



UNIVERSIDAD  
BOLIVARIANA  
DEL ECUADOR

TRABAJO DE TITULACIÓN

UNIVERSIDAD  
BOLIVARIANA  
DEL ECUADOR



UNIVERSIDAD BOLIVARIANA DE ECUADOR

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

TRABAJO DE TITULACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

TEMA

PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA DE CAPACITACIÓN INTEGRAL EN  
ELABORACIÓN DE HOJAS DE VIDA

Autor/es:

SEGUNDO CEDILLO MERCHAN

RUTH ALEXANDRA MUÑOZ PUPIALES

Tutor/a:

MSC. GLEN ROBAYO CABRERA

GUAYAQUIL-ECUADOR

2024



UNIVERSIDAD  
BOLIVARIANA  
DEL ECUADOR

## TRABAJO DE TITULACIÓN

### DEDICATORIA

*Cada minuto, horas, días y meses invertidos en el aprendizaje no hubieran sido posible sin la bendición de Dios. Que actúa para lograr nuestros objetivos y demostrarte que en esta vida todo lo que uno se propone se puede lograr con esfuerzo, perseverancia y dedicación.*

*A mis amigos compañeros de trabajo por la motivación a seguir y quiero demostrarte que nunca te rindas por más difícil que sea el camino porque “el tamaño de tu éxito será del tamaño de tu esfuerzo” (Francisco de Miranda, 1797).*

*A mi familia entera por apoyarme constantemente durante todo este tiempo de estudio*

*Mediante su fortaleza y motivación siendo mi luz en momentos de dificultad, duda y desafío, siendo mi motor y base fundamental en mi vida, dedico esta tesis a Dios, también a todos mis familiares y amigos más cercanos, que con sus palabras de ánimo y compañía, siempre me motivaron hasta el final.*

*Ruth Alexandra Muñoz Pupiales*



UNIVERSIDAD  
BOLIVARIANA  
DEL ECUADOR

## TRABAJO DE TITULACIÓN

### AGRADECIMIENTO

*Agradezco a nuestras familias por habernos brindado todo el apoyo y aprender de esta hermosa área de la administración de empresas. Agradecemos a nuestras mamás por apoyarnos poder estudiar y lograr alcanzar una Maestría, esto va para ustedes dos mujeres luchadoras que salieron solas adelante y nos dieron las mejores oportunidades que la vida permitió.*

*Agradezco a la Universidad Bolivariana del Ecuador por su apoyo y confianza en nuestras habilidades y capacidad profesional para proponer un plan de proyecto que beneficie a la comunidad y a los estudiantes de la Universidad.*

*Agradezco a mi tutor por su orientación y apoyo constante en la guía de la formulación de este Proyecto Final de Graduación. Y sobre todo agradezco a mis compañeros que me acompañaron en toda la Maestría por su experiencia profesional compartida y su amistad.*

*¡Ustedes son geniales!*

*Primero agradezco a Dios por ser mi guía y fortaleza en este proceso de aprendizaje que continuamente me motivo a culminar este trabajo, también agradezco a mis familiares, amigos y compañeros por ser parte importante en este viaje académico.*



UNIVERSIDAD  
BOLIVARIANA  
DEL ECUADOR

## TRABAJO DE TITULACIÓN

### RESUMEN

El presente estudio aborda la creación de una empresa en la ciudad de Quito, Ecuador, encargada de capacitación integral y elaboración de hojas de vida o currículum vitae, dirigida a usuarios interesados a mejorar sus hojas de vida, ayudando a estas personas profesionales y no profesionales a que su documento sea llamativo y creativo, como respuesta a la creciente demanda de asesoramiento especializado entre las personas que lo necesitan. El objetivo principal es diseñar un plan de negocio que cubra necesidades de nuestros clientes. La metodología utilizada fue el análisis interno y externo mediante encuestas y entrevistas a usuarios de edades en rango de 18 a 60 años, lo que evidencio las necesidades particulares en lo que respecta a él plan de negocios. Los resultados destacan una significativa falta de conocimiento en temas de como realizar una hoja bien diseñada, en su presentación y técnicamente capacitando el mismo tiempo que brinde asesoría. La propuesta contempla la creación de una empresa dedicada a brindar servicios de capacitación de manera virtual para obtención de un empleo, considerando la alta demanda de estos servicios y el potencial impacto positivo en el desarrollo económico y social de nuestro País.

**Palabras Clave:** Hojas De Vida, Negocio, Flujo De Caja, Evaluación, Costos, Servicios, Inversión



UNIVERSIDAD  
BOLIVARIANA  
DEL ECUADOR

## TRABAJO DE TITULACIÓN

### ABSTRACT

The present study addresses the creation of a company in the city of Quito, Ecuador, in charge of comprehensive training and preparation of resumes or curriculum vitae, aimed at users interested in improving their resumes, helping these professional and non-professional people. to make your document eye-catching and creative, in response to the growing demand for specialized advice among people who need it. The main objective is to design a business plan that meets the needs of our clients. The methodology used was internal and external analysis through surveys and interviews with users between the ages of 18 and 60, which evidenced the particular needs regarding the business plan. The results highlight a significant lack of knowledge on issues of how to make a well-designed sheet, in its presentation and technically training at the same time as providing advice. The proposal contemplates the creation of a company dedicated to providing training services virtually to obtain employment, considering the high demand for these services and the potential positive impact on the economic and social development of our Country.

**Keywords:** Resumes, Business, Cash Flow, Evaluation, Costs, Services, Investment



## ÍNDICE GENERAL

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	1
Planteamiento del problema .....	2
Objetivo General .....	4
Objetivos Específicos:.....	4
Métodos a emplear .....	4
Diseño de la Investigación .....	5
Justificación.....	6
Descripción breve del contenido que integra el informe del trabajo de titulación.....	8
<b>1. ANTECEDENTES TEÓRICOS DEL PROYECTO.</b> .....	10
1.1. Realidad y Contexto de los Emprendimientos en América Latina .....	10
1.2. La evolución de los emprendimientos en el contexto ecuatoriano.....	11
1.3. Emprendimiento y Planificación de Negocios .....	14
1.4. Plan de Negocios.....	15
1.4.1. Definición del plan de negocios .....	15
1.4.2. Importancia de un plan de negocio .....	15
1.4.3. Elementos de un plan de negocios .....	16
1.4.4. Planificación estratégica de un negocio .....	17
1.4.5. Estrategias de marketing .....	17
1.4.6. Plan operaciones.....	18
1.4.7. Plan financiero.....	18
1.5. Estrategias y técnicas para el desarrollo de un Plan de Negocio .....	18



1.5.1.	Modelo Canvas (Business Canvas Model).....	19
1.5.2.	Análisis FODA .....	19
1.5.3.	Marketing Mix (4 P's) .....	19
1.5.4.	Análisis PESTEL.....	20
1.5.5.	Fuerzas de Porter .....	21
1.6.	Mercado Laboral y Competencias.....	21
1.7.	Recursos Humanos y Gestión De Talento.....	22
1.8.	Desarrollo Profesional y Capacitación .....	23
1.9.	Búsqueda de empleo y marketing profesional .....	24
1.10.	Importancia de la Capacitación y Desarrollo De Habilidades .....	25
1.11.	Políticas laborales en Ecuador.....	26
1.12.	Hoja de Vida y su importancia en el mundo laboral .....	28
<b>2.</b>	<b>DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO .....</b>	<b>30</b>
2.1.	Planteamiento general: descripción y justificación del negocio. ....	30
2.2.	Elementos innovadores del proyecto.....	31
<b>3.</b>	<b>ANÁLISIS SITUACIONAL.....</b>	<b>32</b>
3.1.	Análisis del entorno externo.....	32
3.1.1.	Entorno Político.....	33
3.1.2.	Entorno Económico.....	33
3.1.3.	Entorno Social .....	33
3.1.4.	Entorno Tecnológico .....	34
3.1.5.	Entorno Ambiental .....	34



3.1.5. Entorno Legal .....	34
3.2. Análisis de Mercado.....	35
3.2.1 Mercado potencial .....	37
3.2.2 Público objetivo.....	38
3.2.3 Competencia.....	39
<b>4. DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO.....</b>	<b>42</b>
<b>5. ESTRATEGIA DE MARKETING.....</b>	<b>45</b>
5.1. Cartera de servicios y propuesta de valor.....	45
5.2. Estrategias de Marketing.....	46
a. Producto .....	46
b. Precio.....	47
c. Plaza (Distribución).....	48
d. Promoción .....	48
5.3. Análisis de la encuesta .....	81
5.4. Proyección de ventas (3 años).....	90
5.5. Presupuesto de Marketing .....	94
<b>6. PLAN DE OPERACIONES .....</b>	<b>96</b>
6.1. Localización .....	96
6.2. Definición de procesos relevantes.....	96
6.3. Recursos necesarios (humanos y materiales).....	98
6.4. Estructura de costes.....	100
<b>7. EQUIPO DIRECTIVO Y ORGANIZACIÓN.....</b>	<b>100</b>



7.1.	Miembros del equipo directivo .....	100
7.2.	Forma jurídica .....	101
7.3.	Misión y visión.....	101
7.4.	Organigrama.....	102
<b>8.</b>	<b>PLAN FINANCIERO .....</b>	<b>102</b>
8.1.	Inversión y financiación inicial.....	102
8.2.	Ingresos y gastos .....	103
8.3.	Estados previsionales: Balances y Cuentas de Pérdidas y Ganancias previsionales....	104
8.4.	Evaluación del proyecto .....	106
	<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>108</b>
	<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>109</b>
	<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>110</b>
	<b>ANEXOS .....</b>	<b>113</b>



## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> <i>Análisis PESTEL</i> .....	32
<b>Tabla 2</b> <i>Matriz de Análisis de Mercad</i> .....	35
<b>Tabla 3</b> <i>Matriz de Análisis de Porter</i> .....	40
<b>Tabla 4</b> <i>Business Canval Model de la propuesta</i> .....	42
<b>Tabla 5</b> <i>Descripción de productos y servicios ofertados</i> .....	46
<b>Tabla 6</b> <i>Matriz de campañas de marketing</i> .....	79
<b>Tabla 7</b> <i>Metodología para evaluar la eficacia de las estrategias de marketing</i> .....	80
<b>Tabla 8</b> <i>Datos demográficos de la muestra</i> .....	81
<b>Tabla 9</b> <i>Disposición de Pago en Servicios Especializados en Hojas de Vida</i> .....	89
<b>Tabla 10</b> <i>Disposición de Pago en Servicios Agregados al Diseño de Hojas de Vida</i> .....	89
<b>Tabla 11</b> <i>Precios por cada servicio de acuerdo con las encuestas</i> .....	91
<b>Tabla 12</b> <i>Ventas proyectadas por el servicio de Plantillas personalizadas</i> .....	91
<b>Tabla 13</b> <i>Ventas proyectadas por Servicios Especializados</i> .....	92
<b>Tabla 14</b> <i>Ventas proyectadas por Servicios Agregados</i> .....	93
<b>Tabla 15</b> <i>Ingresos Totales proyectados por año</i> .....	94
<b>Tabla 16</b> <i>Presupuesto anual detallado de Marketing</i> .....	94
<b>Tabla 17</b> <i>Mano de Obra Directa por servicio</i> .....	98
<b>Tabla 18</b> <i>Activos fijos</i> .....	98
<b>Tabla 19</b> <i>Gastos de mantenimiento</i> .....	99
<b>Tabla 20</b> <i>Costos iniciales de puesta en marcha</i> .....	99



<b>Tabla 21</b> <i>Estructura de costes de la Empresa</i> .....	100
<b>Tabla 22</b> <i>Gastos de Constitución</i> .....	101
<b>Tabla 23</b> <i>Inversión Inicial</i> .....	103
<b>Tabla 24</b> <i>Ingresos Proyectados a 5 años</i> .....	103
<b>Tabla 25</b> <i>Costos y Gastos Proyectados a 5 años</i> .....	104
<b>Tabla 26</b> <i>Estado de Pérdidas y Ganancias a 5 años</i> .....	104
<b>Tabla 27</b> <i>Valor Actual Neto</i> .....	106
<b>Tabla 28</b> <i>Flujo neto y recuperación de inversión</i> .....	107



## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> <i>Árbol de problemas</i> .....	3
<b>Figura 2</b> <i>Provincias pertenecientes a los encuestados</i> .....	84
<b>Figura 3</b> <i>Aspectos importantes de una hoja de vida</i> .....	85
<b>Figura 4</b> <i>Características del servicio de elaboración de hojas de vida</i> .....	86
<b>Figura 5</b> <i>Medios de comunicación utilizado para la búsqueda de ofertas de empleo y recursos de capacitación</i> .....	86
<b>Figura 6</b> <i>Disposición de pago por el Servicio de Plantillas personalizadas de Hojas de vida.</i> ..	88
<b>Figura 7</b> <i>Localización de las oficinas administrativas</i> .....	96
<b>Figura 8</b> <i>Mapa de procesos de la empresa</i> .....	97
<b>Figura 9</b> <i>Organigrama de la empresa</i> .....	102



UNIVERSIDAD  
BOLIVARIANA  
DEL ECUADOR

## TRABAJO DE TITULACIÓN

### LISTADO DE ANEXOS

**Anexo 1** *Instrumento 2 - Encuesta de factibilidad de creación de capacitación para la elaboración de hojas de vida.* .....113

**Anexo 2** *Instrumento 2 - Entrevista a Expertos en Talento Humano y Responsables del Área.*119



## INTRODUCCIÓN

En la actual era digital, la competencia en el mercado laboral es cada vez más intensa y competitiva, así, la presentación de una hoja de vida destacada y profesional se ha convertido en una herramienta esencial para quienes buscan oportunidades laborales. Sin embargo, muchas personas carecen de los conocimientos y habilidades necesarios para elaborar una hoja de vida que realmente capte la atención de los reclutadores (Fritzscht et al., 2021). En este contexto, se plantea la creación de una empresa dedicada a la capacitación integral y asesoramiento en la construcción de hojas de vida, donde principalmente, se busca ayudar a los usuarios a mejorar sus posibilidades de inserción laboral a través de un servicio integral que incluye talleres, consultoría personalizada y acceso a plantillas profesionales.

Este plan de negocio busca establecer un modelo sostenible y rentable, identificando oportunidades de mercado y diseñando estrategias efectivas para alcanzar el éxito. Sin embargo, este plan de negocio es de vital importancia para la creación, efectividad y sostenibilidad a largo plazo a la gestión de la empresa (Gaytán Cortés, 2020). Por lo que, la importancia de un plan de negocio para una empresa de servicio de capacitación para la construcción de hojas de vida radica en su capacidad para proporcionar una hoja de ruta clara y estructurada hacia el éxito empresarial.

Un plan de negocio detallado se vuelve importante para identificar y analizar el mercado objetivo, comprender las necesidades y preferencias de los clientes potenciales, y diseñar una propuesta de valor que responda efectivamente a esas demandas. Además, un plan bien elaborado permite evaluar la viabilidad financiera del proyecto, proyectando ingresos y gastos, y estableciendo estrategias de precios y canales de distribución que aseguren la rentabilidad y sostenibilidad del negocio (Vega & Guerrero, 2020).

Asimismo, el plan de negocio sirve como una herramienta de gestión que guía la toma de decisiones estratégicas y operativas, al delinear claramente los objetivos, estrategias de marketing, estructura organizativa y procedimientos operativos, se facilita la coordinación y alineación de todas las áreas de la empresa hacia el logro de sus metas (Sumba-Bustamante et al., 2020). Además, un plan de negocio bien fundamentado es esencial para atraer inversores y asegurar financiamiento, ya que demuestra que el proyecto ha sido cuidadosamente pensado y tiene un alto potencial de éxito (Vega & Guerrero, 2020).



El presente documento desarrolla entonces un plan financiero detallado para evaluar la viabilidad económica del proyecto y asegurar una gestión eficiente de los recursos. La estimación de ingresos, la elaboración de un presupuesto de gastos, y el análisis de rentabilidad son componentes fundamentales que permitirán a la empresa operar de manera eficiente y alcanzar sus objetivos a largo plazo (Gaytán Cortés, 2020). Este plan financiero servirá como guía para la toma de decisiones estratégicas y la planificación de actividades futuras, garantizando la estabilidad y crecimiento de la empresa en un mercado competitivo.

Por otro lado, la expresión de Curriculum Vitae es una expresión latina, que se conoce en muchos países principalmente en América Latina, que significa la carrera u hoja de vida de una persona (Ojeda-Avellaneda et al., 2021). Un currículum es un compendio resumido y esquemático de la vida laboral y formativa de una persona, redactado de forma tal que ponga de manifiesto la idoneidad de la misma para ocupar un puesto de trabajo determinado, por lo que es tan importante y esencial en las distintas ocasiones u oportunidades laborales cuando se está buscando empleo (Castelo-Heymann, 2021).

### **Planteamiento del problema**

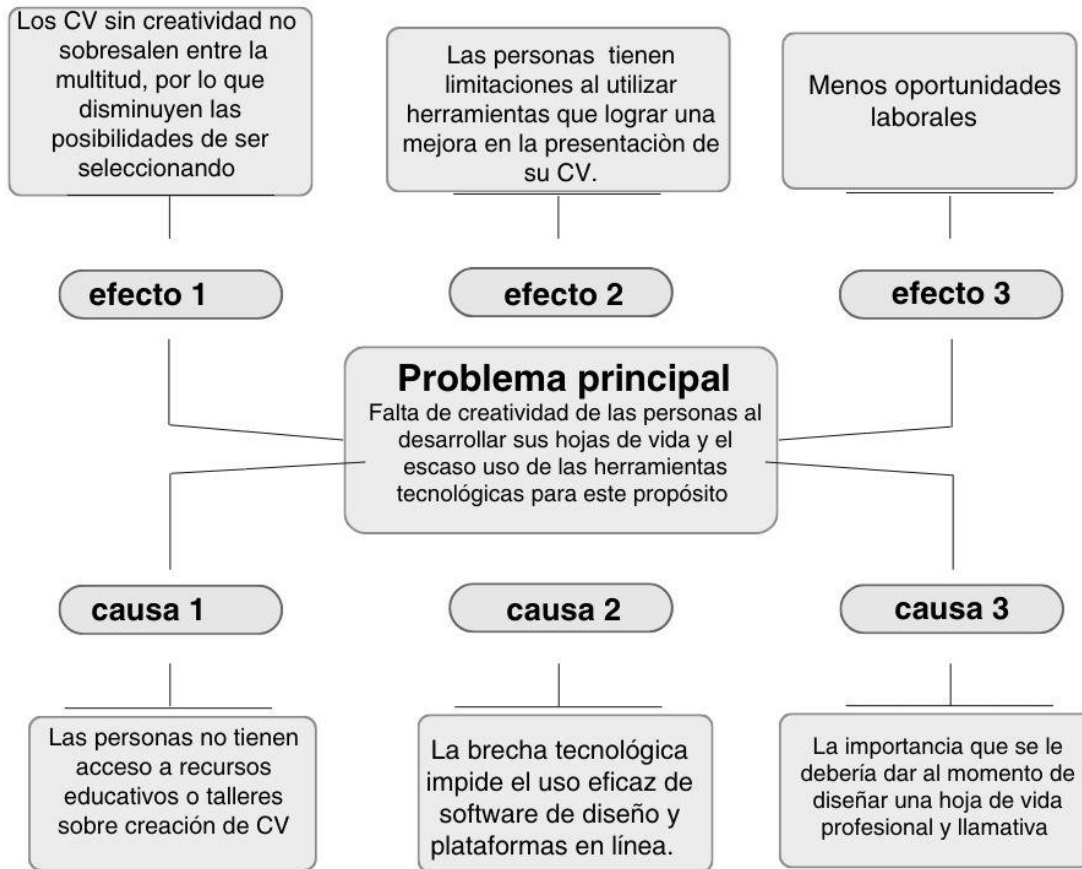
En la actualidad, la falta de información sobre recursos accesibles para capacitación integral y la creación de hojas de vida, conlleva a que buscadores de empleo terminen utilizando currículos poco competitivos. La tendencia a utilizar formatos tradicionales y poco creativos en la elaboración de hojas de vida limita significativamente las oportunidades de los candidatos en un mercado laboral cada vez más exigente. La implementación de plantillas modernas y atractivas, que se adapten a diversas industrias y ambientes laborales, podría ser una solución efectiva para mejorar la presentación de los currículos y, en consecuencia, las posibilidades de inserción laboral.

