

**PROYECTO DE INVERSION PARA LA IMPLEMENTACION DE UN INSTITUTO DE
CERTIFICACION PROFESIONAL EN EL AREA GERENCIAL PARA EL MERCADO
GUAYAQUILEÑO**

Grace María Brito Moreno ⁽¹⁾, Joan Paola Reyes Toca ⁽²⁾,
Carmen Vanessa Viteri Flor ⁽³⁾, Ing. Oscar Mendoza Macías ⁽⁴⁾
Facultad de Economía y Negocios
Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)
Campus Gustavo Galindo, Km 30.5 vía Perimetral
Apartado 09-01-5863.
Guayaquil-Ecuador

^{(1), (2), (3)} Egresadas en Ingeniería en Negocios Internacionales

⁽⁴⁾ Director de Tesis de Grado

Resumen

El presente proyecto contiene un estudio completo sobre la factibilidad de la creación de un Instituto con aval Internacional que certifique al profesional y lo especialice en un área de negocios determinada. El estudio parte de la hipótesis de que el mercado laboral cada vez exige una mayor preparación de su capital humano.

Mediante el uso de encuestas y herramientas estadísticas se determinó la aceptación del proyecto y se dio inicio al cálculo de los factores que conllevan la ejecución de una actividad de este tipo, para de esta forma dar paso a la estructuración de los mismos con el desarrollo de un flujo de efectivo.

Asimismo se muestra el desarrollo detallado de la investigación del mercado, que permitirá determinar la demanda, el análisis de los resultados, la determinación de aspectos técnicos tales como la localización, activos necesarios, recurso humano necesario y tamaño óptimo; estudio organizacional y descripción de los procesos.

Finalmente, se presentan los estudios financieros y análisis de sensibilidad, las conclusiones y recomendaciones obtenidas en base a los resultados de los estudios anteriormente descritos.

Palabras Claves: *Certificación, Profesionales, negocios.*

Abstract

The following Project is about a full study on the feasibility of create an institute with an international endorsement that certifies professionals and specialize them in a particular business area. The study starts from the assumption that the labor market increasingly demands further development of its human capital.

Surveys and statistical tools determined the acceptance of the project and afterwards it began the calculation of the factors that involve the execution of such activity, and in this way put together all the structuring of these through the development of a cash flow.

Also shown in detailed, the development of market research, letting determine the demand, the analysis of results, defining technical aspects such as location, assets necessary, necessary human resources and optimal size; organizational study and description of processes.

Finally, we present the financial studies and analysis of sensitivity, conclusions and recommendations obtained based on results of the studies described above.

Keywords: *Certification, professionals, business.*

1. Introducción

El presente proyecto realiza un estudio completo sobre si es factible o no la creación de un Instituto de Certificación Profesional Internacional en la ciudad de Guayaquil, partiendo de la hipótesis de que actualmente la competencia en el mercado laboral es muy rigurosa y cada vez se está exigiendo al profesional mucho más que un título de tercer nivel.

Este estudio es importante ya que, desafortunadamente, en nuestro país no existen profesionales debidamente capacitados en posiciones ejecutivas. Para resolver esta situación se ha buscado nuevas formas de instrucción al profesional para que desarrolle nuevos métodos y técnicas de análisis en las empresas.

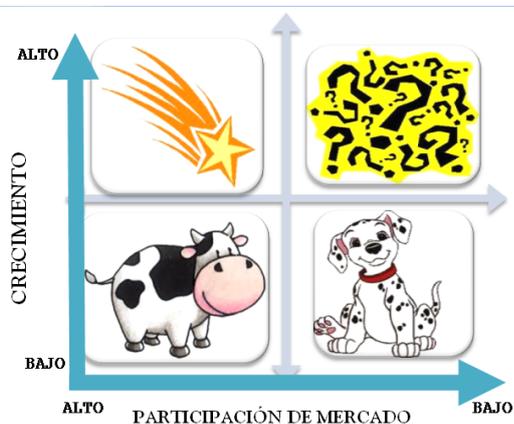
Mediante el estudio de mercado se determinó la aceptación del proyecto y se dio inicio al cálculo de los factores que conllevan la ejecución de una actividad de este tipo, para de esta forma dar paso a la estructuración de los mismos en el desarrollo de un flujo de efectivo. Mediante el uso de los métodos del VAN, la TIR y el PAYBACK se da paso a la estimación de la viabilidad del proyecto y a la obtención de las probabilidades de éxito o fracaso en la implementación del mismo.

