad que tiene el Centro de Capacitación Profesional de Lima para obtener la confianza de nuestros inversores, como se mencionó anteriormente estos resultados se justifican con las nuevas formas de brindar la capacitación al público en general sin dejar la dictar mediante la forma tradicional para aquellas empresas que así lo requieran.

## 7.2. Recomendaciones

- Potenciar nuestras herramientas virtuales para que permita tener una mayor difusión y atención en provincias.
- Proponer promociones para aquellas mujeres que laboran en el estado y requieren certificarse en sus competencias laborales las cuales les permita rápidamente convalidar sus estudios para la obtención del título a nombre de la nación como secretarias ejecutivas o Asistentes Administrativas según resuelva el ministerio de educación el nuevo nombre para la carrera técnica, logrando así la repetición de compra de nuestros servicios.
- Ampliar las ofertas de certificación laboral vinculados a las labores administrativas incluyendo a labores de gestión privada como gestión de caja y cobranzas, planilleros, diagramador corel o Cad, digitador taquígrafo, etc, logrando liderar el mercado.
- Complementar nuestro Plan de Comercialización con seminarios gratuitos de una sola fecha el cual permita certificar a quienes lo deseen por un importe módico, además esto permite que dentro del seminario se pueda brindar información de los otros servicios académicos que brindamos.
- Nuestro plan técnico sugiere invertir en la atención virtual y el local mantenerlo para las evaluaciones competenciales y para aquellas que son de capacitación empresarial presencial a solicitud de las empresas contratantes; esta recomendación se propone al otro análisis que sugiere establecer un alquiler de ambientes cada vez que estos requerimientos de eventos y atención presencial específica se presente.
- En lo financiero es necesario mantener presente que el régimen especial del impuesto a la renta se mantiene siempre que se tenga hasta 10 trabajadores, las ventas netas no superen los S/ 525,000.00 soles, el total de activos fijos no superen los S/ 126,000.00 soles y no confundir las capacitaciones con actividades de asesoramiento empresarial y en materia de gestión ya que esta última no está comprendida en el "Régimen Especial del Impuesto a la Renta - RER).