La falta de conciencia sobre la importancia de la creatividad en la elaboración de hojas de vida y el desconocimiento de las herramientas disponibles para mejorar su presentación son problemas significativos que deben abordarse. Es fundamental crear conciencia sobre este tema a través de servicios integrales en línea como campañas informativas y talleres educativos dirigidos a estudiantes, profesionales y empresarios. Además, organismos gubernamentales, instituciones educativas y empresas pueden

jugar un papel importante ofreciendo recursos y capacitación gratuita o asequible para el desarrollo de currículos creativos y el uso de herramientas modernas. Se presenta entonces el árbol de problemas en la Figura 1.

**Figura 1**

*Árbol de problemas*



*Nota.* La presente figura fue elaborada por los autores.

Antes las causas raíz y los efectos expuestos en el árbol de problemas, el presente plan de negocios busca mitigar el problema y trabajar en acciones de mejora que sean eficaces dentro de la empresa en construcción. Por lo que la pregunta que guía el presente estudio es ¿Cómo la creación de una empresa de capacitación integral ayudaría a las personas a construir sus hojas de vida que destaquen de manera efectiva sus habilidades y logros con el uso de nuevas tecnologías de información?



## Objetivo General

Desarrollar un plan de negocios para una empresa de capacitación integral en elaboración de hojas de vida.

## Objetivos Específicos:

- Llevar a cabo una revisión exhaustiva de la literatura para comprender profundamente las necesidades y demandas actuales de los usuarios en la elaboración de hojas de vida.
- Elaborar la idea del plan de negocio para la creación de la empresa de capacitación integral en elaboración de hojas de vida, utilizando el modelo BUSINESS CANVAS, elaborando estrategias de operación del proyecto.
- Desarrolla la estructura organizacional de la empresa definiendo los roles y responsabilidades de cada puesto, estableciendo un organigrama que facilite la comunicación interna, promoviendo un entorno de trabajo colaborativo.
- Evaluar la viabilidad del plan de negocio, enfocándose en identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del proyecto.

## Métodos a emplear

El paradigma asociado a este plan de negocios es principalmente interpretativo. Este paradigma se enfoca en comprender en profundidad las experiencias, percepciones y significados que los individuos asignan a la elaboración y presentación de sus hojas de vida, así como a la utilización de plataformas digitales para este fin. Se busca entender el contexto social, cultural y laboral en el que se desenvuelven los usuarios, así como las interacciones y relaciones que establecen con la tecnología y el mercado laboral (Villacis et al., 2018). Este enfoque interpretativo permite captar la complejidad y la diversidad de las experiencias individuales, así como las dinámicas subyacentes que influyen en el proceso de búsqueda de empleo y construcción de la identidad profesional (Solano Hernández, 2023).

Además, el paradigma interpretativo promueve la flexibilidad metodológica y el uso de técnicas cualitativas de recolección de datos, como entrevistas en profundidad y análisis de



contenido, que son fundamentales para explorar las múltiples dimensiones y perspectivas involucradas en este proceso (RUIZ ROJAS, 2017). Por lo que, el paradigma interpretativo proporciona un marco teórico y metodológico adecuado para abordar las complejidades y desafíos inherentes a la creación de un negocio centrado en la capacitación y elaboración de hojas de vida.

De acuerdo con Ricoy (2005) el **paradigma interpretativo** “describe el hecho en el que se desarrolla el acontecimiento, en él que el uso de la metodología cualitativa permite hacer una rigurosa descripción contextual de estas situaciones que posibilitan la intersubjetividad en la captación de la realidad, a través de una recogida sistemática de los datos que admite el análisis descriptivo. Se apuesta por la pluralidad de métodos y la utilización de estrategias de investigación específicas y propias de la condición humana”.

### **Diseño de la Investigación**

La metodología propuesta para este plan de negocios se fundamenta en un **enfoque mixto** que combina elementos cualitativos y cuantitativos para obtener una comprensión completa y detallada del mercado objetivo, así como del entorno empresarial. En primer lugar, se realizarán entrevistas en profundidad con expertos en recursos humanos, capacitadores y personas en búsqueda de empleo. Estas entrevistas proporcionarán información cualitativa sobre las necesidades, percepciones y expectativas de los usuarios en relación con la elaboración de hojas de vida y la presentación de video. Este enfoque cualitativo permitirá obtener una comprensión profunda de los factores que influyen en el proceso de búsqueda de empleo y en la construcción de la identidad profesional (Ali et al., 2022).

Además de las entrevistas cualitativas, se llevarán a cabo encuestas diseñadas para recopilar datos cuantitativos sobre la aceptación del mercado hacia la plataforma web propuesta. Estas encuestas se distribuirán entre una muestra representativa de la población objetivo para obtener información sobre las preferencias, tendencias y comportamientos del mercado en relación con el uso de tecnologías para la búsqueda de empleo. Este enfoque cuantitativo complementará los hallazgos cualitativos y proporcionará datos estadísticos que respalden el análisis y las decisiones estratégicas.



Adicionalmente, se realizará una revisión exhaustiva de la literatura académica y de mercado relacionada con la elaboración de hojas de vida, las tendencias en el mercado laboral y el uso de tecnologías para la búsqueda de empleo. Esta revisión bibliográfica proporcionará un contexto teórico y práctico para el desarrollo del plan de negocios, así como conocimientos sobre las mejores prácticas y tendencias actuales en el campo.

Finalmente, se realizará un análisis detallado de la competencia para identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en el mercado. Este análisis permitirá comprender el posicionamiento de la plataforma web propuesta en relación con otras soluciones disponibles y desarrollar estrategias competitivas efectivas. En conjunto, estos enfoques permitirán obtener una visión integral que respalde el desarrollo y la implementación exitosa del plan de negocios.

### **Justificación**

El presente plan de negocio para la creación de una empresa de capacitación integral y elaboración de hojas de vida se justifica en respuesta a las necesidades actuales del mercado laboral, que demanda un enfoque más innovador y creativo en la presentación de candidatos (Ortiz, 2021). Con el avance de la tecnología y la digitalización, las empresas buscan profesionales que no solo cuenten con habilidades técnicas, sino que también sean capaces de comunicar efectivamente su experiencia y aptitudes. En este contexto, una hoja de vida ofrece una oportunidad única para los candidatos de destacarse y mostrar su personalidad y habilidades de manera más dinámica y atractiva (Ali et al., 2022).

Adicionalmente, este plan de negocio aborda una necesidad específica en el mercado ecuatoriano, donde existe una escasez de plataformas especializadas en la capacitación para la elaboración de hojas de vida con elementos multimedia. Si bien existen diversas herramientas y recursos disponibles en línea, la falta de orientación y capacitación adecuada limita el potencial de los candidatos para destacarse en un mercado laboral cada vez más competitivo (Li et al., 2020). Esta plataforma busca llenar ese vacío proporcionando no solo herramientas prácticas, sino también orientación y asesoramiento personalizado para maximizar las oportunidades de éxito de los usuarios en su búsqueda de empleo.

Por otro lado, este proyecto se justifica en su enfoque inclusivo y accesible, dirigido a personas de diferentes sectores y niveles de experiencia (Adamovic, 2020). Al ofrecer una amplia variedad de recursos y plantillas adaptadas a diversas industrias y perfiles profesionales, se busca



democratizar el acceso a herramientas de desarrollo profesional que antes estaban reservadas para ciertos sectores o grupos socioeconómicos. Esto contribuirá a nivelar el campo de juego y ofrecer oportunidades de crecimiento y movilidad laboral a una amplia gama de personas, independientemente de su formación o experiencia previa.

Diversos autores consideran que la versatilidad de una plataforma web que ofrezca la creación de hojas de vida con video de presentación puede adaptarse a diferentes industrias y perfiles profesionales (Chou & Yu, 2020; Li et al., 2020; Pal et al., 2022). Desde los jóvenes graduados hasta profesionales con experiencia, todos pueden beneficiarse de esta herramienta para destacar sus fortalezas y habilidades de manera efectiva. De acuerdo con Castro (2003) surge con el objetivo de aplicar los fundamentos de la Ingeniería del Software sobre el desarrollo sistemático de aplicaciones Web, atendiendo a las características particulares propias de este tipo de aplicaciones.

Sin embargo, se ha restado importancia a los beneficios de crear un plan de negocios en pequeños emprendimientos. Ejecutar un plan de negocios es fundamental por varias razones clave: En primer lugar, proporciona una guía clara y estructurada para el desarrollo y la implementación de una idea empresarial (Gaytán Cortés, 2020). Al definir objetivos específicos, estrategias y acciones concretas, el plan de negocios ayuda a mantener el enfoque y la dirección, evitando desviaciones y maximizando las posibilidades de éxito.

Por lo que, al establecer metas claras y medibles, el plan de negocios facilita la evaluación del progreso y el rendimiento, lo que permite realizar ajustes y mejoras en función de los resultados obtenidos. Así también, el plan de negocios es una herramienta necesaria para la toma de decisiones informadas, al analizar detalladamente el mercado, la competencia, los recursos disponibles y otros factores relevantes, los empresarios pueden evaluar de manera más precisa las oportunidades y los riesgos asociados con su empresa (Vega & Guerrero, 2020). Esto permite tomar decisiones estratégicas fundamentadas en datos y análisis, en lugar de basarse únicamente en la intuición o el instinto.

Otra razón importante para ejecutar un plan de negocios es su utilidad para atraer financiamiento y recursos externos. Ya sea que se busquen inversionistas, socios comerciales o préstamos bancarios, un plan de negocios sólido y bien elaborado proporciona a los potenciales financiadores la información necesaria para evaluar la viabilidad y el potencial de retorno de la



inversión (Gaytán Cortés, 2020). Al presentar de manera clara y convincente la propuesta de valor de la empresa, sus objetivos financieros y su estrategia de crecimiento, se aumentan significativamente las posibilidades de obtener el respaldo necesario para llevar adelante el proyecto.

Por lo que el presente estudio también se justifica en la factibilidad de ejecutar un plan de negocios para establecer una base sólida y estructurada para el éxito empresarial, proporcionando una guía clara y orientación en todas las etapas del proceso empresarial, para tomar decisiones informadas y estratégicas, y aumentar las posibilidades de obtener financiamiento y recursos externos (Rincón Soto et al., 2022). En última instancia, un plan de negocios bien ejecutado puede marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso de una empresa.

### **Descripción breve del contenido que integra el informe del trabajo de titulación**

El presente trabajo de titulación comienza con una introducción que se presenta y se contextualiza el problema a investigar. Se plantea el problema y se plantean las preguntas de la investigación. Se establecen los objetivos generales y específicos del caso a estudiar.

Continuación, se identifican los métodos teóricos, empíricos y matemáticos estadísticos que se utilizan en el estudio, se describe el paradigma epistemológico, el enfoque que se dará de la investigación, el alcance del estudio y el tipo de diseño. Se describe las técnicas e instrumentos empleados que se utilizarán para la recolección de información, así mismo los métodos estadísticos que van a ser empleados para analizar la información recolectada.

Posterior a eso, se explica la importancia del estudio, la necesidad de la sociedad y otros aspectos a tomar en cuenta para su realización. Se facilita una revisión de la literatura sobre los planes de negocio, modelo canvas y la PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA DE CAPACITACIÓN INTEGRAL EN ELABORACIÓN DE HOJAS DE VIDA, se describe y se justifica la idea del negocio, destacando la importancia y los elementos de innovación del proyecto.

Se abarca un análisis del entorno externo y del mercado de la localidad y se identifica el mercado potencial, el público objetivo y la competencia. Se describe el modelo de negocio que se plantea y se detalla las estrategias de marketing a emplear incluyendo la cartera de productos y servicios, la propuesta de valor, las proyecciones de ventas en los siguientes cinco años y el presupuesto de marketing.



Se describe la localización y la ubicación de la empresa, los procesos importantes, los recursos a emplear como son humanos y materiales y estructura de los costes. Se presentan los miembros de equipo directivo que está inmerso, la forma jurídica de la empresa, la misión y visión y el organigrama descrito.

Finalmente se contempla la inversión inicial y finalización, los ingresos y egresos los estados previsionales, como son los balances y cuentas de pérdidas y ganancias previsionales y la evaluación del proyecto. El informe concluye con las conclusiones y recomendaciones derivadas del estudio, seguidas de las referencias bibliográficas y anexos.



## 1. ANTECEDENTES TEÓRICOS DEL PROYECTO.

En este apartado, se propone un análisis crítico de las teorías y enfoques principales que proporcionan las bases conceptuales para nuestro estudio. Al mismo tiempo, reconocemos la naturaleza dinámica del conocimiento, cuestionando supuestos, evaluando evidencias y reconociendo la diversidad de enfoques dentro del campo. Esta exploración nos permitirá no solo comprender el estado actual del conocimiento sobre el tema de interés, sino que también permitirá identificar nuevas direcciones y posibilidades para futuros temas de investigación.

### 1.1. Realidad y Contexto de los Emprendimientos en América Latina

La realidad y contexto de los emprendimientos en América Latina se caracteriza por una serie de desafíos y oportunidades únicas, por un lado, la región cuenta con un entorno empresarial dinámico y en constante evolución, impulsado por una creciente cultura emprendedora, el acceso a tecnología y una población joven y cada vez más educada (Lezana et al., 2022). Sin embargo, también enfrenta una serie de desafíos estructurales, como la falta de acceso a financiamiento, la burocracia excesiva, la inestabilidad política y económica en algunos países, y la falta de infraestructura adecuada (Rincón Soto et al., 2022).

En América Latina, los emprendimientos suelen surgir como respuesta a necesidades específicas del mercado local o como soluciones innovadoras a problemas sociales y económicos. Esto ha llevado al desarrollo de una amplia gama de iniciativas empresariales en diversos sectores, desde tecnología y servicios financieros hasta agricultura y turismo. Por el contrario, muchos emprendimientos enfrentan obstáculos significativos para su crecimiento y sostenibilidad, incluida la falta de acceso a capital de riesgo, la escasez de talento calificado y la competencia desleal de empresas más establecidas (Vélez et al., 2020).

A pesar de estos desafíos, América Latina también ofrece oportunidades únicas para los emprendedores, incluido un mercado en crecimiento con una demanda insatisfecha en muchos sectores, el acceso a recursos naturales y una creciente red de apoyo para emprendedores, que incluye incubadoras, aceleradoras y programas de capacitación (Rincón Soto et al., 2022). De acuerdo con Cedeño y Dueñas (2020) la región está experimentando un aumento en la inversión extranjera y el interés de grandes empresas en colaborar con startups y emprendedores locales, lo que puede abrir nuevas puertas para la expansión y el crecimiento.



La literatura académica ofrece una variedad de estudios sobre el emprendimiento en América Latina, proporcionando un análisis detallado de sus características, procesos y desafíos. Inicialmente Cedeño y Dueñas (2020) examinan la etimología, tipología y proceso del emprendimiento en la región, destacando su importancia como motor de desarrollo económico y social. Mientras que Lezana et al. (2022) se centran en las características de los emprendimientos "unicornios" en América Latina, aquellos que alcanzan una valoración de mil millones de dólares o más, identificando factores clave de éxito y desafíos enfrentados por estas empresas.

Por otro lado, Rincón Soto et al. (2022) exploran la relación entre educación, innovación, emprendimiento, crecimiento y desarrollo en América Latina, destacando la importancia de la formación y el apoyo institucional para fomentar el espíritu emprendedor en la región. Además que, Vélez et al. (2020) muestran la actitud emprendedora en América Latina y específicamente en Ecuador, basándose en el informe global del Monitor de Emprendimiento y estudios previos, proporcionando insights sobre las percepciones y comportamientos de los emprendedores en la región.

Por último, (Vizcarra, 2021) presenta una reseña muy interesante del libro "Gestión organizacional, sustentabilidad, innovación y emprendimiento en América Latina", donde destaca la importancia de la gestión empresarial sostenible y la innovación como pilares fundamentales para el éxito de los emprendimientos en la región. Estos estudios ofrecen una visión amplia y completa del panorama del emprendimiento en América Latina, resaltando tanto sus desafíos como sus oportunidades, y proporcionando conocimientos valiosos para el desarrollo de políticas y estrategias destinadas a promover un ecosistema emprendedor dinámico y sostenible en la región.

## **1.2. La evolución de los emprendimientos en el contexto ecuatoriano.**

La evolución de los emprendimientos en el contexto ecuatoriano ha sido significativa en las últimas décadas, reflejando tanto cambios en el entorno económico y social del país como la respuesta de los emprendedores a estos cambios (Crespo-Martínez et al., 2022; Logroño, 2023). Desde la apertura económica en la década de 1990, Ecuador ha experimentado un crecimiento en la actividad emprendedora, impulsada por políticas gubernamentales que fomentaron la creación de nuevas empresas y el desarrollo del sector privado (Tomalá, 2020). Sin embargo, este



crecimiento ha estado marcado por desafíos como la falta de acceso a financiamiento, la burocracia y la informalidad, que han obstaculizado el desarrollo y la sostenibilidad de muchos emprendimientos (Chávez et al., 2021).

A pesar de estos desafíos, el panorama emprendedor en Ecuador ha evolucionado con la adopción de nuevas tecnologías y modelos de negocio innovadores, la llegada de internet y el auge de las plataformas digitales han abierto nuevas oportunidades para emprendedores en sectores como el comercio electrónico, la tecnología financiera y los servicios digitales (Altamirano et al., 2020). De acuerdo con Jaramillo et al. (2023) iniciativas gubernamentales y del sector privado han promovido el desarrollo de ecosistemas emprendedores en ciudades como Quito y Guayaquil, con la creación de incubadoras, aceleradoras y espacios de coworking que brindan apoyo y recursos a emprendedores de diversos sectores.

En el contexto actual, la pandemia de COVID-19 ha presentado nuevos desafíos y oportunidades para los emprendedores ecuatorianos, si bien muchos negocios han enfrentado dificultades debido a las restricciones y la crisis económica, otros han sabido adaptarse y encontrar nuevas formas de innovar y crecer en medio de la adversidad (López & Rivera, 2020). Según diversos autores, la crisis ha destacado la importancia de la resiliencia y la capacidad de adaptación en el mundo empresarial, impulsando la búsqueda de soluciones creativas y la colaboración entre emprendedores, empresas y el gobierno para enfrentar los desafíos presentes y futuros (Castro et al., 2021; López & Rivera, 2020; Rodríguez-Aguilar et al., 2020).

La investigación académica sobre emprendimiento e innovación en Ecuador ha proporcionado una comprensión más profunda de los factores que influyen en la actividad emprendedora en el país. Estudios como el de Altamirano et al. (2020) han analizado el papel de la innovación en el éxito de los emprendimientos ecuatorianos, destacando la importancia de la creatividad y la capacidad de adaptación en un entorno empresarial en constante cambio. Por otro lado, (Crespo-Martínez et al., 2022) han identificado variables clave que influyen en el emprendimiento en Ecuador, como el acceso a financiamiento, el apoyo gubernamental y la infraestructura empresarial.

Así, la importancia del marketing para el posicionamiento de los emprendimientos en Ecuador ha sido ampliamente estudiada por investigadores como Castro et al. (2021), resaltando



la relevancia de las estrategias de marketing en la diferenciación y visibilidad de los emprendimientos en un mercado competitivo. Además, Delgado Estrada et al. (2020) han analizado específicamente el emprendimiento femenino por necesidad en Ecuador, destacando los desafíos y oportunidades que enfrentan las mujeres emprendedoras en el país.

A su vez, el impacto de la pandemia de COVID-19 en el emprendimiento en Ecuador también ha sido objeto de estudio, López y Rivera (2020) examinaron cómo la crisis sanitaria ha afectado a los emprendedores ecuatorianos y exploraron estrategias para enfrentar los nuevos desafíos. Mientras que Muñoz et al. (2021) han investigado las dimensiones del emprendimiento e innovación en las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) de Azogues, Ecuador, proporcionando información relevante sobre el papel de la innovación en el éxito empresarial.

Por su parte, Rodríguez-Aguilar et al. (2020) han realizado un análisis de los nuevos emprendimientos en Ecuador, centrándose en los diferentes tipos de emprendimientos y su posicionamiento en el contexto post-COVID-19. Estos estudios ofrecen una comprensión integral del panorama del emprendimiento en Ecuador y destacan la importancia de desarrollar estrategias de marketing efectivas, apoyar el emprendimiento femenino y promover la innovación en las empresas para estimular el crecimiento económico y social en el país.