2. Investigación de Mercado

Este proyecto se realizara inicialmente al norte de la ciudad de Guayaquil, luego de acuerdo al crecimiento del negocio se expandirá hacia otros mercados. Esta investigación de mercado nos permite conocer la aceptación de un instituto como este. Se realizaron encuestas a 70 profesionales, obteniendo resultados favorables

2.1. Matriz BCG

FIGURA 1- MATRIX BCG



2.1.1 Estrella: Gran crecimiento y participación de mercado[1].

Nuestro producto estrella es la certificación de profesionales en el área de Planeación de Negocios. En base a los resultados obtenidos en las encuestas podemos observar que la especialización en esta área posee una gran participación de mercado y un crecimiento considerable.

2.1.2 Incógnita: Gran crecimiento y poca participación de mercado[2].

De acuerdo a los resultados obtenidos podemos considerar nuestro producto incógnita es la especialización en el área de Gestión Pública y Riesgo Financiero ya que su poder en el mercado es bajo pero considerando la situación del país, profesionales pueden sentirse interesados en especializarse en esta área haciéndola que esta crezca en el futuro con posibilidades a ser un producto estrella.

2.1.3 Vaca Lechera: Poco crecimiento y alta participación de mercado[3].

El producto vaca lechera para el caso de este instituto certificador es la especialización en Análisis Estratégico Gerencial, ya que posee una participación de mercado alta y genera alto efectivo que sirve para invertir en nuevos productos estrellas. La especialización Análisis Estratégico Gerencial se la considera como el producto vaca lechera debido a la demanda que existe en el mercado para especializarse en esta área.

2.1.4 Perro: Poco crecimiento y poca participación de mercado[4].

La especialización en Negocios la hemos clasificado en esta categoría puesto que de acuerdo a los resultado existen profesionales que no sienten interés en especializarse en esta área lo que le da una participación de mercado baja y un crecimiento futuro bajo.

2.2. Marketing Mix: 4 P'S

FIGURA 2- MARKETING MIX



Elaborado por: Las Autoras.

2.2.1 Producto:

El instituto certificador de profesionales va a ofrecer 5 tipos de certificaciones las cuales incluyen el servicio de capacitación de los estudiantes profesionales. Estas certificaciones van a satisfacer las necesidades detectadas en los profesionales de tener una certificación sobre ellos y también va a ayudar a mejorar la calidad de los mismos.

Una de las ventajas de nuestro servicio es que el estudiante va a tener la oportunidad de capacitarse localmente como en el exterior aportando a que el profesional sea más interesante, preparado y con perspectivas definidas logrando un buen desempeño laboral en grandes empresas. Es muy importante mencionar que la capacitación en el exterior es opcional para los estudiantes, se lo considera de esta manera ya que no todas las personas están de acuerdo en viajar para poder finalizar la capacitación.

Las capacitaciones serán en horario ejecutivo (Jueves - Viernes: por la noche / Sábado: 10:00 - 17:00)

2.2.2 Precio:

De acuerdo a los resultados del estudio de mercado realizado. El precio asociado con la capacitación que tendrá una duración de un año y seis meses, es de \$4,000 dólares americanos. Los cuales podrán ser abonados mensual, semestral, o

de contado obteniendo un descuento especial. El estudiante también podrá acceder a créditos del IECE (INSTITUTO ECUATORIANO DE CREDITO EDUCATIVO Y BECAS), para financiar el pago de esta certificación.

Las capacitaciones en el exterior y los viáticos correspondientes, se regirán a costos adicionales.