Además, investigaciones como la de Jaramillo et al. (2023) han reflexionado sobre la relación entre la competitividad y el emprendimiento en Ecuador, examinando cómo las políticas gubernamentales y las condiciones socioeconómicas han afectado el desarrollo de nuevos negocios en el país. Asimismo, estudios como el de Logroño (2023) han analizado el contexto socioeconómico y legal que favorece el éxito del emprendimiento en Ecuador, destacando la importancia de un marco regulatorio claro y un entorno empresarial favorable para fomentar la creación y el crecimiento de empresas.

Es importante también resaltar investigaciones como la de (Tomalá, 2020) han explorado los factores que afectan a los emprendimientos en Ecuador, abordando aspectos como la cultura empresarial, la educación empresarial y el acceso a recursos. Estos estudios han contribuido a ampliar nuestro conocimiento sobre el emprendimiento en Ecuador y han proporcionado información valiosa para el desarrollo de políticas y estrategias que promuevan la actividad emprendedora y la innovación en el país.



### 1.3. Emprendimiento y Planificación de Negocios

El emprendimiento se entiende como un proceso dinámico en el que los individuos identifican oportunidades, evalúan riesgos y recursos, y desarrollan estrategias para crear valor (Casillas & Acedo, 2007). Este proceso implica la toma de decisiones, la asunción de riesgos y la movilización de recursos para iniciar y gestionar un nuevo negocio.

Las estrategias de búsqueda de empleo son fundamentales para encontrar oportunidades laborales adecuadas y destacar en el mercado laboral competitivo. Según Dey (2018), "las estrategias efectivas de búsqueda de empleo incluyen la utilización de múltiples canales, como sitios web de empleo, redes profesionales y eventos de reclutamiento".

El marketing personal se refiere al proceso de promocionarse a uno mismo como una marca para destacar en el mercado laboral (Montoya & Vandehey, 2013). Según estos autores, "el marketing personal implica identificar y comunicar de manera efectiva tus habilidades, experiencias y logros para diferenciarte de otros candidatos y crear una impresión positiva en los empleadores".

El desarrollo de una marca personal es esencial para el éxito en la búsqueda de empleo y la construcción de una carrera sólida a largo plazo. Según Schawbel (2017), "una marca personal sólida consiste en identificar tus fortalezas únicas, establecer una presencia en línea coherente y cultivar relaciones significativas en tu red profesional".

La planificación de negocios es un proceso sistemático mediante el cual los emprendedores establecen objetivos, identifican recursos y desarrollan estrategias para la creación y gestión de una empresa (Pérez López, 2004). Este proceso ayuda a evaluar la viabilidad de una idea empresarial, anticipar riesgos y garantizar la eficacia en la ejecución. Identificar oportunidades de negocio implica reconocer y evaluar situaciones en el entorno que permitan crear valor económico (Moriano et al., 2012). Estas oportunidades pueden surgir de cambios en la demanda del mercado, avances tecnológicos o necesidades no satisfechas, y requieren un análisis cuidadoso para ser aprovechadas.

Las estrategias de marketing son esenciales para posicionar y promocionar un nuevo negocio en el mercado (López-Cabrales & Valle, 2007). Estas estrategias deben centrarse en



identificar segmentos de mercado rentables, diferenciar el producto o servicio y comunicar el valor de manera efectiva para atraer a los clientes adecuados.

#### **1.4. Plan de Negocios**

##### **1.4.1. Definición del plan de negocios**

Habitualmente en la creación de una nueva empresa o una empresa ya existente, es importante y necesario implementar un plan de negocios que ayude examinar la probabilidad de éxito empresarial para reducir la incertidumbre y riesgo de las actividades no planificadas, según Hernández et al. (2019). Menciona que mediante un plan de negocio se podrá analizar, precisar y establecer objetivos que se desean alcanzar, definiendo estrategias detalladas para la organización, producción, comercialización de productos o servicios, cumpliendo con las expectativas y necesidades de los clientes potenciales.

Un plan de negocios es un documento estratégico donde se muestra de forma organizada se detalla los objetivos y planes empresariales, para materializar las necesidades de futuros clientes, según Hidalgo et al. (2018) menciona sobre el plan de negocios es una estructura a través de una combinación de la planeación estratégica y un plan de empresas por lo cual esta fusión da como resultado un atractivo plan de negocios exitoso.

##### **1.4.2. Importancia de un plan de negocio**

Un plan de negocios ayuda a visualizar escenarios fundamentales de la empresa, así como también para brindar el orden, control y visualización a medio y a largo plazo de la empresa definiendo los objetivos en su cumplimiento, según Hidalgo et al. (2018) expresa la importancia de un plan de negocios está en la definición e implantación de la estrategias, identificando claramente la demanda potencial y las necesidades de los usuarios.

Los planes de negocio son herramientas esenciales para la creación y gestión de empresas, proporcionando una guía clara y estructurada para el desarrollo y la operación de un negocio. Estos planes no solo ayudan a los emprendedores a organizar sus ideas y estrategias, sino que también son importante es para atraer inversores, obtener financiamiento y gestionar el crecimiento empresarial. Entre los tipos comunes de planes de negocio, destaca el Business Model Canvas. Este modelo visual simplifica la descripción de un negocio en nueve bloques clave: segmentos de clientes, propuesta de valor, canales de distribución, fuentes de ingresos,



recursos clave, actividades clave, socios clave, estructura de costos y relación con clientes. Su formato intuitivo y condensado permite a los emprendedores diseñar estrategias y evaluar la viabilidad de una idea de negocio de manera eficiente y comprensible (Osterwalder & Pigneur, 2010).

Por otro lado, el Plan de Negocios Tradicional adopta un enfoque más detallado y exhaustivo, lo que lo hace ideal para presentaciones formales ante inversores o instituciones financieras. Este tipo de plan incluye secciones como análisis de mercado, donde se examinan las tendencias del sector, la competencia y el perfil del cliente objetivo; estrategia de marketing, que detalla cómo se atraerá y retendrá a los clientes; estructura organizativa, que describe la composición del equipo directivo y la organización interna; proyecciones financieras, que ofrecen una visión detallada de los ingresos, gastos y flujo de caja esperados; y análisis de riesgos, que identifica los posibles desafíos y cómo se mitigarán. Este enfoque detallado proporciona una visión integral del negocio y demuestra a los inversores que se han considerado todos los aspectos críticos para el éxito del emprendimiento (Barringer, 2009).

#### **1.4.3. Elementos de un plan de negocios**

Un plan de negocios es una hoja de ruta detallada que guía a los emprendedores en la creación, lanzamiento y crecimiento de su empresa. Los elementos esenciales de un plan de negocios incluyen, en primer lugar, el resumen ejecutivo, que ofrece una visión general concisa del negocio, sus objetivos y estrategias clave, proporcionando a los inversores y partes interesadas una comprensión rápida de la propuesta.

En segundo lugar, la descripción del negocio detalla la naturaleza de la empresa, el sector en el que opera y el mercado objetivo, estableciendo el contexto y la relevancia del negocio en su industria. El análisis de mercado es otro componente importante, ya que implica la investigación y el análisis de la demanda del mercado, el perfil del cliente, la competencia y las tendencias del sector, lo que ayuda a fundamentar las decisiones estratégicas. Además, la organización y gestión incluyen la estructura organizativa, los perfiles de los equipos de gestión y los planes de recursos humanos, asegurando que la empresa esté bien equipada para ejecutar su estrategia. Finalmente, la sección de productos o servicios describe en detalle lo que la empresa ofrece, resaltando sus



características únicas, beneficios y cómo se diferencian de la competencia (Honig & Karlsson, 2004).

#### **1.4.4. Planificación estratégica de un negocio**

La planificación estratégica es un proceso sistemático que define la dirección y el curso de una empresa, estableciendo objetivos a largo plazo y las acciones necesarias para alcanzarlos. Este proceso comienza con la formulación de una visión y misión claras, que guían las decisiones estratégicas y operativas. La planificación estratégica también implica un análisis exhaustivo del entorno interno y externo de la empresa, utilizando herramientas como el análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas).

Con esta información, los negocios pueden desarrollar estrategias que aprovechen sus fortalezas y oportunidades mientras mitigan las debilidades y amenazas. Además, la planificación estratégica incluye la definición de metas específicas, medibles, alcanzables, relevantes y con un plazo determinado (SMART), así como la asignación de recursos y la implementación de planes de acción. La evaluación y revisión periódica de la estrategia permiten ajustes necesarios para mantenerse alineado con los objetivos y adaptarse a los cambios del entorno empresarial (David, 2011).

#### **1.4.5. Estrategias de marketing**

Las estrategias de marketing son fundamentales para atraer y retener clientes, así como para diferenciar una empresa de sus competidores. Estas estrategias comienzan con la segmentación del mercado, la cual implica dividir el mercado en segmentos más pequeños y homogéneos con características y necesidades similares. Una vez identificados los segmentos, se seleccionan los mercados objetivo y se desarrollan estrategias de posicionamiento para destacar los beneficios y características únicas del producto o servicio.

Las estrategias de marketing incluyen las cuatro P: producto, precio, plaza y promoción. El desarrollo de productos o servicios atractivos y de alta calidad, la fijación de precios competitivos y la selección de canales de distribución eficientes son esenciales para satisfacer las necesidades del cliente. La promoción, a través de publicidad, relaciones públicas y ventas personales, es importante para generar conciencia y demanda. Además, la integración de



estrategias digitales, como el marketing en redes sociales y el SEO, es cada vez más importante en la era digital (Kotler & Keller, 2016).

#### **1.4.6. Plan operaciones**

El plan de operaciones detalla cómo se llevarán a cabo las actividades diarias del negocio para cumplir con sus objetivos estratégicos. Este plan incluye la descripción de los procesos clave, desde la adquisición de materias primas hasta la entrega del producto final al cliente. También abarca la gestión de la cadena de suministro, la producción, la logística y la gestión de inventarios. Un plan de operaciones eficaz asegura que los recursos se utilicen de manera eficiente y que se mantenga la calidad en todas las etapas del proceso.

Además, debe incluir medidas de control de calidad, procedimientos de gestión de riesgos y planes de contingencia para abordar posibles interrupciones en las operaciones. La tecnología y la automatización pueden desempeñar un papel importante en la mejora de la eficiencia operativa y la reducción de costos (Slack et al., 2010).

#### **1.4.7. Plan financiero**

El plan financiero es una parte integral del plan de negocios, ya que proporciona una visión detallada de los recursos financieros necesarios para iniciar y operar el negocio. Incluye proyecciones de ingresos, gastos, flujo de caja y estados financieros proyectados, como el balance general y el estado de resultados. El plan financiero también debe abordar las necesidades de financiamiento, identificando posibles fuentes de capital, ya sean inversores, préstamos bancarios o financiamiento propio. La elaboración de un presupuesto detallado ayuda a controlar los costos y gestionar los recursos de manera efectiva. Además, el análisis de viabilidad financiera, que evalúa la rentabilidad y el retorno de la inversión, es importante para asegurar que el negocio sea sostenible a largo plazo. La monitorización y revisión regular del desempeño financiero permiten realizar ajustes y tomar decisiones informadas para mantener la salud financiera de la empresa (Higgins, 2012).

### **1.5. Estrategias y técnicas para el desarrollo de un Plan de Negocio**

Desarrollar un plan de negocio efectivo requiere la implementación de diversas estrategias y técnicas que permitan una comprensión integral del mercado y de la propuesta de valor de la



empresa. Entre las herramientas más utilizadas en la creación de planes de negocio se encuentran el Modelo Canvas (Business Canvas Model), el Marketing Mix (4 P's), el Análisis PESTEL y las 5 Fuerzas de Porter. Cada una de estas técnicas aporta una perspectiva única y valiosa para la planificación y gestión empresarial, facilitando la toma de decisiones informadas y estratégicas.

#### **1.5.1. Modelo Canvas (Business Canvas Model)**

El Modelo Canvas es una herramienta visual que simplifica la creación de modelos de negocio mediante la división del negocio en nueve bloques esenciales: segmentos de clientes, propuesta de valor, canales de distribución, relaciones con clientes, fuentes de ingresos, recursos clave, actividades clave, socios clave y estructura de costos. Este enfoque permite a los emprendedores visualizar y comprender todos los aspectos fundamentales de su negocio en un solo cuadro, facilitando la identificación de fortalezas y debilidades, así como la optimización de la propuesta de valor y los modelos operativos. Además, su formato visual favorece la colaboración y el intercambio de ideas entre los miembros del equipo, promoviendo una planificación estratégica más dinámica y efectiva (Osterwalder & Pigneur, 2010).

#### **1.5.2. Análisis FODA**

El análisis FODA es una herramienta de planificación estratégica que evalúa las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de una empresa. Las fortalezas y debilidades son factores internos que la empresa puede controlar, como la calidad del producto, la eficiencia operativa y la capacidad de innovación. Las oportunidades y amenazas son factores externos que la empresa no puede controlar, como las tendencias del mercado, cambios regulatorios y acciones de la competencia.

Realizar un análisis FODA permite a las empresas identificar áreas de mejora y desarrollar estrategias para capitalizar las oportunidades del mercado mientras gestionan los riesgos asociados con las amenazas. Esta herramienta también facilita la priorización de recursos y esfuerzos en las áreas que pueden tener un mayor impacto en el éxito de la empresa (Pickton & Wright, 1998).

#### **1.5.3. Marketing Mix (4 P's)**

El Marketing Mix, también conocido como las 4 P's, es una estrategia que se centra en cuatro elementos fundamentales del marketing: Producto, Precio, Plaza (distribución) y



Promoción. Estos elementos son esenciales para definir cómo un producto o servicio se posicionará en el mercado y cómo atraerá a los clientes.

- **Producto:** Se refiere a las características y beneficios del bien o servicio ofrecido, incluyendo su calidad, diseño, características, marca y servicios complementarios.
- **Precio:** Involucra la estrategia de fijación de precios, descuentos, y términos de pago que se utilizarán para atraer a los clientes y competir en el mercado.
- **Plaza:** Describe los canales de distribución y los puntos de venta que se utilizarán para hacer que el producto llegue al consumidor final.
- **Promoción:** Incluye todas las actividades de comunicación y promoción, como publicidad, relaciones públicas, marketing digital y ventas personales, que se emplearán para atraer y retener a los clientes. Este enfoque integral asegura que todos los aspectos del producto estén alineados con las necesidades del mercado y las expectativas del cliente (Kotler & Keller, 2016).

#### **1.5.4. Análisis PESTEL**

El Análisis PESTEL es una técnica que examina los factores externos que pueden influir en el negocio, categorizándolos en seis áreas: Política, Economía, Social, Tecnología, Medioambiental y Legal. Este análisis permite a las empresas identificar oportunidades y amenazas en el entorno macroeconómico y adaptarse proactivamente a los cambios.

- **Político:** Incluye la estabilidad gubernamental, políticas fiscales, regulaciones comerciales y tratados internacionales.
- **Económico:** Examina el crecimiento económico, tasas de interés, inflación, y otros indicadores económicos que afectan el poder adquisitivo de los consumidores y el costo del capital.
- **Social:** Considera aspectos demográficos, culturales y de comportamiento del consumidor que pueden influir en la demanda de productos y servicios.
- **Tecnológico:** Analiza la innovación tecnológica, tasas de obsolescencia, y el acceso a nuevas tecnologías que pueden mejorar o amenazar el negocio.



- Medioambiental: Incluye la legislación ambiental, cambio climático y otros factores ecológicos que pueden impactar la operación del negocio.
- Legal: Se refiere a las leyes y regulaciones que afectan la operación del negocio, incluyendo derechos de propiedad, leyes laborales y regulaciones de seguridad. El análisis PESTEL proporciona una visión amplia del entorno operativo y ayuda a las empresas a desarrollar estrategias que aprovechen las oportunidades y mitiguen los riesgos (Johnson, Scholes, & Whittington, 2008).

#### **1.5.5. Fuerzas de Porter**

Las 5 Fuerzas de Porter es una herramienta de análisis de mercado que evalúa cinco factores clave que determinan la competitividad y la rentabilidad de una industria: Rivalidad entre Competidores, Amenaza de Nuevos Entrantes, Poder de Negociación de los Proveedores, Poder de Negociación de los Clientes, y Amenaza de Productos Sustitutos.

- Rivalidad entre Competidores: Mide la intensidad de la competencia entre las empresas existentes en el mercado.
- Amenaza de Nuevos Entrantes: Evalúa la facilidad con la que nuevos competidores pueden ingresar al mercado y aumentar la competencia.
- Poder de Negociación de los Proveedores: Analiza la capacidad de los proveedores para influir en los precios y las condiciones de suministro.
- Poder de Negociación de los Clientes: Examina el poder de los clientes para influir en los precios y la calidad de los productos y servicios.
- Amenaza de Productos Sustitutos: Considera la disponibilidad y atractivo de productos alternativos que pueden reemplazar los ofrecidos por la empresa. El análisis de estas fuerzas permite a las empresas desarrollar estrategias para mejorar su posición competitiva y aumentar su rentabilidad (Porter, 2008).

#### **1.6. Mercado Laboral y Competencias**

El mercado laboral es el ambiente en el que se da la oferta y la demanda de trabajo. Boeri y Van Ours (2013) definen al mercado laboral como “el lugar en el que se encuentran los



trabajadores y los empleadores, y en el que negocian las condiciones de empleo”. A su vez, Cimoli (2010) señala que dicho mercado está influido por una variedad de factores, que van desde la oferta y demanda de habilidades, pasando por la tasa de desempleo, legislación laboral, tendencias económicas y tecnología.

La flexibilidad laboral es vital en el mercado laboral actual; puesto que, las empresas están interesadas en poder adaptarse de manera rápida a los cambios y sucesos impredecibles. Según Cappelli (2014) "la flexibilidad laboral se refiere a la capacidad de una empresa para ajustar el tamaño, la composición y la distribución de su fuerza laboral en respuesta a las cambiantes condiciones del mercado y las necesidades comerciales". Lo cual puede tener una implicación en la empleabilidad de contratos de trabajo flexibles, el uso de trabajadores temporales o impulsar el teletrabajo.

Así mismo, las competencias laborales se refieren al conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes que un postulante requiere para realizar de manera efectiva un trabajo específico según lo que mencionan Spencer & Spencer (1993). Tales competencias pueden comprender habilidades técnicas, sociales, de comunicación y capacidad para resolución de conflictos. De acuerdo con el CEDEFOP (2008) las competencias laborales son elementales al momento de decidir a quien se contrata y el grado de productividad que se espera obtener; ya que, en estas se identifican la educación, experiencia laboral y referencias personales.

Por otra parte, la brecha de habilidades hace alusión en el desacuerdo que existe entre las competencias que demandan los empleadores y las competencias que poseen los trabajadores disponibles en el mercado laboral (OECD, 2018). Aquello podría estar vinculado a los avances tecnológicos, globalización y envejecimiento de la fuerza laboral. La formación y el desarrollo de habilidades son fundamentales para cerrar la brecha de habilidades y mejorar la empleabilidad de los trabajadores. Según Salas et al. (2012) la formación académica y las habilidades son muy significativas dentro del entorno laboral pues permiten al individuo estar en capacidad de adaptarse a los cambios y ser competitivo ante nuevos retos.

### **1.7. Recursos Humanos y Gestión De Talento**

La gestión del talento es el proceso estratégico que contempla reclutar, seleccionar, desarrollar y conservar empleados que cuenten con habilidades y competencias específicas que



les permitan contribuir al éxito organizacional y competitividad de la empresa (Sparrow & Makram, 2015). De forma similar, Gatewood et al., (2015) se refieren al reclutamiento y la selección como procesos esenciales al momento de contratar a los candidatos más adecuados para satisfacer las necesidades de la organización.

Estos procesos deben basarse en un análisis cuidadoso de las habilidades y competencias requeridas para el éxito en el puesto de trabajo teniendo en cuenta sus habilidades, experiencia y ajuste cultural. Por lo cual, el desarrollo de empleados implica proporcionar oportunidades de aprendizaje y crecimiento que les permitan adquirir nuevas habilidades y avanzar en sus carreras (Rothwell et al., 2016). Esto puede incluir programas de capacitación, mentoría, coaching y programas de desarrollo profesional. Por su parte, para Allen & Griffeth (2016) conservar el talento se vuelve una tarea fundamental pues permite mantener a los empleados comprometidos y productivos a largo plazo. Esto implica identificar las necesidades y motivaciones individuales, así como proporcionar un clima laboral positivo y oportunidades de crecimiento profesional.

La gestión del rendimiento se refiere al proceso de instaurar metas, proveer retroalimentación y evaluar el desempeño de los empleados para mejorar continuamente su contribución a la organización (Pulakos et al., 2015). Esto incluye la identificación de fortalezas y áreas de mejora, así como la alineación de objetivos individuales con los objetivos organizacionales.