2.2.3 Promoción:

De acuerdo a los resultados obtenidos, la promoción de nuestros servicios será vía web, puesto que el mercado objetivo tiene más afinidad con este medio de publicidad.

La publicidad se la realizará a través de la página web del instituto que será de fácil acceso mediante la búsqueda en Google también se implementará el método de correos masivos dirigidos a los colaboradores de empresas esperando captar la atención de los profesionales que prestan su servicio en estas y que se sientan interesados por los servicios ofrecidos.

Otra manera de promocionar el servicio que se ofrece es mediante catálogos en los que se detallará toda la información del servicio.

Así mismo por ser nuevos en el mercado, nuestro objetivo es el estimular la reacción inmediata del público al que queremos llegar, que se identifiquen con la institución y lograr establecer un gusto particular por nuestros servicios.

Medios como la prensa escrita y televisión serán un gran soporte para establecernos en el mercado, contaremos con un personal especializado en el área de Marketing que será de apoyo para generar propuestas de mercadeo en estos medios, el análisis constante de las preferencias del mercado nos ayudará a mantenernos al día y poder realizar los cambios necesarios con el fin de satisfacer al mismo.

2.2.4 Plaza:

En base a los resultados de las encuestas realizadas al posible mercado objetivo, el instituto estará ubicado en el Norte de la ciudad de Guayaquil, el cual es considerado como un sector muy comercial y de fácil acceso para la población. Este tipo de servicio es comercializado en la ciudad de Guayaquil inicialmente debido a que se quiere

aprovechar el hecho de que la ciudad es muy activa comercialmente considerada la número uno en el país.

Mediante un canal de distribución directo pretendemos que el público tenga mayor contacto con la institución, puesto que es en esta en la que se inscribirán, haciendo que el servicio sea determinado como exclusivo, ya que solo a través de nosotros podrá solicitar el servicio, sin necesidad de acudir a una oficina central (intermediario), lo que nos da la ventaja de tener un buen control y monitoreo del servicio que estamos brindando; enfocados que al utilizar estas herramientas se podrá improvisar un mejor servicio.

2.3. Análisis FODA

2.3.1 FORTALEZAS

- Profesionales capacitados y calificados en áreas vitales de la administración contable.
- Certificación Internacional dentro del país.
- Asegura buenos puestos de trabajos a sus miembros certificados.
- Garantiza el trabajo de los profesionales así como la eficacia de su desempeño.

2.3.2 OPORTUNIDADES

- El aumento de profesionales que requieren expandir sus conocimientos y obtener acreditación internacional.
- El hecho de que no existe una certificadora internacional de profesionales en áreas gerenciales dentro del país.
- La exigencia de profesionales de calidad por parte de las empresas públicas y privadas.

2.3.3 DEBILIDADES

- Falta de experiencia en comparación a la competencia indirecta.
- Puesto que es un servicio nuevo en el país, es posible que la clientela sea baja en los primeros años.
- Lento retorno financiero.
- Costos relativamente altos, lo cual nos impide llegar a todos los sectores.

2.3.4 AMENAZAS

- La presencia de certificadoras de ingenieros y de centros de capacitación para profesionales, que ofrecen capacitaciones y certificaciones individuales a menores precios.
- La preferencia de los profesionales por certificarse en el extranjero reduce nuestras posibilidades de tener éxito en el mercado.
- Pocas empresas se preocupan por evaluar a sus empleados mucho menos pagar por capacitarlos.
- La existencia de una extensión de la certificadora CIMA en Brasil que sería la preferencia de los profesionales en América Latina.

2.4 Organigrama

El Instituto estará constituido por cuatro departamentos: Académico, Marketing y Ventas, Mantenimiento; y el departamento Administrativo. Para mayor comprensión se muestra a continuación el siguiente Organigrama del instituto.

La organización de la Certificadora estará dividida en cuatro departamentos principales que son:

FIGURA 3- ORGANIGRAMA



2.4.1 Departamento Académico

El departamento académico es el órgano de apoyo educacional de la Certificadora, tendrá como responsabilidad, coordinar y controlar las actividades de los instructores así como la asignación de la respectiva carga académica de los docentes.

2.4.2 Departamento de Marketing y Ventas

La función principal del departamento de Marketing y Ventas es disponer de un servicio oportuno y con todas las exigencias de la categoría, supervisar la presentación y calidad de servicios que prestará la Certificadora, establecer las estrategias de precios, productos, publicidad y promoción, de forma que nuestro mercado meta conozca en el menor tiempo posible sobre los servicios que ofrece la Institución.

2.4.3 Departamento de Mantenimiento

El departamento de Mantenimiento que se encargará del aseo de toda la Institución, así como de la conservación y renovación del ambiente de la misma, también se realizarán actividades de seguridad, mantenimiento de las instalaciones y equipo en general.

2.4.4 Departamento Administrativo

El departamento Administrativo tendrá como responsabilidad la gestión de todo el personal y procesos así como el pago de los servicios básicos, sueldos y salarios, materiales de oficina requeridos, la facturación por los servicios prestados y también se llevará al día los balances, estados de resultados, entre otros para obtener la rentabilidad esperada.

3. ESTUDIO TECNICO

3.1 Registro de la Institución y su Proceso Legal

Para el proceso de establecer legalmente el instituto, se necesita la asesoría de un Abogado, el cual tendrá las siguientes funciones:

- ✓ Registrar la Institución en el CONESUP.
- ✓ Formulario del Ministerio de Educación aprobado.
- ✓ Obtener el permiso de funcionamiento por parte del municipio que son \$30 anuales.

Además de otros que se detallan a continuación:

3.2 Trámites Legales

Aprobación de Constitución	2 días
Publicación Extracto	2 días
Certificación Municipal	1 día

Inscripción Ministerio de Educación	1 día
Registro Mercantil	4 horas
Notaría: Anotación Marginal	1 día
Notaría: Registro de los 2 Nombramientos	1 día
SRI: Obtención del RUC	1 hora

3.3 Localización

El Instituto de Certificación estará ubicado en el Norte de la Ciudad de Guayaquil, en el cual los estudiantes se sientan cómodos y seguros, además es un sector cercano al status de nuestro mercado objetivo.

3.4 Descripción Del Plan De Operaciones

Las operaciones del instituto se llevarán bajo una serie de procesos en los que detallaremos desde el proceso de inscripción, las actividades realizadas en los cursos y la parte final en la cual obtienen el certificado internacional.

3.5 Activos Necesarios.

Para el funcionamiento de esta institución, se necesitará de los siguientes equipos y materiales:

FIGURA 4

Activos	Q	Activos	Q
Archivadores	4	Impresora	2
Cafetera	1	Infocus x Aula	12
Central de Aire	1	Laptop	3
Compra de Inmueble	1	Mesa para aulas	60
Computadora de Escritorio	3	Muebles de Oficina	5
Dispensador de Agua	2	Secador de Manos	2
Dispensador Jabón Líquido	2	Sillas	12
Dispensador toallas para manos	2	Sillones de Espera	3
Escritorios	5	Teléfonos	7
Fotocopiadora	1	Televisor 40"	3

Elaborado por: Las Autoras

4. Estudio Financiero.

Mediante el estudio financiero se pudo determinar la inversión necesaria para emprender este proyecto, en cuanto tiempo se recuperaría la inversión y la sensibilidad a los ingresos/gastos.

4.1 Inversión Inicial.

Considerando los equipos de oficina, mueble, y otros gastos; la inversión inicial para este proyecto será \$ 345.603,50. La misma que será financiada con el 40% capital propio y 60% deuda.