### **1.8. Desarrollo Profesional y Capacitación**

El desarrollo profesional es importante para el éxito tanto individual como organizacional. Según Noe (2013), "el desarrollo profesional implica aprender habilidades y obtener experiencia que aumenten el potencial de desempeño de un individuo en el trabajo actual y en puestos futuros". Esto sugiere que el desarrollo profesional no solo beneficia al individuo en su carrera actual, sino que también lo prepara para oportunidades futuras.

La capacitación en el lugar de trabajo proporciona beneficios tanto para los empleados como para las organizaciones. Como señala Goldstein y Ford (2002), "la capacitación en el lugar de trabajo puede mejorar el desempeño laboral, aumentar la satisfacción laboral y reducir la rotación de personal". Estos beneficios conducen a un mejor rendimiento organizacional y una mayor retención de talento.



Varios modelos han sido propuestos para diseñar programas de capacitación efectivos. Uno de los más conocidos es el modelo ADDIE (Analyze, Design, Develop, Implement, Evaluate), propuesto por Dick y Carey (2005). Este modelo proporciona un marco estructurado para el diseño y la implementación de programas de capacitación, asegurando que las necesidades de los empleados y las metas organizacionales se aborden de manera efectiva.

El aprendizaje en el trabajo es una forma efectiva de desarrollo profesional que se produce a través de la experiencia laboral directa. Según Eraut (2000), "el aprendizaje en el trabajo es un proceso continuo en el que los individuos adquieren nuevas habilidades y conocimientos a través de la práctica, la observación y la retroalimentación". Esto destaca la importancia de proporcionar oportunidades para el aprendizaje activo y experiencial en el entorno laboral.

Es fundamental evaluar la efectividad de los programas de capacitación para garantizar un retorno de la inversión adecuado. Según Kirkpatrick (1998), la evaluación de la capacitación debe abordar cuatro niveles: reacción, aprendizaje, comportamiento y resultados. Esto permite medir tanto la satisfacción de los participantes como el impacto en el desempeño laboral y los resultados organizacionales.

### **1.9. Búsqueda de empleo y marketing profesional**

Las estrategias de búsqueda de empleo son fundamentales para encontrar oportunidades laborales adecuadas y destacar en el mercado laboral competitivo. Según Dey (2018), "las estrategias efectivas de búsqueda de empleo incluyen la utilización de múltiples canales, como sitios web de empleo, redes profesionales y eventos de reclutamiento".

El marketing personal se refiere al proceso de promocionarse a uno mismo como una marca para destacar en el mercado laboral (Montoya & Vandehey, 2013). Según estos autores, "el marketing personal implica identificar y comunicar de manera efectiva tus habilidades, experiencias y logros para diferenciarte de otros candidatos y crear una impresión positiva en los empleadores".

El desarrollo de una marca personal es esencial para el éxito en la búsqueda de empleo y la construcción de una carrera sólida a largo plazo. Según Schawbel (2017), "una marca personal sólida consiste en identificar tus fortalezas únicas, establecer una presencia en línea coherente y cultivar relaciones significativas en tu red profesional".



El networking profesional es una estrategia clave para expandir tus oportunidades de empleo y obtener información sobre posibles vacantes. Según Higgins (2014), "el networking efectivo implica cultivar relaciones auténticas, ofrecer ayuda y apoyo a otros profesionales y mantener una presencia activa en eventos de la industria y en línea".

Las redes sociales profesionales, como LinkedIn, son herramientas poderosas para la búsqueda de empleo y el marketing personal. Según Brown (2016), "LinkedIn permite a los profesionales construir una marca personal sólida, conectar con reclutadores y empleadores potenciales, y acceder a oportunidades laborales ocultas".

#### 1.10. **Importancia de la Capacitación y Desarrollo De Habilidades**

La capacitación y el desarrollo de habilidades son procesos fundamentales para mejorar el desempeño laboral y la adaptabilidad de los trabajadores en un entorno cambiante (Tannenbaum et al., 2010). Según estos autores, "la capacitación y el desarrollo de habilidades son esenciales para mantener la competitividad de las organizaciones y mejorar la empleabilidad de los individuos".

Evaluar la efectividad de la capacitación es importante para garantizar un retorno de la inversión adecuado y mejorar continuamente los programas de desarrollo de habilidades (Ruiz, 2016). Según Ruiz, "la evaluación de la capacitación debe abordar múltiples niveles, incluyendo la reacción de los participantes, el aprendizaje adquirido, los cambios en el comportamiento y los resultados organizacionales".

La capacitación efectiva puede tener un impacto significativo en el desempeño laboral y la productividad de los empleados (Hernández et al., 2018). Según estos autores, "la capacitación que se enfoca en desarrollar habilidades específicas y relevantes para el trabajo puede mejorar el rendimiento de los empleados y contribuir al logro de los objetivos organizacionales".

La transferencia de habilidades aprendidas durante la capacitación al puesto de trabajo es un factor clave para determinar su efectividad (Salas et al., 2012). Según estos autores, "la transferencia de habilidades se ve facilitada por la alineación entre la capacitación recibida y las tareas y responsabilidades del puesto de trabajo, así como por el apoyo y refuerzo del supervisor".



### 1.11. Políticas laborales en Ecuador

Ecuador cuenta con una serie de leyes y regulaciones que establecen el marco normativo para las políticas laborales y de empleo. La Constitución de la República del Ecuador, en su artículo 326, establece que "El Estado reconocerá y garantizará el trabajo como un derecho y un principio y un derecho, y un derecho fundamental del ser humano y un deber social. El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho fundamental del ser humano. El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho fundamental del ser humano. El trabajo se encuentra en un lugar preponderante en la normativa laboral, que abarca aspectos como las condiciones de trabajo, los derechos laborales, la seguridad social y la protección de los trabajadores.

Ecuador ha implementado diversas políticas y programas para fomentar el empleo y mejorar las condiciones laborales. Según el Ministerio de Trabajo de Ecuador (2020), "el Gobierno ecuatoriano ha desarrollado iniciativas como el Plan Toda una Vida, que busca generar empleo digno y establecer políticas de inclusión laboral para grupos vulnerables como jóvenes, mujeres y personas con discapacidad".

El efecto de las políticas laborales en el mercado laboral ecuatoriano ha sido objeto de estudio. Según Cuesta y Tello (2017), "las políticas de flexibilización laboral implementadas en Ecuador han tenido un impacto significativo en la precarización del empleo, especialmente entre los trabajadores informales y vulnerables". Estos autores señalan la importancia de desarrollar políticas que promuevan empleos dignos y protejan los derechos laborales.

A pesar de los esfuerzos realizados, Ecuador enfrenta desafíos en materia de políticas laborales y de empleo, como la informalidad laboral, la desigualdad de género y la falta de acceso a la seguridad social. Según Hurtado y Mendieta (2019), "es fundamental desarrollar políticas integrales que aborden estos desafíos y promuevan la creación de empleo decente y la protección social para todos los trabajadores".

Sin embargo, las políticas laborales en Ecuador han evolucionado significativamente en los últimos años, reflejando tanto avances en la protección de los derechos de los trabajadores como desafíos persistentes en su implementación efectiva. Un aspecto fundamental de las políticas laborales ecuatorianas es la legislación que establece los derechos y deberes de los empleadores y empleados, regulada principalmente por el Código del Trabajo. Esta normativa



cubre áreas clave como la contratación, el salario mínimo, las horas de trabajo, las condiciones laborales, y la seguridad social (Ministerio de Trabajo, 2020).

Una característica de las políticas laborales en Ecuador es la fuerte protección legal hacia los trabajadores. El país cuenta con un salario mínimo vital, revisado periódicamente, que busca garantizar un ingreso digno para todos los empleados. Además, se han implementado políticas de protección para trabajadores vulnerables, como mujeres embarazadas y personas con discapacidad, asegurando su inclusión y protección en el entorno laboral (Crespo-Martínez et al., 2022). Sin embargo, a pesar de estos avances, la economía informal sigue siendo un desafío significativo. Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2022), un alto porcentaje de la fuerza laboral del país trabaja en condiciones informales, sin acceso a los beneficios y protecciones que ofrece la legislación laboral formal.

En términos de seguridad social, Ecuador ha implementado un sistema que cubre una amplia gama de beneficios, incluyendo pensiones, seguro de salud, y compensaciones por accidentes laborales. Este sistema es administrado por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), que ha trabajado para expandir su cobertura y mejorar la calidad de sus servicios. No obstante, la sostenibilidad financiera del IESS ha sido una preocupación constante, con desafíos relacionados a la eficiencia en la gestión de los fondos y la ampliación de la cobertura para trabajadores informales (Logroño, 2023).

Las políticas de empleo en Ecuador también han enfatizado la capacitación y el desarrollo profesional como medios para mejorar la empleabilidad y la competitividad de la fuerza laboral. Programas gubernamentales y alianzas público-privadas han sido clave en la provisión de formación técnica y profesional, adaptada a las demandas del mercado laboral. Sin embargo, la alineación entre las competencias adquiridas a través de estos programas y las necesidades del mercado laboral aún requiere fortalecerse, especialmente en sectores emergentes y tecnológicos (Muñoz et al., 2021).

Finalmente, la legislación laboral ecuatoriana enfrenta el desafío de adaptarse a un mundo laboral en constante cambio, influenciado por la globalización y la digitalización. La pandemia de COVID-19 aceleró la necesidad de marcos regulatorios que contemplen el teletrabajo y nuevas modalidades de empleo. En respuesta, el gobierno ha emitido regulaciones específicas para el



teletrabajo, buscando equilibrar la flexibilidad laboral con la protección de los derechos de los trabajadores (Delgado Estrada et al., 2020).

#### 1.12. **Hoja de Vida y su importancia en el mundo laboral**

La hoja de vida, también conocida como currículum vitae, es un documento fundamental en el proceso de búsqueda de empleo (Díaz-Morales & Aguilar-Soto, 2015). Este documento proporciona a los empleadores una visión general de la formación académica, la experiencia laboral y las habilidades de un candidato, permitiéndoles evaluar su idoneidad para un puesto determinado. Según Murphy (2019), "la hoja de vida sirve como una herramienta de marketing para los buscadores de empleo, proporcionando un resumen conciso de sus habilidades, calificaciones y experiencias".

La hoja de vida debe estructurarse de manera clara y concisa, incluyendo secciones como datos personales, formación académica, experiencia laboral, habilidades y competencias, entre otras (Fernández, 2018). Según Fernández, "es importante adaptar el contenido de la hoja de vida al puesto específico al que se está aplicando, resaltando aquellos aspectos que sean relevantes para el empleador". Una hoja de vida bien estructurada típicamente incluye secciones como información de contacto, resumen u objetivo, educación, experiencia laboral, habilidades y logros (Jones, 2020). Jones sugiere que "cada sección debe estar claramente etiquetada y organizada para facilitar su lectura y comprensión por parte de los gerentes de contratación".

Mejorar la hoja de vida puede aumentar las posibilidades de éxito en el proceso de búsqueda de empleo. Según Domínguez (2020), "algunos consejos para mejorar la hoja de vida incluyen utilizar un formato profesional, destacar logros y resultados, utilizar un lenguaje claro y evitar errores gramaticales o de ortografía". Personalizarla para cada solicitud de empleo es esencial para maximizar su efectividad. Según Anderson (2018), "personalizar su hoja de vida para resaltar habilidades y experiencias relevantes para cada puesto aumenta sus posibilidades de llamar la atención de los empleadores".

La hoja de vida no solo proporciona información sobre la experiencia y habilidades de un candidato, sino que también funciona como una herramienta de marketing personal (Suárez, 2019). Según Suárez, "la hoja de vida debe ser visualmente atractiva y estar diseñada para



destacar los logros y habilidades más relevantes del candidato, con el fin de captar la atención del empleador". De acuerdo a Smith (2020), "crear un currículum visualmente atractivo que muestre de manera efectiva tus logros y fortalezas puede ayudarte a destacar en un mercado laboral competitivo".

La estructura y contenido de la hoja de vida han evolucionado significativamente con el tiempo. Hoy en día, no solo es importante la información que se incluye, sino también cómo se presenta. Una hoja de vida debe ser claro, conciso y bien organizado, facilitando al reclutador la identificación de los aspectos más relevantes del candidato. En este sentido, la personalización del currículum para cada oportunidad laboral es clave. Adaptar la hoja de vida a las especificaciones del puesto de trabajo y destacar las competencias más pertinentes puede aumentar significativamente las posibilidades de ser seleccionado para una entrevista (Vizcarra, 2021).

Además, la hoja de vida moderna no se limita a ser un simple listado de experiencias laborales y académicas. La creatividad y la innovación en su presentación pueden marcar una gran diferencia. Incorporar elementos visuales como gráficos, infografías y, en algunos casos, enlaces a portafolios digitales o videos de presentación puede hacer que un currículum destaque entre muchos otros. Según investigaciones, un diseño atractivo y profesional del currículum puede captar la atención de los reclutadores en los primeros segundos de revisión, lo cual es crítico dado el alto volumen de solicitudes que suelen recibir (Delgado Estrada et al., 2020).

La digitalización y las nuevas tecnologías también han influido en la forma en que se crean y distribuyen las hojas de vida. Plataformas en línea como LinkedIn permiten a los profesionales mantener un perfil actualizado y visible para una amplia red de contactos y reclutadores. Además, el uso de sistemas de seguimiento de candidatos (ATS) por parte de las empresas ha llevado a la necesidad de optimizar las hojas de vida con palabras clave específicas relacionadas con la industria y el puesto de trabajo. La capacidad de un candidato para navegar y utilizar estas plataformas y tecnologías es una habilidad valorada en el mercado laboral actual (Muñoz et al., 2021).



## 2. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

La idea de negocio consiste principalmente en crear una empresa que ofrece servicios de capacitación integral y asesoramiento para la creación de hojas de vida efectivas y atractivas. Esta plataforma estará desarrollada en Google Sites, una herramienta accesible y fácil de usar para la creación de sitios web. La plataforma proporcionará a los usuarios una variedad de plantillas y diseños de hojas de vida adaptados a diferentes profesiones, niveles de experiencia y estilos personales. Estas plantillas serán diseñadas cuidadosamente para destacar las habilidades y logros relevantes de los usuarios de manera visualmente atractiva y profesional.

Además de las plantillas, la plataforma ofrecerá recursos educativos y tutoriales para ayudar a los usuarios a mejorar sus habilidades de redacción y presentación. Estos recursos incluirán consejos sobre cómo destacar los logros y habilidades de manera efectiva, cómo estructurar la hoja de vida de manera clara y concisa, y cómo utilizar palabras clave y frases impactantes para captar la atención de los reclutadores. La plataforma también ofrecerá servicios de asesoramiento personalizado, donde los usuarios podrán recibir retroalimentación y sugerencias específicas sobre cómo mejorar su hoja de vida. Este asesoramiento puede ser proporcionado por expertos en recursos humanos y reclutamiento, que ayudarán a los usuarios a identificar áreas de mejora y a destacar sus puntos fuertes de manera más efectiva.

### 2.1. Planteamiento general: descripción y justificación del negocio.

El planteamiento general del negocio se centra en el establecimiento de una plataforma virtual dedicada a la capacitación integral y asesoramiento para la creación de hojas de vida profesionales. Esta iniciativa surge en respuesta a la creciente demanda del mercado laboral por candidatos altamente preparados cuyas hojas de vida reflejen de manera efectiva sus habilidades y logros. Por otro lado, la justificación de este negocio radica en la importancia que tiene una hoja de vida bien elaborada en el proceso de búsqueda de empleo. En un entorno laboral altamente competitivo, donde los reclutadores reciben cientos de aplicaciones para cada puesto vacante, es fundamental que los candidatos puedan destacar sus cualificaciones de manera clara y persuasiva.

Sin embargo, muchas personas carecen de las habilidades necesarias para crear una hoja de vida efectiva, lo que puede limitar sus oportunidades de conseguir empleo. Por esta razón,



existe una demanda creciente de servicios de capacitación y asesoramiento que ayuden a los individuos a mejorar la presentación de su información profesional. Así también, la plataforma busca llenar este vacío en el mercado ofreciendo una amplia gama de recursos y herramientas diseñadas específicamente para ayudar a los usuarios a crear hojas de vida atractivas y persuasivas. Desde plantillas profesionales hasta tutoriales educativos y asesoramiento personalizado, la plataforma proporcionará a los usuarios todo lo que necesitan para destacar en el proceso de búsqueda de empleo.

## 2.2. Elementos innovadores del proyecto.

El proyecto presenta varios elementos innovadores que lo distinguen en el mercado de capacitación integral y asesoramiento para la creación de hojas de vida. En primer lugar, la utilización de la plataforma web Google Sites como base para la prestación de servicios es una característica innovadora, esta elección se basa en la accesibilidad y facilidad de uso de Google Sites, lo que permite que los usuarios puedan acceder y utilizar los recursos de la plataforma de manera intuitiva y sin necesidad de conocimientos técnicos avanzados.

Otro elemento innovador del proyecto es la variedad de plantillas y diseños de hojas de vida ofrecidos, los cuales están adaptados a diferentes profesiones, niveles de experiencia y estilos personales. Estas plantillas son diseñadas cuidadosamente para destacar las habilidades y logros relevantes de los usuarios de manera visualmente atractiva y profesional, lo que les permite diferenciarse en un mercado laboral altamente competitivo.

Además, la plataforma proporcionará recursos educativos en línea y videos tutoriales para ayudar a los usuarios a mejorar sus habilidades de redacción y presentación. Estos recursos incluirán consejos sobre cómo destacar los logros y habilidades de manera efectiva, cómo estructurar la hoja de vida de manera clara y concisa, y cómo utilizar palabras clave y frases impactantes para captar la atención de los reclutadores.

Otro aspecto innovador del proyecto es la inclusión de servicios de asesoramiento personalizado, donde los usuarios podrán recibir retroalimentación y sugerencias específicas sobre cómo mejorar su hoja de vida. Este asesoramiento será proporcionado por expertos en recursos humanos y reclutamiento, lo que garantizará un nivel de calidad y profesionalismo en las recomendaciones ofrecidas.



### 3. ANÁLISIS SITUACIONAL

#### 3.1. Análisis del entorno externo

El análisis del entorno externo es un proceso fundamental para comprender las fuerzas y variables que pueden afectar el desempeño y las operaciones de una empresa. Este análisis implica evaluar una serie de factores externos que están fuera del control directo de la empresa pero que pueden tener un impacto significativo en su éxito y su capacidad para alcanzar sus objetivos comerciales. Para la realización de este análisis, inicialmente se generó una Matriz de Factores Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ecológicos y Legales (PESTEL), que se presenta en la Tabla 1:

**Tabla 1**

*Análisis PESTEL*

Factores políticos	Factores económicos	Factores sociales
Inestabilidad de gobierno	Fluctuación del PIB	Nivel de educación de la población
Movimientos políticos	Tasa de desempleo	Nivel de consumo
Tratados comerciales y acuerdos internacionales	Niveles de inflación	Distribución de ingresos
Políticas fiscales	Balanza comercial	Estilo de vida
Factores tecnológicos	Factores ambientales	Factores legales
Tasas de obsolescencia tecnológica	Leyes de protección medioambiental	Normativa sobre empleo
Facilidad de acceso a herramientas tecnológicas	Niveles de contaminación	Leyes de seguridad laboral
Tamaño de las inversiones en I+D	Efectos del cambio climático	Derechos de propiedad intelectual
Manejo de Internet	Posibilidades de catástrofes naturales	Licencias



*Nota.* El Análisis PESTEL fue construido en base a la revisión de literatura generada anteriormente en el marco teórico.

### **3.1.1. Entorno Político**

En el ámbito político, Ecuador ha experimentado cambios significativos en los últimos años que han impactado en la estabilidad del país. Si bien ha habido períodos de estabilidad política, también se han observado momentos de incertidumbre política, lo que puede afectar la confianza de los inversores y la actividad empresarial en general. Además, es importante tener en cuenta que Ecuador cuenta con un marco regulatorio laboral en constante evolución, con leyes y regulaciones que pueden influir en la gestión de recursos humanos y las prácticas laborales de las empresas. Por lo tanto, es importante para la empresa estar al tanto de cualquier cambio en las políticas gubernamentales y laborales y adaptarse rápidamente para cumplir con los requisitos legales y mantener operaciones eficientes y éticas.

### **3.1.2. Entorno Económico**

Desde el punto de vista económico, Ecuador enfrenta desafíos en términos de desempleo y crecimiento económico. Si bien la tasa de desempleo ha mostrado tendencias variadas en los últimos años, sigue siendo una preocupación importante para el país y puede influir en la demanda de servicios de capacitación y asesoramiento laboral. Por otro lado, el crecimiento económico puede presentar oportunidades para la empresa al aumentar la inversión en recursos humanos y el desarrollo profesional. Es importante para la empresa monitorear de cerca estos indicadores económicos y adaptar su estrategia empresarial en consecuencia para aprovechar las oportunidades y mitigar los riesgos asociados con el entorno económico cambiante.

### **3.1.3. Entorno Social**

En el entorno social, es importante considerar las tendencias demográficas y el nivel de educación de la población. Ecuador cuenta con una población joven en crecimiento y un alto nivel de alfabetización, lo que ofrece un gran potencial para la empresa en términos de acceso a una fuerza laboral educada y capacitada. Además, las preferencias laborales y las expectativas de los individuos pueden influir en la demanda de servicios de capacitación y asesoramiento laboral. Por ejemplo, la creciente importancia de la educación continua y el desarrollo profesional puede



crear oportunidades para la empresa en términos de ofrecer servicios de formación y capacitación personalizados para satisfacer las necesidades del mercado laboral en constante evolución.

#### **3.1.4. Entorno Tecnológico**

En el contexto tecnológico, la empresa de capacitación y asesoramiento en la elaboración de hojas de vida debe mantenerse al tanto de las últimas innovaciones y herramientas digitales relacionadas con la creación y presentación de hojas de vida. Esto implica la evaluación de plataformas en línea, software de diseño y sistemas de gestión de datos que faciliten a los usuarios la elaboración de hojas de vida de manera eficiente y profesional. La empresa debe ofrecer servicios que se adapten a las necesidades tecnológicas del mercado, asegurando la seguridad y protección de los datos de los clientes, especialmente en un entorno digital donde la privacidad es una preocupación constante.

El análisis del entorno tecnológico implica evaluar los avances tecnológicos y las innovaciones que pueden afectar a la empresa. Esto incluye el desarrollo de nuevas tecnologías, cambios en la infraestructura tecnológica y la adopción de tecnología por parte de los consumidores y la competencia. Estos factores pueden crear nuevas oportunidades de negocio, mejorar la eficiencia operativa y cambiar la forma en que se entregan los productos o servicios al mercado. Es importante para la empresa mantenerse al día con las últimas tendencias tecnológicas y utilizar la tecnología de manera efectiva para mantener su competitividad.

#### **3.1.5. Entorno Ambiental**

El análisis del entorno ambiental implica evaluar los factores ambientales y de sostenibilidad que pueden afectar a la empresa, lo que incluye el impacto ambiental de las operaciones de la empresa, las regulaciones ambientales y las expectativas de los consumidores en términos de responsabilidad ambiental. Estos factores pueden influir en la reputación de la empresa, su capacidad para cumplir con las normativas ambientales y su acceso a recursos naturales. Es importante para la empresa gestionar de manera responsable su impacto ambiental y cumplir con todas las regulaciones y estándares ambientales aplicables.

#### **3.1.5. Entorno Legal**

En cuanto al entorno legal, la empresa debe cumplir con todas las leyes y regulaciones relacionadas, así como con las prácticas empresariales en general. Esto implica el respeto de las



leyes laborales, la protección de la información confidencial de los clientes y el cumplimiento de las normativas de privacidad de datos. La empresa debe tener contratos claros y transparentes con los clientes, especificando los servicios ofrecidos, los términos de pago y cualquier otra condición relevante. Al mantenerse al día con las regulaciones legales y cumplir con todas las normativas aplicables, la empresa puede evitar posibles sanciones legales y proteger su integridad legal y reputación en el mercado.

### 3.2. Análisis de Mercado

El análisis de mercado es fundamental para comprender el entorno en el que operará la empresa de capacitación integral y asesoramiento en la elaboración de hojas de vida. Este análisis proporciona información importante sobre la demanda del mercado, la competencia existente, las tendencias del sector y las oportunidades potenciales. Es importante recopilar datos sobre el tamaño del mercado, las necesidades y preferencias de los clientes, así como los precios y la distribución de los productos o servicios similares en el mercado (Sepulveda et al., 2020).

Además, se deben identificar los segmentos de mercado más relevantes y analizar los factores que influyen en el comportamiento del consumidor. Este análisis permitirá a la empresa desarrollar estrategias efectivas de marketing y ventas, así como diferenciarse en el mercado y aprovechar las oportunidades de crecimiento.

Para el presente análisis se ha desarrollado la Matriz de Análisis de Mercado que se presenta en la Tabla 2.

**Tabla 2**

*Matriz de Análisis de Mercad*

Variable	Dimensiones	Indicador	Métodos/técnicas
Demanda	Tamaño del mercado Tendencias Segmentación	Número de usuarios potenciales	Análisis estadístico y estudios de mercado
		Crecimiento del mercado	Revisión de informes sectoriales y proyecciones económicas
		Identificación de nichos de mercado	Encuestas y análisis de comportamiento del consumidor



Competencia	Competidores	Número de competidores directos	Investigación de mercado y análisis de la industria
	Ventaja competitiva Estrategias	Diferenciación del producto/servicio Estrategias de marketing y ventas	Comparación de características y propuestas de valor Análisis de campañas publicitarias y promocionales Evaluación de características y comparación con competidores
Oferta	Productos/servicios	Variedad y calidad	Análisis de precios de la competencia y estrategias de fijación
	Precios Distribución Cobertura geográfica	Nivel de precios Canales de distribución Área de servicio	Evaluación de canales de venta y logística de distribución Análisis de mercado objetivo y alcance geográfico
Cinco fuerzas de Porter	Poder de negociación de los clientes	Competitivo	Tasa de rotación de clientes
	Poder de negociación de los proveedores		Dependencia de proveedores
	Amenaza de nuevos competidores		Barreras de entrada
	Amenaza de productos sustitutos		Disponibilidad de alternativas

*Nota.* El presente análisis fue construido en base a la revisión de literatura generada en el apartado anterior.



### 3.2.1 Mercado potencial

El mercado potencial para la empresa de capacitación y asesoramiento en la elaboración de hojas de vida se presenta como amplio y diverso en Ecuador, sobre todo en las ciudades grandes como Guayaquil, Quito y Cuenca, sin dejar el resto de las ciudades y provincias fuera del alcance, puesto que la empresa se fundamenta en las redes sociales y la virtualidad como medio de operatividad. Así, este mercado abarca a individuos de todas las edades y niveles educativos que buscan mejorar sus perspectivas laborales a través de la presentación de hojas de vida profesionales y atractivas.

Entre los principales segmentos de mercado se encuentran los recién graduados que buscan su primera experiencia laboral, profesionales en busca de nuevas oportunidades laborales, y personas que desean mejorar su imagen profesional para obtener ascensos o cambiar de carrera. Además, este mercado potencial incluye a empresas que desean capacitar a su personal en la elaboración de hojas de vida efectivas como parte de su desarrollo profesional.

Con la creciente competencia en el mercado laboral y la importancia cada vez mayor de la presentación personal, existe una demanda creciente de servicios de capacitación y asesoramiento en la elaboración de hojas de vida (Echeverría King et al., 2020). La empresa tiene la oportunidad de captar una parte significativa de este mercado potencial al ofrecer servicios personalizados, innovadores y de alta calidad que satisfagan las necesidades y expectativas de los clientes.

Iniciando por el análisis de la oferta de la empresa, el estudio revela una serie de aspectos clave que contribuyen a su posicionamiento en el mercado. En cuanto a los productos y servicios ofrecidos, la empresa se distingue por proporcionar un enfoque integral y personalizado en la creación y presentación de hojas de vida, incluyendo servicios de asesoramiento individualizado, plantillas profesionales, consejos sobre contenido relevante y técnicas de presentación efectivas. Esta oferta diferenciada se traduce en una mayor variedad y calidad de los servicios, lo que permite a la empresa destacarse entre la competencia y satisfacer las necesidades específicas de los clientes.

En términos de precios, la empresa adopta una estrategia competitiva que equilibra la calidad de los servicios ofrecidos con la accesibilidad para una amplia gama de clientes. Los precios se establecen de manera competitiva en función del valor percibido por los clientes y las tarifas del mercado, lo que permite a la empresa mantenerse atractiva para diferentes segmentos



de mercado sin comprometer la rentabilidad. Esta estrategia de precios busca maximizar la demanda y la participación en el mercado, al tiempo que garantiza la sostenibilidad financiera de la empresa a largo plazo.

En cuanto a la distribución, la empresa utiliza diversos canales para llegar a sus clientes objetivo de manera efectiva y eficiente. Además de ofrecer servicios en línea a través de su plataforma web, la empresa puede establecer alianzas estratégicas con instituciones educativas, empresas y organizaciones profesionales para llegar a un público más amplio y diverso. Esta estrategia de distribución omnicanal permite a la empresa expandir su alcance geográfico y aumentar su visibilidad en el mercado, aprovechando diferentes puntos de contacto con los clientes en diferentes ubicaciones.

Por último, en cuanto a la cobertura geográfica, la empresa busca ofrecer sus servicios en todo el territorio del Ecuador, aprovechando la demanda potencial de las grandes ciudades densamente pobladas y en constante crecimiento. Además, la empresa puede explorar oportunidades de expansión a nivel nacional e internacional en el futuro, aprovechando las ventajas de la globalización y la accesibilidad de los servicios en línea. Esta amplia cobertura geográfica garantiza que la empresa pueda atender a clientes de diferentes áreas geográficas y maximizar su potencial de crecimiento y rentabilidad.

### **3.2.2 Público objetivo**

El público objetivo de la empresa de capacitación integral y asesoramiento en la elaboración de hojas de vida está compuesto por individuos que buscan mejorar sus perspectivas laborales y profesionales a través de la creación y presentación de hojas de vida efectivas. Entre los segmentos principales se encuentran los recién graduados que ingresan al mercado laboral y buscan destacarse entre la competencia, los profesionales en busca de nuevas oportunidades laborales o de ascenso, y las empresas que desean capacitar a su personal en la elaboración de hojas de vida impactantes y profesionales.

Este público objetivo abarca un amplio espectro demográfico y educativo, desde jóvenes recién graduados hasta profesionales con años de experiencia en el mercado laboral. Inicialmente, los recién graduados constituyen un segmento importante del público objetivo, ya que buscan diferenciarse y destacarse en un mercado laboral cada vez más competitivo. Estos individuos



buscan servicios de capacitación y asesoramiento que les ayuden a crear hojas de vida llamativas y profesionales que resalten sus habilidades y logros académicos.

Por otro lado, los profesionales en busca de nuevas oportunidades laborales o de ascenso valoran los servicios que les permitan actualizar y mejorar su hoja de vida para destacar en el mercado laboral y obtener mejores oportunidades profesionales. Finalmente, las empresas que desean capacitar a su personal en la creación de hojas de vida efectivas buscan servicios que se adapten a las necesidades específicas de su industria y que les permitan mejorar la imagen profesional de su equipo (Oyarce et al., 2020).

El público objetivo también puede incluir a personas que buscan cambiar de carrera, a profesionales que desean regresar al mercado laboral después de un período de ausencia y a trabajadores autónomos que buscan establecer su marca personal en el mercado. Además, la empresa puede dirigirse a instituciones educativas, agencias de empleo y organizaciones profesionales que buscan servicios de capacitación y asesoramiento para sus estudiantes, clientes y miembros.

En el mercado ecuatoriano, el número de usuarios potenciales en el mercado es significativo, lo que indica un alto potencial de crecimiento para la empresa. Además, se observa un crecimiento continuo del mercado debido a factores como el aumento de la competencia laboral, la evolución de las tendencias en la presentación personal y la importancia cada vez mayor de la imagen profesional en el mercado laboral (Vieyra Villalá y Ortega Tambaco, 2021).

### **3.2.3 Competencia**

En el contexto competitivo, la empresa se encuentra en un mercado dinámico y competitivo, con la presencia de varias empresas y profesionales que ofrecen servicios similares. La competencia se compone principalmente de agencias de empleo, consultoras de recursos humanos, empresas de capacitación profesional y asesores individuales que proporcionan servicios de elaboración de hojas de vida y orientación profesional. Estos competidores ofrecen una variedad de servicios, que van desde la revisión y edición de hojas de vida hasta la elaboración de perfiles profesionales personalizados y la preparación para entrevistas de trabajo.

El análisis de la competencia revela la presencia de empresas establecidas con una amplia base de clientes y una reputación sólida en el mercado, así como nuevos participantes que buscan captar una parte del mercado en crecimiento. Las empresas establecidas pueden tener una ventaja



competitiva en términos de experiencia, recursos y reputación, mientras que los nuevos participantes pueden diferenciarse mediante la innovación, el enfoque en nichos de mercado específicos o la oferta de precios competitivos.

Además, la competencia también incluye servicios en línea y plataformas digitales que ofrecen herramientas y plantillas para la creación de hojas de vida, aunque estos servicios pueden carecer del aspecto personalizado y el asesoramiento individualizado que ofrece la empresa. En general, la competencia en el mercado es intensa, con varios actores compitiendo por la atención y la preferencia de los clientes.

Para enfrentar la competencia, la empresa debe desarrollar una propuesta de valor única que destaque sus servicios y los diferencie de la competencia. Esto puede incluir la oferta de servicios personalizados y adaptados a las necesidades individuales de los clientes, la provisión de asesoramiento profesional y experto, y la garantía de resultados efectivos y satisfactorios. Además, la empresa puede buscar asociaciones estratégicas con otras empresas y organizaciones profesionales para ampliar su alcance y acceder a nuevos segmentos de mercado. En última instancia, el éxito de la empresa en un mercado competitivo dependerá de su capacidad para innovar, diferenciarse y satisfacer las necesidades cambiantes de los clientes en el mercado laboral actual. Para el presente análisis de competencia, se desarrolló el Análisis de las cinco fuerzas de Porter, para evaluar diferentes aspectos de la competencia y se presenta en la Tabla 3.

**Tabla 3**

*Matriz de Análisis de Porter*

Rivalidad entre competidores	Poder de negociación de los clientes	Poder de negociación de los proveedores	Amenaza de nuevos competidores	Amenaza de productos sustitutos
La competencia en el mercado es intensa, con la presencia de varias empresas y profesionales	Los clientes tienen un poder de negociación considerable, ya que tienen múltiples	La empresa depende de proveedores de software, herramientas de diseño y recursos	Existe la amenaza de la entrada de nuevos competidores al mercado,	Los productos y servicios sustitutos, como plantillas de hojas de vida en línea y servicios



que ofrecen servicios similares de elaboración de hojas de vida.	opciones para elegir y pueden comparar precios y servicios antes de tomar una decisión de compra.	tecnológicos para ofrecer sus servicios, lo que puede afectar su capacidad para mantener costos bajos.	especialmente aquellos que ofrecen servicios en línea y plataformas digitales que pueden captar una parte del mercado.	automatizados de elaboración de hojas de vida, representan una amenaza para la empresa y su propuesta de valor.
--	---	--	--	---

*Nota.* El presente análisis fue construido en base a la revisión de literatura generada en el apartado anterior.

Como se observa, la matriz de análisis de Porter es una herramienta estratégica que permite evaluar el entorno competitivo en el que opera una empresa (Isabelle et al., 2020). En este contexto, aplicada a la empresa de capacitación integral y asesoramiento en la elaboración de hojas de vida, proporciona una comprensión detallada de las fuerzas que moldean la competencia en el mercado laboral. En primer lugar, la rivalidad entre competidores destaca la intensa competencia que existe en el mercado de elaboración de hojas de vida. La presencia de varias empresas y profesionales que ofrecen servicios similares crea un entorno altamente competitivo donde las empresas deben diferenciarse para destacar.

Por su parte, el poder de negociación de los clientes es otro aspecto importante a considerar. Los clientes tienen múltiples opciones para elegir y pueden comparar precios y servicios fácilmente antes de tomar una decisión de compra. Esto les otorga un poder considerable para influir en los precios y las condiciones de servicio. Así también, el poder de negociación de los proveedores puede afectar la capacidad de la empresa para mantener costos bajos. Dependiendo de los proveedores de software, herramientas de diseño y recursos tecnológicos, la empresa puede estar sujeta a cambios en los precios y las condiciones de suministro, lo que puede afectar su rentabilidad.

Finalmente, la amenaza de nuevos competidores y productos sustitutos también debe ser considerada. La entrada de nuevos competidores al mercado y la presencia de productos y servicios sustitutos, como plantillas de hojas de vida en línea y servicios automatizados de



elaboración de hojas de vida, representan una amenaza para la empresa y su propuesta de valor. En conjunto, esta matriz proporciona una visión completa del entorno competitivo en el que opera la empresa, ayudando a identificar oportunidades y desafíos clave que deben abordarse en la formulación de estrategias empresariales.

#### **4. DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO**

La descripción del modelo de negocio se centra en proporcionar una visión detallada de cómo la empresa de servicio de capacitación integral para la construcción de hojas de vida opera y crea valor en su mercado objetivo que son principalmente las ciudades principales de Ecuador. Este modelo de negocio se basa en la prestación de servicios especializados y personalizados para ayudar a individuos y empresas a mejorar sus perspectivas profesionales y destacarse en el mercado laboral.

En primer lugar, la empresa identifica y segmenta a su público objetivo, que incluye individuos en búsqueda de empleo, profesionales en busca de nuevas oportunidades laborales y empresas que desean capacitar a su personal en la elaboración de hojas de vida efectivas. Esta segmentación permite a la empresa adaptar sus servicios para satisfacer las necesidades específicas de cada grupo de clientes. Por lo que, la propuesta de valor de la empresa se centra en ofrecer servicios de capacitación personalizados y efectivos, así como asesoramiento experto y acceso a herramientas y recursos profesionales.

Para llegar a sus clientes, la empresa utiliza una variedad de canales de distribución, que incluyen una plataforma en línea (sitio web mediante el uso de Google Sites), alianzas con instituciones educativas y empresas, participación en ferias de empleo y eventos de networking, así como publicidad en redes sociales y campañas de marketing digital, para garantizar una amplia cobertura y accesibilidad para los clientes potenciales. La Tabla 4 presenta el Análisis de la propuesta de acuerdo con el Business Canvas Model.

#### **Tabla 4**

*Business Canvas Model de la propuesta*



<p>Alianzas Clave:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Profesionales en Gestión del Talento Humano.</li> <li>- Instituciones educativas.</li> <li>- Empresas y organizaciones profesionales.</li> <li>- Proveedores de software y herramientas tecnológicas.</li> <li>- Profesionales independientes en áreas complementarias (diseño gráfico, marketing, etc.).</li> </ul>	<p>Actividades Clave:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Evaluación de necesidades de los clientes.</li> <li>- Elaboración de hojas de vida personalizadas.</li> <li>- Desarrollo y mantenimiento de la plataforma en línea.</li> <li>- Marketing y promoción.</li> </ul>	<p>Propuesta de Valor:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Servicios de capacitación integral personalizados y efectivos para la construcción de hojas de vida.</li> <li>- Asesoramiento experto y orientación profesional.</li> <li>Plantillas profesionales y técnicas efectivas de presentación.</li> <li>- Accesibilidad y conveniencia a través de plataformas en línea.</li> </ul>	<p>Relación con los Clientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Personalización y atención personalizada.</li> <li>- Soporte post-venta y seguimiento.</li> <li>- Comunicación a través de redes sociales, correo electrónico y teléfono.</li> <li>Retroalimentación y mejora continua basada en la satisfacción del cliente.</li> </ul>	<p>Segmentos de Clientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Individuos en búsqueda de empleo.</li> <li>- Profesionales en busca de nuevas oportunidades laborales.</li> <li>- Empresas que desean capacitar a su personal en la elaboración de hojas de vida efectivas.</li> </ul>
	<p>Recursos Clave:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Equipo de profesionales calificados en gestión de talento.</li> <li>- Plataforma en línea y herramientas tecnológicas.</li> <li>- Alianzas estratégicas con instituciones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Alianzas estratégicas con instituciones educativas y empresas.</li> </ul>	<p>Canales de Distribución:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Plataforma en línea (sitio web).</li> <li>- Alianzas con instituciones educativas y empresas.</li> <li>- Participación en ferias de empleo y eventos de networking.</li> <li>- Publicidad en</li> </ul>	



	- Capital financiero.		redes sociales y campañas de marketing digital.	
Estructura de Costos:  - Servicios Prestados de profesionales. - Desarrollo y mantenimiento de la plataforma en línea. - Marketing y publicidad.		5. Fuentes de Ingresos:  - Tarifas por servicios de capacitación integral y asesoramiento. - Tarifas por acceso a plantillas y recursos premium. - Ingresos por publicidad y patrocinios en la plataforma en línea. - Acuerdos de colaboración y comisiones por referencias.		