FIGURA 5

INVERSION	
Equipos de Oficina	\$ 18.209,00
Muebles de Oficina/Aulas en general	\$ 6.660,00
Materiales de Oficina y Limpieza	\$ 1.009,50
Muebles e Inmuebles (Depreciables)	\$ 303.500,00
Gastos de Instalaciones	\$ 4.225,00
Marketing de Lanzamiento	\$ 10.000,00
Trámites legales	\$ 2.000,00
INVERSION INICIAL	\$ 345.603,50

4.1 Flujo de Caja

Flujo Neto Bruto	\$ 100.500,00	\$ 62.045,00	\$ 04.446,30	\$ 15.704,50	\$ 57.910,55	\$ 102.279,75	\$ 148.926,68	\$ 197.972,34	\$ 249.544,62	\$ 303.778,79	\$ 349.544,02	\$ 398.770,70	\$ 450.073,50
------------------	---------------	--------------	--------------	--------------	--------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------

4.2 Payback

De acuerdo al flujo de caja realizado podemos observar que en el año 4 vamos a recuperar el dinero invertido en este proyecto.

Es un tiempo extenso pero es debido a que el tipo de negocio es sensible a los ingresos que se tengan lo que lo hace riesgoso.

FIGURA 6

PAYBACK				
TMAR				14,58%
Periodo	Saldo de inversión	Flujo de Caja	Rentabilidad exigida	Recuperacion Inversion
1	\$ 345.603,50	(\$ 62.645,68)	\$ 50.391,76	(\$ 113.037,43)
2	\$ 458.640,93	(\$ 24.446,63)	\$ 66.873,52	(\$ 91.320,15)
3	\$ 549.961,08	\$ 15.704,56	\$ 80.188,72	(\$ 64.484,17)
4	\$ 614.445,25	\$ 57.910,55	\$ 89.591,03	(\$ 31.680,49)
5	\$ 646.125,73	\$ 102.279,75	\$ 94.210,30	\$ 8.069,45
6	\$ 638.056,28	\$ 148.926,68	\$ 93.033,71	\$ 55.892,97
7	\$ 582.163,30	\$ 197.972,34	\$ 84.884,07	\$ 113.088,27
8	\$ 469.075,03	\$ 249.544,62	\$ 68.394,89	\$ 181.149,73
9	\$ 287.925,30	\$ 303.778,79	\$ 41.981,81	\$ 261.796,97
10	\$ 26.128,32	\$ 415.873,50	\$ 3.809,72	\$ 412.063,78

Elaborado por: Las Autoras

4.3 Análisis de Sensibilidad Univariado

La necesidad de realizar un análisis de sensibilidad con respecto a ingresos y gastos es de gran necesidad en todo proyecto pues por medio del mismo se puede determinar la variabilidad del proyecto ante cambios dentro del flujo y que tanto pueden llegar a afectar un proyecto.

Para estudiar la sensibilidad del proyecto se han considerado 3 posibles escenarios, en los cuáles se presume que los ingresos aumentarán en un 5%, disminuirán en 5% y en otro posible escenario disminuirá en 10%.

En las dos primeras situaciones a pesar de los cambios el proyecto será factible, de modo que una disminución de los ingresos en un porcentaje mínimo no causaría problema alguno con la implementación del proyecto.

Pero en el caso de una disminución del 10% el proyecto decae dando como resultado un VAN negativo que nos obligaría a reducir costos dentro de la Institución si queremos mantenernos con el proyecto y retribuir dicha pérdida.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD RESPECTO A INGRESOS				
VARIACION		VAN	TIR	RESULTADO
	5%	578817,509	44,72%	FACTIBLE
	0	284018,944	28,53%	FACTIBLE
	-5%	-5451,5043	14,25%	NO FACTIBLE
	-10%	-297586,011	0,87%	NO FACTIBLE

Elaborado por: Las Autoras.