*Nota.* El presente análisis fue construido por los autores.

El Business Model Canvas propuesto para la empresa de servicio de capacitación integral para la construcción de hojas de vida establece una estructura de cómo la empresa crea, entrega y captura valor en su mercado objetivo. En primer lugar, los Segmentos de Clientes identificados incluyen individuos en búsqueda de empleo, profesionales en busca de nuevas oportunidades laborales y empresas que desean capacitar a su personal en la elaboración de hojas de vida efectivas, los cuáles representan las principales audiencias a las que la empresa dirigirá sus servicios.

La Propuesta de Valor de la empresa se centra en ofrecer servicios de capacitación integral personalizados y efectivos para la construcción de hojas de vida, a su vez, los Canales de Distribución seleccionados para llegar a los clientes incluyen una plataforma en línea (sitio web), alianzas con instituciones educativas y empresas, participación en ferias de empleo y eventos de



networking, así como publicidad en redes sociales y campañas de marketing digital. En términos de Relación con los Clientes, la empresa se compromete a brindar un servicio personalizado y atención continua a través de comunicación directa, soporte y retroalimentación para mejorar constantemente la experiencia del cliente.

En cuanto a las fuentes de ingresos, la empresa genera ingresos a través de tarifas por servicios de capacitación integral y asesoramiento, tarifas por acceso a recursos premium en línea, ingresos por publicidad y patrocinios en la plataforma, así como acuerdos de colaboración y comisiones por referencias. El modelo de negocio también se apoya en una serie de recursos clave, que incluyen un equipo de profesionales altamente calificados, una plataforma en línea y herramientas tecnológicas, alianzas estratégicas con instituciones educativas y empresas, así como capital financiero para inversión en desarrollo y crecimiento.

Por otro lado, las Actividades Clave de la empresa abarcan desde la evaluación de necesidades de los clientes y la elaboración de hojas de vida personalizadas, hasta la entrega de asesoramiento experto y orientación profesional, el desarrollo y mantenimiento de la plataforma en línea, así como las actividades de marketing y promoción. Las Alianzas Clave identificadas son instituciones educativas, empresas y organizaciones profesionales, proveedores de software y herramientas tecnológicas, así como profesionales independientes en áreas complementarias.

Finalmente, la Estructura de Costos de la empresa incluye salarios del personal, gastos operativos, desarrollo y mantenimiento de la plataforma en línea, marketing y publicidad, así como investigación y desarrollo de nuevos servicios. Un análisis detallado de los costos garantiza una gestión financiera eficiente y sostenible.

## **5. ESTRATEGIA DE MARKETING**

La estrategia de marketing define una gran parte del éxito del proyecto, por lo que el plan de negocio debe contener instrumentos acordes a la estrategia que se utiliza.

### **5.1. Cartera de servicios y propuesta de valor**

La empresa de servicios de capacitación integral para la construcción de hojas de vida ofrecerá una amplia gama de servicios diseñados para satisfacer las necesidades de los buscadores de empleo y profesionales que desean mejorar su presentación profesional. La cartera de servicios incluirá talleres y cursos de capacitación en la elaboración de hojas de vida, diseño y personalización de currículums, así como la creación de videos de presentación. Cada servicio



estará diseñado para proporcionar a los usuarios las habilidades y herramientas necesarias para destacar en el competitivo mercado laboral.

La propuesta de valor de esta empresa se centra en proporcionar un enfoque integral y personalizado para la creación de hojas de vida. A través de nuestra plataforma web, los usuarios tendrán acceso a una variedad de plantillas modernas y atractivas adaptadas a diferentes industrias y niveles de experiencia. Además, ofreceremos servicios de asesoramiento personalizado, donde expertos en recursos humanos guiarán a los usuarios en la mejor manera de presentar sus habilidades y logros. El componente innovador de nuestra oferta será la inclusión de videos de presentación, permitiendo a los candidatos mostrar su personalidad y habilidades de comunicación de manera más efectiva, lo que puede ser un factor decisivo en los procesos de selección (Ospina & Sanabria, 2010; Barreneche, 2003).

## 5.2. Estrategias de Marketing

Para la formulación de nuestras estrategias de marketing, utilizaremos el modelo de marketing mix, que es un pilar fundamental en la formulación de estrategias comerciales. A continuación, se detalla cada una de las 4P:

### a. Producto

Nuestro producto principal es la plataforma de capacitación integral en la elaboración de hojas de vida con videos de presentación. La plataforma ofrecerá diversos módulos de capacitación, plantillas personalizables, y servicios de asesoramiento individualizado. También incluirá herramientas interactivas como un generador de palabras clave y un análisis de contenido para optimizar los currículums de los usuarios. La calidad y diversidad de nuestros servicios serán nuestro principal diferenciador en el mercado (Cedeño & Dueñas, 2020). La Tabla 5 detalla los productos y servicios que se ofrecen en la empresa.

**Tabla 5**

*Descripción de productos y servicios ofertados*

Servicio	Descripción
Talleres y Cursos de Capacitación	Sesiones en línea que abarcan la creación y elaboración de hojas de vida, la redacción de perfiles profesionales y técnicas para sobresalir en procesos de selección.



Diseño y Personalización de Currículums	Servicios personalizados de diseño para crear currículums visualmente atractivos y profesionalmente relevantes, adaptados a diferentes industrias y niveles de experiencia.
Creación de Videos de Presentación	Asistencia en la producción de videos cortos donde los candidatos pueden presentar sus habilidades, experiencia y personalidad, mejorando su impacto en los reclutadores.
Asesoramiento Personalizado	Consultas individuales con expertos en recursos humanos que brindan orientación sobre cómo destacar habilidades y logros específicos en el currículum y durante entrevistas.
Generador de Palabras Clave	Herramienta interactiva que sugiere palabras clave y frases específicas para optimizar currículums y hacerlos más visibles a los sistemas de seguimiento de candidatos (ATS).
Plantillas Modernas y Personalizables	Amplia selección de plantillas de currículums adaptadas a diferentes profesiones y niveles de experiencia, disponibles en nuestra plataforma web.
Talleres de Desarrollo Profesional	Sesiones que cubren una variedad de temas como técnicas de entrevistas, branding personal y habilidades de comunicación.
Revisión y Retroalimentación de Currículums	Servicio de revisión detallada de currículums con retroalimentación específica para mejorar su presentación y contenido.

---

*Nota.* El presente análisis fue construido por los autores.

#### **b. Precio**

La estrategia de precios será competitiva y flexible para atraer a diferentes segmentos de mercado. Ofreceremos una estructura de precios escalonada que incluirá opciones gratuitas con funcionalidades básicas y planes premium con acceso completo a todas las herramientas y asesoramiento personalizado. También consideraremos descuentos para estudiantes y profesionales en búsqueda activa de empleo, con el fin de hacer los servicios accesibles a una mayor audiencia (Lezana et al., 2022). Se elaborará una Tabla en base a los resultados obtenidos en las encuestas, para determinar un precio acorde a la necesidad real de los clientes.



**c. Plaza (Distribución)**

La distribución de nuestros servicios se realizará principalmente a través de nuestra plataforma web, accesible desde cualquier dispositivo con conexión a internet. Adicionalmente, estableceremos alianzas estratégicas con instituciones educativas, agencias de empleo y empresas de recursos humanos para promover nuestros servicios. La cobertura geográfica inicial será a nivel nacional, con planes de expansión a otros mercados de América Latina en el mediano plazo (Rincón Soto et al., 2022).

**d. Promoción**

Se utilizará una combinación de estrategias de promoción online y offline para maximizar la visibilidad de nuestra plataforma. Las estrategias online incluirán marketing en redes sociales, campañas de email marketing, SEO, y publicidad pagada en buscadores y plataformas sociales. Para las estrategias offline, se participará en ferias de empleo, seminarios y talleres en instituciones educativas y organizaciones profesionales. También se desarrollará contenido educativo y de valor añadido como blogs, webinars y tutoriales para posicionarnos como líderes en el campo de la creación de hojas de vida (Vélez et al., 2020).

A través de una promoción efectiva, se busca aumentar la visibilidad de la empresa, atraer a nuevos clientes y fidelizar a los existentes. A continuación, en la Tabla 6 se presenta un plan de acción para las estrategias de promoción, acompañado de su respectivo presupuesto:

**Tabla 6**
*Matriz de campañas de marketing*

No.	Objetivo	Estrategia	Acciones	Presupuesto (USD)
1	Aumentar la visibilidad de la empresa	Publicidad en redes sociales	Crear y gestionar campañas publicitarias en Facebook, Instagram y LinkedIn.	\$ 200,00
2	Atraer nuevos clientes	Ofertas promocionales	Ofrecer descuentos y promociones para nuevos usuarios durante los primeros meses de lanzamiento.	\$ 100,00
3	Fidelizar a los clientes actuales	Programa de referidos	Implementar un sistema de referidos donde los clientes actuales obtengan beneficios al referir amigos.	\$ 250,00
4	Generar contenido educativo y de valor	Marketing de contenidos	Publicar blogs, webinars y tutoriales sobre la importancia de hojas de vida y videos de presentación.	\$ 300,00
5	Posicionar la marca en el mercado	Colaboraciones y alianzas estratégicas	Asociarse con universidades, institutos y empresas para ofrecer talleres y cursos.	\$ 100,00
6	Medir y analizar el impacto de las estrategias	Análisis de métricas y KPIs	Utilizar herramientas analíticas para evaluar el rendimiento de las campañas y ajustar estrategias.	\$ 200,00
Total Presupuestado para Promoción				\$ 1.150,00

*Nota.* El presente análisis fue construido por los autores.

Por su parte la Tabla 7, presenta una metodología para evaluar la eficacia de estas estrategias, diseñada principalmente para control y monitoreo de estas acciones.

**Tabla 7**

*Metodología para evaluar la eficacia de las estrategias de marketing*

No.	Objetivo	Indicadores	Medir el Desempeño	Verificadores	Tiempo
1	Aumentar la visibilidad de la empresa	Alcance, impresiones, CTR	Monitorear el tráfico web y las interacciones en redes sociales.	Reportes de Google Analytics, Facebook Insights	Mensual
2	Atraer nuevos clientes	Nuevos registros, tasa de conversión	Evaluar el número de nuevos usuarios y su tasa de conversión en clientes pagos.	Datos de la plataforma, informes de ventas	Trimestral
3	Fidelizar a los clientes actuales	Tasa de retención, NPS	Analizar la recurrencia de usuarios y su satisfacción mediante encuestas NPS.	Informes de retención, resultados de encuestas	Semestral
4	Generar contenido educativo y de valor	Engagement, compartidos, tiempo en página	Medir el compromiso de los usuarios con el contenido publicado.	Métricas de redes sociales, tiempo de lectura	Mensual
5	Posicionar la marca en el mercado	Participación en eventos, menciones	Contabilizar la participación en eventos y las menciones en medios y redes.	Informes de eventos, menciones en redes sociales	Semestral
6	Medir y analizar el impacto	ROI, costo por lead, tasa de conversión	Calcular el retorno de inversión y el costo por lead de las campañas.	Datos financieros, informes de campañas	Trimestral

*Nota.* El presente análisis fue construido por los autores.

### 5.3. Análisis de la encuesta

Durante el estudio, se realizó una encuesta a potenciales clientes de la empresa, cuya muestra fue basada en el método aleatorio simple, tomando el número de la población económicamente activa de las principales provincias del Ecuador, Pichincha, Guayas y Azuay, que totalizan 4.475.087 personas. Se utilizó la fórmula de muestra finita, con 95% de confianza y 5.6% de error, obteniendo en total 306 encuestas, se realizaron finalmente 310 encuestas válidas (luego de la revisión integral de la base de datos obtenida), la Tabla 8 muestra los datos demográficos de los encuestados:

**Tabla 8**

*Datos demográficos de la muestra*

<b>Rango de Edades</b>		
Aspecto	Frecuencia	Porcentaje
18-30 años	222	71,6%
31-40 años	66	21,3%
41-50 años	19	6,1%
51-65 años	3	1,0%
<b>Género</b>		
Femenino	181	58,4%
Masculino	129	41,6%
Otros	0	0,0%
<b>Nivel de Estudios</b>		
Tercer Nivel /		
Técnico/Tecnológico	210	67,7%
Secundaria	55	17,7%
Cuarto nivel / Postgrado	39	12,6%
Otros	6	1,9%
<b>Condiciones de Empleo</b>		
Empleado a tiempo completo	162	52,3%
Estudiante	104	33,5%
Desempleado	23	7,4%
Empleado a tiempo parcial	14	4,5%
Autónomo/Freelancer	7	2,3%

Área de Interés		
Educación	63	20,3%
Salud / Medicina	60	19,4%
Servicios Profesionales	28	9,0%
Comercio	23	7,4%
Agricultura / Pesca / Ganadería	23	7,4%
Finanzas/ Banca	21	6,8%
Fabricación / Construcción / Obras	18	5,8%
Telecomunicaciones	13	4,2%
Transporte	12	3,9%
TTHH / Personal	10	3,2%
Publicidad / RRPPT	9	2,9%
Telecomunicaciones	9	2,9%
Informática /Software	9	2,9%
Legal / Asesoría	8	2,6%
Hotelería / Turismo	4	1,3%

*Nota.* El presente análisis fue construido por los autores.

La encuesta realizada a 310 personas revela datos significativos sobre el perfil demográfico y profesional de los encuestados, que son fundamentales para diseñar un plan de negocios enfocado en la capacitación integral para la elaboración de hojas de vida. La mayoría de los encuestados, un 71,6%, se encuentra en el rango de 18 a 30 años, lo que indica que este grupo etario tiene un gran interés en mejorar sus hojas de vida y potencialmente buscar nuevas oportunidades laborales. Los encuestados de 31 a 40 años constituyen el 21,3%, lo que también es un segmento considerable, pero menor en comparación con los más jóvenes. Las personas mayores de 41 años representan solo el 6,1%, y las de 51 a 65 años son aún menos, con un 1,0%. Estos datos sugieren que el principal público objetivo para la capacitación integral en elaboración de hojas de vida son los jóvenes adultos y los profesionales en medio de su carrera.

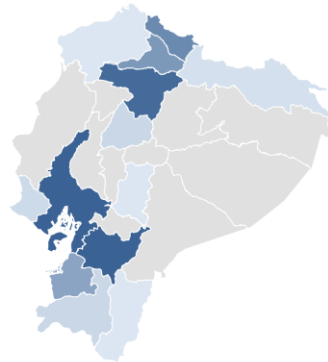
En términos de género, el 58,4% de los encuestados son mujeres, mientras que el 41,6% son hombres. No se reportan respuestas de personas que se identifiquen fuera del binomio

masculino-femenino. Esto indica que la capacitación debe ser diseñada para atraer a ambos géneros por igual, pero con una ligera inclinación hacia las necesidades y preferencias de las mujeres si se considera la proporción de participación. Respecto al nivel educativo, un 67,7% de los encuestados ha alcanzado el tercer nivel (técnico o tecnológico), lo que señala una alta proporción de personas con formación técnica buscando mejorar su perfil profesional. Un 12,6% posee un cuarto nivel (postgrado), mientras que un 17,7% ha completado la secundaria. Solo un 1,9% tiene otros niveles de estudio. Esto sugiere que la capacitación debe estar adaptada tanto para personas con educación técnica como para aquellos con estudios más avanzados.

En cuanto a la situación laboral, el 52,3% de los encuestados están empleados a tiempo completo, un 33,5% son estudiantes, y un 7,4% están desempleados. Solo un 2,3% trabaja como autónomo o freelancer, y un 4,5% está empleado a tiempo parcial. Estos datos sugieren que la capacitación podría ser particularmente relevante para empleados a tiempo completo y estudiantes que buscan entrar al mercado laboral. Finalmente, el área de interés muestra una diversidad de sectores, con un enfoque predominante en educación (20,3%) y salud/medicina (19,4%). Otros sectores relevantes incluyen servicios profesionales (9,0%) y comercio (7,4%). Las áreas menos representadas son hotelería/turismo (1,3%) y telecomunicaciones (2,9%). Esto indica que la capacitación debería ser flexible para adaptarse a diferentes sectores y resaltar cómo una hoja de vida bien elaborada puede impactar en múltiples áreas profesionales. Por su parte, la Figura 2 representa las provincias que tuvieron alcance al estudio realizado:

**Figura 2**

*Provincias pertenecientes a los encuestados*



Con tecnología de Bing  
© Microsoft, OpenStreetMap

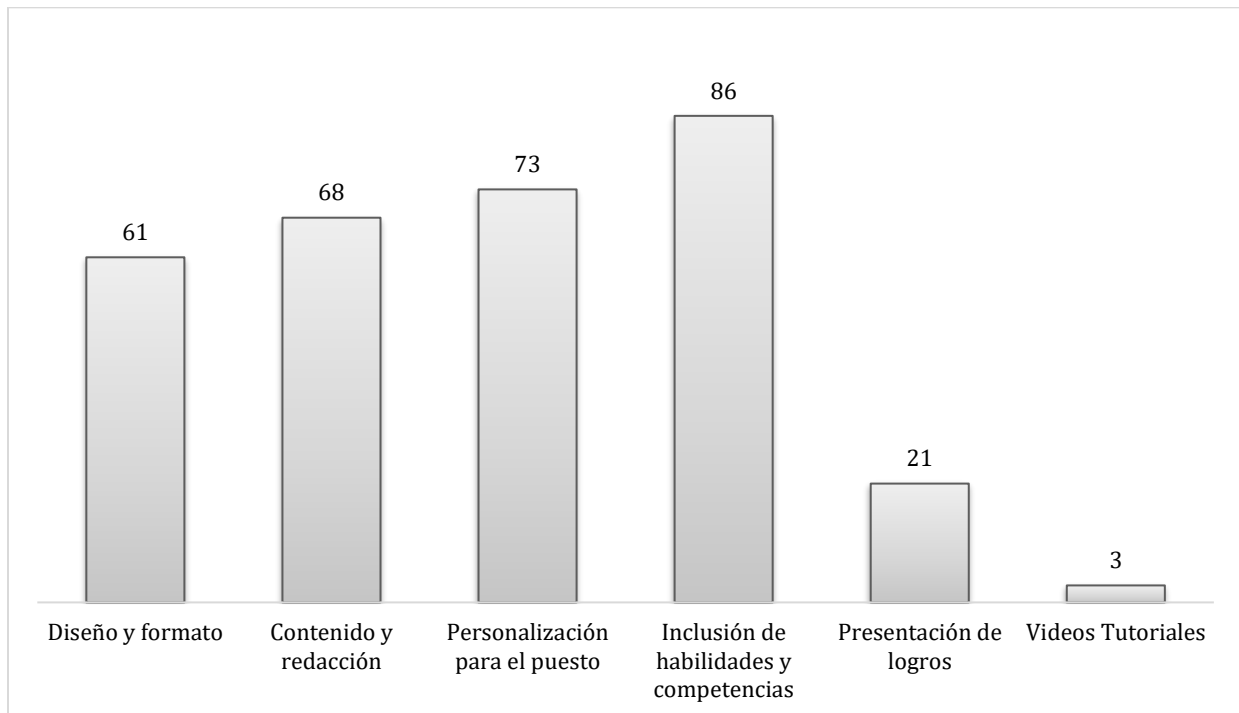
Provincia de Residencia

Azuay	47	15,2%
Bolívar	4	1,3%
Carchi	33	10,6%
Chimborazo	1	0,3%
Cotopaxi	6	1,9%
El Oro	24	7,7%
Esmeraldas	1	0,3%
Guayas	47	15,2%
Imbabura	28	9,0%
Lo Ríos	48	15,5%
Loja	6	1,9%
Pichincha	44	14,2%
Santa Elena	5	1,6%
Sucumbíos	3	1,0%
Tulcán	10	3,2%

*Nota.* La presente figura fue elaborada por los autores.

**Figura 3**

*Aspectos importantes en una hoja de vida*

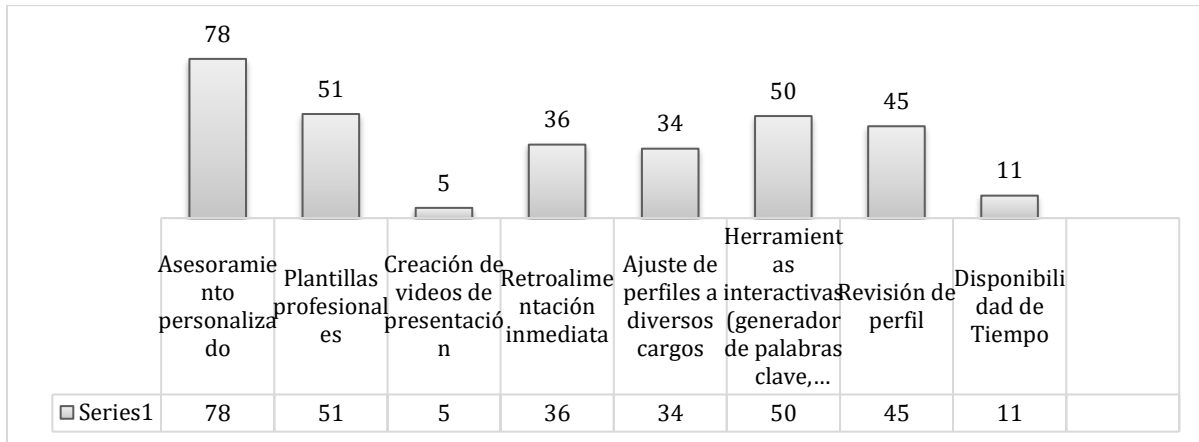


*Nota.* La presente figura fue elaborada por los autores.

En cuanto a los aspectos considerados más importantes en una hoja de vida, el contenido y la redacción se destacan como la prioridad principal, con 86 de los encuestados considerándolo fundamental. La inclusión de habilidades y competencias sigue como una prioridad significativa de los participantes subrayando su importancia. La personalización para el puesto es relevante con la cantidad de 73 encuestados, mientras que la presentación de logros, diseño y formato, así como la presentación de logros, son vistos como importantes con 21, 61 y 68 usuarios manifiestan respectivamente sus importancia. A pesar de su menor relevancia, la incorporación de videos tutoriales es mencionada por 3 encuestados, indicando que esta opción es menos prioritaria en comparación con otros aspectos clave. La Figura 5 presenta a su vez, las características del servicio de elaboración de hojas de vida.

**Figura 4**

*Características del servicio de elaboración de hojas de vida*



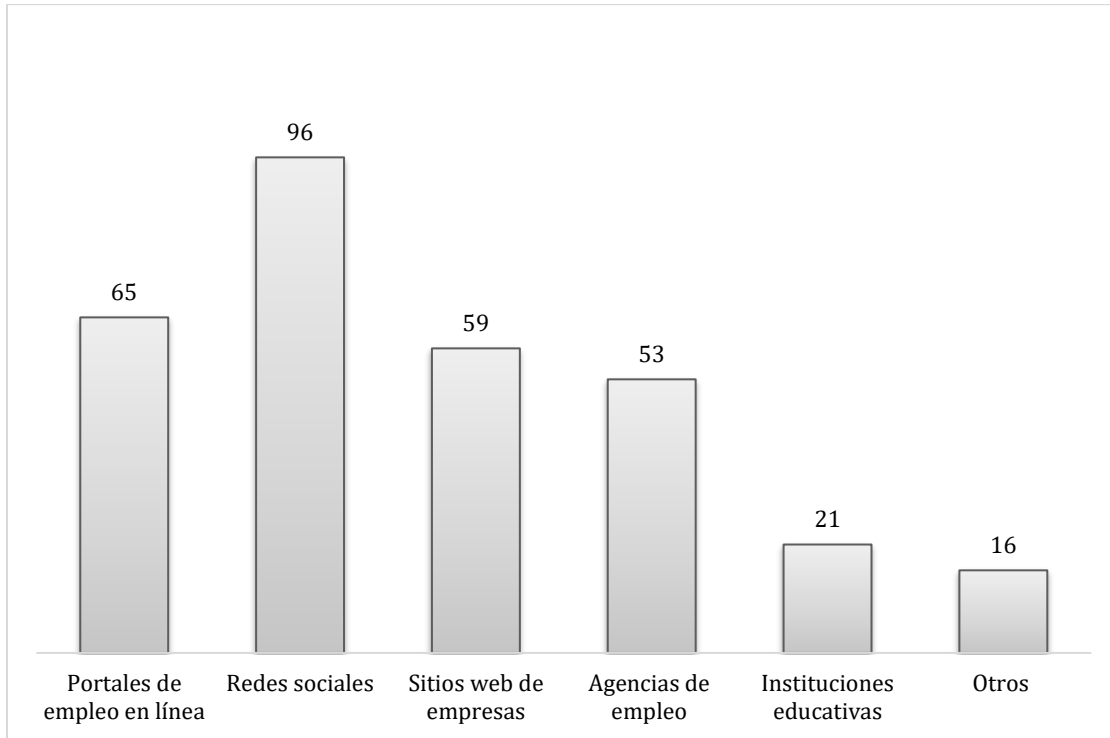
*Nota.* La presente figura fue elaborada por los autores.

En cuanto a las características deseadas en un servicio de elaboración de hojas de vida, el asesoramiento personalizado es la característica más valorada, con un 78 encuestados expresando su preferencia. Las plantillas personalizadas también son altamente valoradas, con un 51 entrevistados destacándola. Las herramientas interactivas (50), como generadores de palabras clave y análisis de contenido, son importantes para los participantes. Otros servicios valorados incluyen el ajuste de perfiles a diversos cargos (34) y la retroalimentación inmediata (36). Aunque menos demandada, la creación de videos de presentación es relevante para un mínimo grupo de 5 encuestados. La disponibilidad de tiempo es una característica importante para 11 encuestados, mientras que las plantillas profesionales son apreciadas por 51 personas. La Figura 6 analiza los medios de comunicación utilizado para la búsqueda de ofertas de empleo y recursos de capacitación

**Figura 5**

*Medios de comunicación utilizado para la búsqueda de ofertas de empleo y recursos de*

*capacitación*

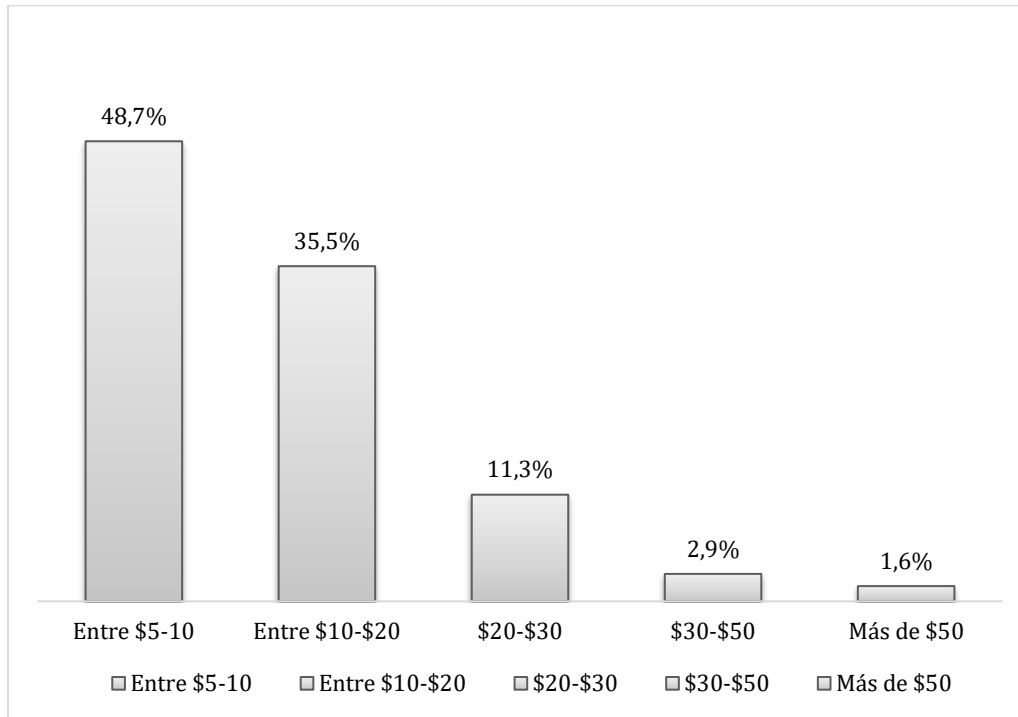


*Nota.* La presente figura fue elaborada por los autores.

En cuanto a los medios de comunicación más utilizados para la búsqueda de empleo y recursos de capacitación, las redes sociales son la opción más popular, con 96 encuestados indicándolas como su principal canal. Los portales de empleo en línea también juegan un papel importante, siendo utilizados por 65 participantes. Los sitios web de empresas son consultados por 59 encuestados dando su preferencia, mientras que las agencias de empleo son empleadas por 53 personas. Las instituciones educativas y otros medios tienen una menor relevancia, con un 21 y 16 respectivamente. Estos resultados subrayan la creciente importancia de las redes sociales y los portales en línea como herramientas clave en la búsqueda de empleo y desarrollo profesional. Luego, se analizó el servicio de elaboración de hojas de vida, y todos sus servicios que la empresa otorgará, la Figura 7 presenta la disposición a pagar por plantillas de hoja de vida personalizadas:

**Figura 6**

*Disposición de pago por el Servicio de Plantillas personalizadas de Hojas de vida.*



*Nota.* La presente figura fue elaborada por los autores.

En cuanto a la disposición de pago para plantillas de hojas de vida, la mayoría de los encuestados, con un 48,7%, está dispuesto a pagar entre \$5 y \$10. Una proporción significativa, el 35,5%, estaría dispuesta a pagar entre \$10 y \$20. Solo un 11,3% considera razonable pagar entre \$20 y \$30, mientras que el 2,9% estaría dispuesto a pagar entre \$30 y \$50. Apenas un 1,6% está dispuesto a pagar más de \$50. Estos resultados sugieren que la mayoría de los clientes potenciales tiene un presupuesto relativamente ajustado para la compra de plantillas de hojas de vida, con una clara preferencia por opciones más económicas. A su vez, la Tabla 9 analiza la Disposición de Pago en Servicios Especializados en Hojas de Vida.

**Tabla 9**
*Disposición de Pago en Servicios Especializados en Hojas de Vida*

Disposición de Pago	Talleres ( para elaboración hojas de vida)		Diseño y Personalización de hojas de vida		Revisión y Retroalimentación de hojas de vida	
	n	%	N	%	n	%
	Entre \$5-10	141	45,5%	151	48,7%	131
Entre \$10-\$20	123	39,7%	128	41,3%	120	38,7%
\$20-\$50	35	11,3%	4	1,3%	6	1,9%
\$50-\$100	5	1,6%	24	7,7%	49	15,8%

*Nota.* El presente análisis fue construido por los autores.

Respecto a los servicios especializados, como talleres de elaboración de hojas de vida, diseño y personalización de currículums, y revisión y retroalimentación de currículums, se observa una variabilidad en las disposiciones de pago. Para talleres de elaboración de hojas de vida, el 45,5% de los encuestados estaría dispuesto a pagar entre \$5 y \$10, y el 39,7% entre \$10 y \$20. Solo un 11,3% está dispuesto a pagar entre \$20 y \$50, mientras que solo un 1,6% podría pagar entre \$50 y \$100. Los servicios de diseño y personalización de currículums tienen una disposición de pago similar, con el 48,7% dispuesto a pagar entre \$5 y \$10 y el 41,3% entre \$10 y \$20. En cuanto a la revisión y retroalimentación de currículums, el 42,3% está dispuesto a pagar entre \$5 y \$10 y el 38,7% entre \$10 y \$20. Los servicios de revisión y retroalimentación son percibidos como más valiosos, con un 15,8% dispuesto a pagar entre \$50 y \$100, a diferencia de los otros servicios. Estos datos reflejan una disposición general a pagar montos moderados por servicios especializados, con una mayor disposición para invertir en servicios de revisión y retroalimentación. Por otro lado, la Tabla 10 presenta información referente a Disposición de Pago en Servicios Agregados al Diseño de Hojas de Vida.

**Tabla 10**
*Disposición de Pago en Servicios Agregados al Diseño de Hojas de Vida*

<b>Disposición de Pago</b>	<b>Talleres de Desarrollo Profesional</b>		<b>Asesorías Entrevistas Laborales</b>		<b>Videos de Presentación</b>	
	<b>n</b>	<b>%</b>	<b>N</b>	<b>%</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Entre \$5-10	92	29,7%	102	32,9%	142	45,8%
Entre \$10-\$20	106	34,2%	129	41,6%	117	37,7%
\$20-\$50	84	27,1%	62	20,0%	41	13,2%
\$50-\$100	17	5,5%	11	3,5%	5	1,6%
Más de \$100	11	3,5%	6	1,9%	5	1,6%

*Nota.* El presente análisis fue construido por los autores.

En cuanto a los servicios agregados como talleres de desarrollo profesional, asesorías para entrevistas laborales, y videos de presentación, también se observan preferencias distintas. La disposición a pagar entre \$5 y \$10 es del 29,7% para talleres de desarrollo profesional, 32,9% para asesorías de entrevistas laborales y 45,8% para videos de presentación. El 34,2% estaría dispuesto a pagar entre \$10 y \$20 para talleres de desarrollo profesional, mientras que el 41,6% haría lo mismo para asesorías de entrevistas laborales y el 37,7% para videos de presentación. Para el rango de \$20 a \$50, el 27,1% se inclina por talleres de desarrollo profesional, 20,0% por asesorías y 13,2% por videos de presentación. Los servicios más costosos, entre \$50 y \$100, tienen una baja aceptación general, con un 5,5% para talleres, 3,5% para asesorías y 1,6% para videos de presentación. Finalmente, los montos superiores a \$100 son considerados por un pequeño porcentaje, con el 3,5% para talleres, 1,9% para asesorías y 1,6% para videos de presentación. Estos datos indican una mayor disposición a pagar por servicios más accesibles y una menor inclinación a pagar precios altos por estos servicios adicionales.

#### **5.4. Proyección de ventas (3 años).**

Con base en las encuestas realizadas previamente, se desarrolló la proyección de ventas de los potenciales 3 siguientes años, iniciando con la base del servicio principal que son las plantillas personalizables, se escogió el 5% de la población objetivo como base para la proyección de clientes potenciales anuales y se fundamenta en estudios de mercado previos que indican que, en servicios de capacitación integral y asesoría, especialmente en sectores con alta competencia como el de la construcción de hojas de vida, una tasa de conversión del 5% es alcanzable y realista. Según la literatura sobre marketing de servicios, las tasas de conversión varían típicamente entre el 1% y el 10%, dependiendo del enfoque estratégico, la calidad del servicio y la notoriedad de la marca (Kotler y Keller, 2016).

En el contexto ecuatoriano, un mercado en desarrollo donde la demanda de formación profesional está en aumento, pero donde también existe una oferta amplia, el 5% se presenta como una meta prudente. Esto permite a la empresa establecer una proyección de ventas que, aunque ambiciosa, se mantiene dentro de un rango realista que se puede lograr a través de estrategias efectivas de marketing y la creación de valor diferenciado para los clientes. La Tabla 11 inicialmente, presenta la selección de precios por servicio.

**Tabla 11**

*Precios por cada servicio de acuerdo con las encuestas*

<b>Servicio</b>	<b>Rango de Precios</b>	<b>Precio Propuesto</b>
Plantillas Personalizadas de Hoja de Vida	Entre \$5-\$10	\$8.00
Plantillas Personalizadas (Premium)	Entre \$10-\$20	\$15.00
Talleres en línea	Entre \$5-\$10	\$8.00
Talleres en línea (Avanzados)	Entre \$10-\$20	\$15.00
Diseño y Personalización de Currículums	Entre \$5-\$10	\$8.00
Revisión y Retroalimentación de Currículums	Entre \$10-\$20	\$15.00
Asesorías para Entrevistas Laborales	Entre \$10-\$20	\$15.00
Videos de Presentación	Entre \$5-\$10	\$8.00

*Nota.* El presente análisis fue construido por los autores.

Basado en esos precios, se realiza la proyección de ventas de servicios utilizando el 5% de los cliente potenciales anuales en la Tabla 12.

**Tabla 12**

*Ventas proyectadas por el servicio de Plantillas personalizadas*

<b>Rango de Precio</b>	<b>Porcentaje de Clientes (5%)</b>	<b>Número de Clientes</b>	<b>Ingreso Medio por Cliente (USD)</b>	<b>Ingreso Total (USD)</b>
Entre \$5-\$10	48.7%	1,166	\$8.00	\$9,328.00
Entre \$10-\$20	35.5%	849	\$15.00	\$12,735.00
Entre \$20-\$30	11.3%	270	\$25.00	\$6,750.00
Entre \$30-\$50	2.9%	69	\$40.00	\$2,760.00
Más de \$50	1.6%	38	\$60.00	\$2,280.00



Total \$33,053.00

*Nota.* El presente análisis fue construido por los autores.

La Tabla 12 muestra las ventas proyectadas para el servicio de plantillas personalizadas. A partir de una base de 2,388 clientes potenciales, se espera que un 48.7% de estos, es decir, 1,166 clientes, opten por pagar entre \$5 y \$10, generando un ingreso total de \$9,328. Para el rango entre \$10 y \$20, un 35.5% de los clientes, equivalente a 849, generará \$12,735 al pagar un promedio de \$15. Además, un 11.3% pagará entre \$20 y \$30, aportando \$6,750, mientras que el 2.9% que pagará entre \$30 y \$50 sumará \$2,760. Finalmente, un 1.6% dispuesto a pagar más de \$50 contribuirá con \$2,280. En total, el ingreso proyectado para este servicio es de \$33,053.

**Tabla 13**

*Ventas proyectadas por Servicios Especializados*

Servicio	Rango de Precio	Porcentaje de Clientes	Número de Clientes	Precio de servicio (USD)	Ingreso Total (USD)
Talleres en línea	Entre \$5-\$10	45.5%	1,088	\$8.00	\$8,704.00
Talleres en línea (Avanzados)	Entre \$10-\$20	39.7%	950	\$15.00	\$14,250.00
Diseño y Personalización	Entre \$5-\$10	48.7%	1,166	\$8.00	\$9,328.00
Diseño y Personalización (Premium)	Entre \$10-\$20	41.3%	987	\$15.00	\$14,805.00
Revisión y Retroalimentación	Entre \$5-\$10	42.3%	1,01	\$8.00	\$8,080.00
Revisión y Retroalimentación (Premium)	Entre \$10-\$20	38.7%	925	\$15.00	\$13,875.00
<b>Total</b>					<b>\$77,127.00</b>
Objetivo de Venta (50%)					38,563.50

*Nota.* El presente análisis fue construido por los autores.

La Tabla 13 se centra en las ventas proyectadas de los servicios especializados. Para los talleres presenciales, se estima que un 45.5% de los clientes pagará entre \$5 y \$10, lo que genera

un ingreso de \$8,704. Un 39.7% pagará entre \$10 y \$20, resultando en \$14,250. En cuanto al diseño y personalización de currículums, se repite la tendencia con un 48.7% dispuesto a pagar entre \$5 y \$10, generando \$9,328 y un 41.3% que pagará entre \$10 y \$20, lo que suma \$14,805. Finalmente, en la revisión y retroalimentación, se espera que un 42.3% pague entre \$5 y \$10, aportando \$8,080 y un 38.7% que generará \$13,875 al pagar entre \$10 y \$20. La suma total para los servicios especializados alcanza \$77,127, sin embargo, el objetivo es alcanzar al menos el 50% de este valor proyectado.

**Tabla 14**
*Ventas proyectadas por Servicios Agregados*

Servicio	Rango de Precio	Porcentaje de Clientes	Número de Clientes	Ingreso	
				Medio por Cliente (USD)	Ingreso Total (USD)
Talleres de Desarrollo Profesional	Entre \$5-\$10	29.7%	710	\$8.00	\$5,680.00
Talleres de Desarrollo Profesional (Avanzados)	Entre \$10-\$20	34.2%	818	\$15.00	\$12,270.00
Asesorías para Entrevistas Laborales	Entre \$5-\$10	32.9%	787	\$8.00	\$6,296.00
Asesorías para Entrevistas Laborales (Premium)	Entre \$10-\$20	41.6%	995	\$15.00	\$14,925.00
Videos de Presentación	Entre \$5-\$10	45.8%	1,094	\$8.00	\$8,752.00
Videos de Presentación (Premium)	Entre \$10-\$20	37.7%	901	\$15.00	\$13,515.00
<b>Total</b>					<b>\$61,408.00</b>
<b>Objetivo de Ventas (33,33%)</b>					<b>\$20,469.83</b>

*Nota.* El presente análisis fue construido por los autores.