Figura 34: SENSIBILIDAD DE INGRESOS



FIGURA 7- ANALISIS DE SENSIBILIDAD INGRESOS

En el caso de los Costos decidimos tomar como referencia los Costos de Venta, puesto que son los más susceptibles a cambios de existir variantes en el negocio. Los escenarios a analizar fueron incrementos de los mismos en un 5%, 10% y 15% respectivamente. Los resultados son muy determinantes al indicarnos que nuestro proyecto es muy sensible frente a variaciones en los costos, cuando aumenta en un 5% el proyecto sigue siendo factible, pero a cambios mayores del 10 y 15% el proyecto se vuelve inservible y presenta graves pérdidas que solo podrían ser cubiertas con

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD RESPECTO A COSTOS				
VARIACION		VAN	TIR	RESULTADO
	15%	-453888,775	-6%	NO FACTIBLE
	10%	-207919,535	5%	NO FACTIBLE
	5%	38049,7045	16%	FACTIBLE
	0	284018,944	29%	FACTIBLE

Elaborado por: Las Autoras

Figura 35: SENSIBILIDAD DE COSTOS



aumentos en los precios de los cursos, que harían más caros los servicios y podríamos llegar a perder nuestro mercado.

FIGURA 8- ANALISIS DE SENSIBILIDAD EGRESOS

5. Conclusiones

- El proyecto es factible dado que el mismo cumple con los principios de:
 $VAN > 0$; $TIR > TMAR$.
 $\$ 284,018.94 > 0$; $29\% > 14.58\%$
 Con esto podemos concluir que el proyecto se acepta.
- Basándonos en el flujo de caja del proyecto el período de recuperación del capital es en el año 4, lo cual es un período muy cercano a la realidad considerando que el proyecto es un poco riesgoso.
- De acuerdo al análisis de sensibilidad univariado de los ingresos, podemos concluir que el proyecto es sensible a los ingresos. Ya que si consideramos los escenarios de que los ingresos aumentan y disminuyen en 5% el proyecto es factible; por otro lado si consideramos que los ingresos disminuyen 10% el proyecto no es factible ya que el VAN sería menor que cero y la TIR menor que la TMAR.
- Sin embargo, considerando el análisis de sensibilidad univariado de los costos; se concluye que el proyecto es sensible a estos también. Si los costos se mantienen o aumentan en 5% el proyecto es factible, pero si los costos aumentan en 10% y 15% la situación cambia ya que el VAN sería negativo y la TIR disminuiría siendo menor que la TMAR dando como resultado que el proyecto no sea factible.
- El objetivo de nuestro proyecto es el aportar al desarrollo del profesional, dándole un valor agregado a los títulos ya obtenidos, generando así una razón que persuade al empleador a contratar profesionales de alto nivel preparados para enfrentar los retos diarios empresariales.
- Es en base a la exigencia laboral lo que nos hace pensar en un proyecto de aporte educativo, ofreciendo ayuda en la realización de la persona, nivelación y aprendizaje constante que todo profesional de nivel gerencial posee, de esta manera brindamos la seguridad de

que los futuros gerentes de compañías estén preparados para asumir exigencias y cambios que conlleven los negocios. Nuestra ventaja competitiva resulta que por ser primeros en el mercado en traer certificaciones internacionales tendremos un poder de mercado único que nos permitirá establecernos dentro del país sin problemas.

7. Cubriendo las expectativas proyectadas tanto de ingresos como costos, se muestra que el proyecto tendría una buena acogida, la demanda está estimada a crecer en un 1,37% anual y se espera llegar a cubrir una cuota del mercado del 1% que para ser primerizos es muy ambicioso, puesto que existen muchos competidores indirectos con antecedentes de varios años de servicio que logran llegar a un 3%.

6. Recomendaciones

- Se recomienda la posible expansión del proyecto dentro de otras áreas, así como la expansión de territorio, puesto que nuestro proyecto estará centrado en Guayaquil, podría ser una desventaja para las

personas de otras regiones que quieran estudiar con nosotros.

- La inversión constante en publicidad y los estudios de mercado deben ser la base fundamental del crecimiento de nuestro mercado objetivo, el mantenerlos atraídos hacia nuestra Institución requerirá de nuevos métodos que deberán implementarse con el pasar de los años.
- El satisfacer las necesidades del mercado es muy importante, por ello se debe mantener en constante comunicación con el público para saber si están satisfechos con los servicios prestados y que sugieran cambios de ser necesarios.
- Se recomienda también futuras alianzas con empresas públicas y privadas, para la capacitación continua del personal, para de esta manera crecer en el mercado.