La Tabla 14 detalla las proyecciones para los servicios agregados. Para los talleres de desarrollo profesional, se prevé que un 29.7% de los clientes pague entre \$5 y \$10, generando un ingreso de \$5,680. Por otro lado, un 34.2% pagará entre \$10 y \$20, sumando \$12,270. En asesorías para entrevistas laborales, un 32.9% pagará entre \$5 y \$10, lo que equivale a \$6,296, mientras que un 41.6% generará \$14,925 al pagar entre \$10 y \$20. En el caso de los videos de presentación, el 45.8% de los clientes pagará entre \$5 y \$10, sumando \$8,752, y un 37.7% pagará

entre \$10 y \$20, aportando \$13,515. El total proyectado para los servicios agregados es de \$61,408, sin embargo, se ha definido como objetivo de ventas el 33,33%.

**Tabla 15**

*Ingresos Totales proyectados por año*

Categoría	Ingreso Año 1	Ingreso Año 2	Ingreso Año 3
Plantillas de Hoja de Vida	\$33.053,00	\$33.846,27	\$34.658,58
Servicios Especializados	\$38.563,50	\$39.489,02	\$40.436,76
Servicios Agregados	\$20.469,33	\$20.960,60	\$21.463,65
Total Ingresos	\$92.085,83	\$94.295,89	\$96.558,99

*Nota.* El presente análisis fue construido por los autores.

Finalmente, la Tabla 15 resume los ingresos totales proyectados por año, y se han proyectado en base a la literatura a un 2.4% anual (BCE, 2024). En el primer año, se anticipa un ingreso total de \$92,085,83 que incluye los ingresos de todos los servicios. En el segundo año, los ingresos aumentan a \$94,295,89 y para el tercer año se espera un crecimiento hasta \$96,558,99. Este crecimiento proyectado refleja una estrategia que busca aumentar la captación de clientes y, en consecuencia, maximizar los ingresos a lo largo de los tres años.

### 5.5. Presupuesto de Marketing

El presupuesto de marketing es una parte importante del plan de negocios, ya que proporciona una visión detallada de los costos asociados con las diversas actividades promocionales que se llevarán a cabo para aumentar la visibilidad y atraer clientes a la plataforma

de capacitación integral y elaboración de hojas de vida con videos de presentación. Este presupuesto incluye gastos en publicidad en redes sociales, ofertas promocionales, programas de referidos, marketing de contenidos y colaboraciones estratégicas. A continuación, la Tabla 16 presenta el desglose detallado del presupuesto de marketing.

**Tabla 16**

Presupuesto anual detallado de Marketing



No.	Estrategia	Acciones	Presupuesto (USD)	Frecuencia	Total Anual (USD)
1	Publicidad en redes sociales	Crear y gestionar campañas publicitarias en Facebook, Instagram y LinkedIn	200	Trimestral	\$ 600,00
2	Ofertas promocionales	Ofrecer descuentos y promociones para nuevos usuarios	100	Semestral	\$ 200,00
3	Programa de referidos	Implementar un sistema de referidos con beneficios para clientes actuales	250	Anual	\$ 250,00
4	Marketing de contenidos	Publicar blogs, webinars y tutoriales sobre hojas de vida y videos de presentación	300	Trimestral	\$ 900,00
5	Colaboraciones estratégicas	Asociarse con universidades, institutos y empresas para talleres y cursos	100	Trimestral	\$ 300,00
6	Colaboraciones pagadas a influencers	Asociarse con universidades, influencers para generar atracción de público joven y reconocimiento en redes	500	Semestral	\$1.000,00
7	Análisis de métricas y KPIs	Utilizar herramientas analíticas para evaluar y ajustar las campañas	200	Anual	\$ 200,00
Total Anual					\$3.450,00

### 6.3. Recursos necesarios (humanos y materiales)

Para garantizar una operación eficiente, es importante entender la demanda de mano de obra y los recursos materiales necesarios. En la Tabla 17 se detalla la mano de obra directa requerida por cada servicio:

**Tabla 17**

*Mano de Obra Directa por servicio*

Servicio / Personal	Horas/ mes	Costo/ hora	Costo Mensual Total	Costo Anual Total
Servicios Profesionales Senior	40,00	\$25,00	\$1.000,00	\$12.000,00
Servicios Profesionales Junior	80,00	\$15,00	\$1.200,00	\$14.400,00
Administrador			\$1.500,00	\$18.000,00
Representante comercial			\$1.000,00	\$12.000,00
Asistente Administrativo			\$500,00	\$6.000,00
<b>Total</b>			<b>\$5.200,00</b>	<b>\$62.400,00</b>

*Nota.* El presente análisis fue construido por los autores.

Para maximizar la eficiencia operativa, es esencial tener en cuenta tanto los recursos humanos como los materiales, la tabla anterior proporciona un desglose detallado de la mano de obra directa requerida para cada servicio, mientras que la Tabla 18 identifica los activos fijos necesarios para respaldar estas operaciones.

**Tabla 18**

*Activos fijos*

Rubro	Detalle	Valor	Valor Rubro
Muebles de oficina	Recepción	\$800,00	
	Módulos	\$2.400,00	
	Dirección	\$2.000,00	<b>\$5.200,00</b>
Equipos de computación	Laptops	\$1.500,00	
	Equipos	\$300,00	
	Impresora	\$400,00	<b>\$2.200,00</b>
Software y licencias	Office 365	\$873,60	<b>\$873,60</b>
<b>Total Activos Fijos</b>		<b>\$8.273,60</b>	<b>\$8.273,60</b>

*Nota.* El presente análisis fue construido por los autores.

En la Tabla 18 se identifican los activos que se utilizarán para las operaciones, que incluyen muebles de oficina, equipos de computación y software. La suma total de estos activos asciende a \$8273.60.

**Tabla 19**

*Gastos de mantenimiento*

Rubro	Valor Rubro	Porcentaje	Valor Anual	Valor Mensual
Muebles de oficina	5200,00	2%	\$104,00	\$8,67
Equipos de computación	2200,00	5%	\$110,00	\$9,17
Software y licencias	\$873,60	0%	\$0,00	\$0,00
Oficina, Arriendo	\$6.000,00	10%	\$600,00	\$50,00
Total Gastos de Mantenimiento			\$814,00	\$67,83

*Nota.* El presente análisis fue construido por los autores.

La Tabla 19 por su parte, presenta los costos anuales de mantenimiento para los activos, lo que ayuda a prever los gastos operativos continuos. En total, se estima un gasto anual de \$814,00.

**Tabla 20**

*Costos iniciales de puesta en marcha*

Detalle	Valor
Arriendo (2 meses + Garantía)	1500,00
Suministros de oficina	\$120,00
Suministros de cafetería	\$50,00
Suministros de limpieza	\$80,00
Activos fijos	<b>\$8.273,60</b>
Total	\$10.023,60

*Nota.* El presente análisis fue construido por los autores.

Además, los costos iniciales de puesta en marcha se describen en la Tabla 20, la suma que abarca los activos fijos \$8.273,60, arriendo, y suministros diversos \$1.750,00, donde un total de costos iniciales de puesta en marcha de \$10.023,60

#### 6.4. Estructura de costes

Basado en los análisis realizados previamente, se presenta la estructura de costes final, que representa la realidad actual de la empresa de capacitación integral y construcción de hojas de vida en la Tabla 21.

**Tabla 21**

*Estructura de costes de la Empresa*

Rubro	Detalle	Valor	
		Mensual	Anual
Costo de Ventas	Servicios Profesionales	\$2.200,00	\$26.400,00
	Suministros de oficina	\$150,00	\$1.800,00
Gastos Administrativos	Nómina administrativa	\$3.000,00	\$36.000,00
	Arriendo	\$500,00	\$6.000,00
	Servicios básicos	\$120,00	\$1.440,00
Gastos de Marketing	Marketing		\$3.240,00
Total			\$74.880,00

*Nota.* El presente análisis fue construido por los autores.

## 7. EQUIPO DIRECTIVO Y ORGANIZACIÓN

El equipo directivo de la empresa de capacitaciones y elaboración de hojas de vida está conformado por profesionales con amplia experiencia en sus respectivas áreas, garantizando una gestión eficiente y efectiva.

### 7.1. Miembros del equipo directivo

El Director de negocios (Administrador) será quien se encargará de la toma de decisiones estratégicas y la supervisión de las operaciones diarias y estará a cargo de Segundo Cedillo Merchán, por su parte Ruth Alexandra Muñoz Pupiales llevará las funciones de Representante Comercial y asistente de la Empresa que se dedicará a establecer relaciones comerciales y expandir la clientela.

Ambos socios participan igualmente en la sociedad, cada uno con el 50% de las participaciones, lo que refleja un compromiso compartido y una colaboración equitativa en el éxito y el desarrollo de la empresa. La igual participación de los socios en nuestra organización es

un principio fundamental que refleja la equidad y la colaboración en la toma de decisiones y la dirección estratégica de la empresa.

### 7.2. Forma jurídica

La forma jurídica de la empresa será una sociedad limitada, lo que proporcionará a los socios una responsabilidad limitada frente a las obligaciones de la empresa. Esto permite una mayor flexibilidad en la gestión y una estructura organizativa que facilita la toma de decisiones.

El proceso de constitución de nuestra empresa implica una serie de trámites legales y administrativos. Los costos asociados con este proceso se detallan en la Tabla 22, que incluye la elaboración de estatutos sociales, el certificado de constitución, el registro mercantil, la apertura de una cuenta bancaria, la obtención del RUC y los permisos de funcionamiento. Estos costos son esenciales para establecer una base legal sólida y asegurar el cumplimiento de las regulaciones

**Tabla 22**

*Gastos de Constitución*

Detalle	Ente	Valor
Estatutos sociales	Notaría	\$400,00
Certificado de constitución	SCVS	\$ -
Registro mercantil	Registro Mercantil	\$170,00
Cuenta bancaria	Produbanco	\$19,87
RUC	SRI	\$ -
Permisos de funcionamiento	GAD, Bomberos	\$80,00
Total		\$669,87

*Nota.* Se elabora según estudio financiero realizado.

Es importante tener en cuenta que los costos asociados con la constitución y el funcionamiento legal de la empresa deben ser considerados como parte integral de los costos de puesta en marcha de cualquier emprendimiento.

### 7.3. Misión y visión

En cuanto a la misión, nuestra empresa tiene como objetivo proporcionar servicio integral de capacitación en línea, utilizando técnicas creativas e innovadoras para personalizar hojas de vida al momento de elaborarlas en la plataforma web. Nos comprometemos a maximizar y

satisfacer las necesidades de nuestros clientes, contribuyendo a su éxito a través de un enfoque profesional y personalizado.

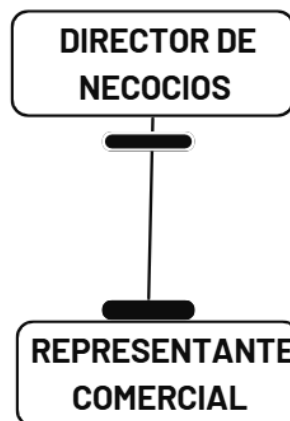
La visión de la empresa es ser reconocida como una de las principales empresas de capacitaciones integrales y asesoramiento de desarrollo de hojas de vida en la región, destacándose por su impacto positivo en la innovación en sus procesos, utilización de tecnologías actualizadas y la excelencia en el servicio al cliente.

#### 7.4. Organigrama.

El organigrama de la empresa refleja una estructura simple y eficiente, con el líder de negocios la parte superior, seguido con el asistente comercial, en la Figura 9 se propone el modelo de esquema que permite una comunicación directa y fluida entre los miembros del equipo, facilitando la colaboración y el intercambio de ideas.

#### Figura 9

*Organigrama de la empresa de capacitación integral y desarrollo de hojas de vida*



*Nota.* El presente análisis fue construido por los autores.

### 8. PLAN FINANCIERO

En el presente apartado, se busca planificar el estado financiero de la empresa basándose en las proyecciones utilizadas previamente.

#### 8.1. Inversión y financiación inicial

Previamente, se ha presentado diversas estructuras que se van a considerar como parte de la inversión inicial, la Tabla 23 detalla esta información consolidando todos los costes asociados a la inversión inicial.

**Tabla 23**
*Inversión Inicial*

Detalle	Valor
<b>Activos Fijos</b>	
Muebles de oficina	\$5,200.00
Equipos de computación	\$2,200.00
Software y licencias	\$873.60
<b>Costos de Puesta en Marcha</b>	
Arriendo (2 meses + garantía)	\$1,500.00
Suministros de oficina	\$120.00
Suministros de cafetería	\$50.00
Suministros de limpieza	\$80.00
<b>Gastos de Constitución</b>	
Estatutos sociales	\$400.00
Registro mercantil	\$170.00
Permisos de funcionamiento	\$80.00
<b>Total Inversión Inicial</b>	<b>\$10.673,60</b>

*Nota.* Se elabora según estudio financiero realizado.

La tabla de Inversión y Financiación Inicial proporciona un desglose detallado de los costos necesarios para poner en marcha el proyecto. En esta tabla se incluyen los gastos en activos fijos, como muebles de oficina, equipos de computación y software, que suman un total de \$8,273.60. Además, se consideran los costos operativos de puesta en marcha, incluyendo el arriendo por dos meses y otros suministros necesarios, lo que lleva el total de la inversión inicial a \$10.673.60. Es importante indicar que la financiación será propia, puesto que los accionistas principales colocarán la inversión en un 50% cada uno.

## 8.2. Ingresos y gastos

En este segundo punto, se consolida la información previamente detallada en los apartados anteriores, incluyendo una proyección a 5 años, con un 2.4% (BCE, 2024) de incremento tanto para los ingresos como los costos y gastos. La Tabla 24 presenta los ingresos proyectados.

**Tabla 24**
*Ingresos Proyectados a 5 años*

<b>Año</b>	<b>Plantillas de Hoja de Vida</b>	<b>Servicios Especializados</b>	<b>Servicios Agregados</b>	<b>Total Ingresos</b>
1	\$33.053,00	\$38.563,50	\$20.469,33	\$92.086,83
2	\$33.846,27	\$39.489,02	\$20.960,60	\$94.297,89
3	\$34.658,58	\$40.436,76	\$21.463,65	\$96.561,99
4	\$35.490,39	\$41.407,24	\$21.978,78	\$98.880,41
5	\$36.342,16	\$42.401,02	\$22.506,27	\$101.254,44

*Nota.* Se elabora según estudio financiero realizado.

Por su parte, la Tabla 25 presenta los costos y gastos asociados al proyecto:

**Tabla 25**

*Costos y Gastos Proyectados a 5 años*

<b>Año</b>	<b>Costo de Ventas</b>	<b>Gastos Administrativos</b>	<b>Gastos de Marketing</b>	<b>Total Gastos</b>
1	\$28.200,00	\$43.440,00	\$3.240,00	\$74.880,00
2	\$28.876,80	\$44.482,56	\$3.317,76	\$76.677,12
3	\$31.764,48	\$48.930,82	\$3.649,54	\$84.344,83
4	\$34.940,93	\$53.823,90	\$4.014,49	\$92.779,32
5	\$38.435,02	\$59.206,29	\$4.415,94	\$102.057,25

*Nota.* Se elabora según estudio financiero realizado.

Las tablas de Ingresos, Costos y Gastos proyectados a cinco años muestra la evolución esperada de los ingresos y los costos operativos del negocio. Para cada uno de los cinco años, se presentan los ingresos totales esperados, que muestran un crecimiento anual del 10%, reflejando la proyección de aumento en la demanda de los servicios ofrecidos. Los costos también se proyectan, teniendo en cuenta los gastos operativos y administrativos, lo que permite calcular el flujo de caja neto para cada año.

### 8.3. Estados previsionales: Balances y Cuentas de Pérdidas y Ganancias previsionales

Los estados previsionales de Balances y Cuentas de Pérdidas y Ganancias proporcionan una visión integral de la situación financiera del negocio a lo largo de cinco años. La Tabla 26 presenta la información detallada en el Estado de Pérdidas y Ganancias.

**Tabla 26**

*Estado de Pérdidas y Ganancias a 5 años*



<b>RUBRO</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Plantillas de Hoja de Vida		\$33.053	\$33.846	\$34.659	\$35.490	\$36.342
Servicios Especializados		\$38.564	\$39.489	\$40.437	\$41.407	\$42.401
Servicios Agregados		\$20.469	\$20.961	\$21.464	\$21.979	\$22.506
<b>Total de Ingresos</b>		<b>\$92.087</b>	<b>\$94.298</b>	<b>\$96.562</b>	<b>\$98.880</b>	<b>\$101.254</b>
Costo de Venta		\$26.400	\$27.034	\$27.682	\$28.347	\$29.027
<b>Total de Ingresos</b>		<b>\$65.687</b>	<b>\$67.264</b>	<b>\$68.880</b>	<b>\$70.534</b>	<b>\$72.227</b>
<b>Gastos</b>						
Gastos Administrativos		43440	\$44.483	\$45.550	\$46.643	\$47.763
Gastos de Marketing		3240	\$3.318	\$3.397	\$3.479	\$3.562
Décimo Tercero		\$3.000	\$3.072	\$3.146	\$3.221	\$3.299
Décimo cuarto		\$1.380	\$1.413	\$1.447	\$1.482	\$1.517
F. Reserva			\$2.999	\$3.299	\$3.629	\$3.991
Vacaciones		\$3.000	\$3.072	\$3.146	\$3.221	\$3.299
Aporte patronal		\$4.014	\$4.110	\$4.209	\$4.310	\$4.413
Depreciaciones		\$1.299	\$1.299	\$1.299	\$1.299	\$1.299
<b>Utilidad Operativa</b>		<b>\$6.314</b>	<b>\$3.499</b>	<b>\$3.387</b>	<b>\$3.250</b>	<b>\$3.084</b>
Participación de trabajadores		\$947	\$525	\$508	\$488	\$463
Impuesto a la Renta		\$1.579	\$875	\$847	\$813	\$771
<b>Utilidad Neta</b>		<b>\$3.789</b>	<b>\$2.099</b>	<b>\$2.032</b>	<b>\$1.950</b>	<b>\$1.851</b>
<b>Depreciaciones</b>		<b>\$1.299</b>	<b>\$1.299</b>	<b>\$1.299</b>	<b>\$1.299</b>	<b>\$1.299</b>
<b>Muebles y Equipos</b>	<b>-\$7.400</b>					
<b>Software y Licencias</b>	<b>-\$874</b>					
<b>Puesta en Marcha</b>	<b>-\$1.750</b>					
<b>Gastos de Constitución</b>	<b>-\$650</b>					
<b>Préstamos</b>	<b>\$5.000</b>					
<b>Amortización de la deuda</b>			-	-	-	
		<b>\$1.933,33</b>	<b>\$1.933,33</b>	<b>\$1.933,33</b>		
<b>Flujo de Caja</b>	<b>-\$5.674</b>	<b>\$3.154</b>	<b>\$1.465</b>	<b>\$1.398</b>	<b>\$3.249</b>	<b>\$3.149</b>

Nota. Se elabora según estudio financiero realizado.

La Cuenta de Pérdidas y Ganancias detalla los ingresos operativos y no operativos, desglosando cada categoría de ingresos, así como los costos asociados a las operaciones. Esta estructura permite observar la utilidad neta proyectada de la empresa de los próximos 5 años, los cuáles arrojan flujos de caja positivos durante los 5 años siguientes.

#### 8.4. Evaluación del proyecto

La evaluación del proyecto, que incluye el cálculo del Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR), ambos se calculan a continuación para determinar la rentabilidad de la inversión. El Valor Actual Neto (VAN) se calcula restando la inversión inicial de la suma de los flujos de caja descontados al presente, utilizando un TMAR de 24% la cual se constituyó considerando la tasa de crédito de consumo (16,4%) + una tasa de premio de (7,6%) la cual coherente con la tasa activa referencial. A continuación, los resultado en la Tabla 27

La fórmula general es:

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

Donde:

- $FC_t$  = Flujo de caja en el año t
- $r$  = Tasa de descuento (suponiendo una tasa del 24% en este caso)
- $I_0$  = Inversión inicial

**Tabla 27**

<i>Valor Actual Neto</i>	
Años	Flujo Anual
Año 0	\$-5674
Año 1	\$3.154
Año 2	\$1.465
Año 3	\$1.398
Año 4	\$3.249
Año 5	\$3.149
<b>TOTAL</b>	<b>\$12.415</b>
<b>Viabilidad Positiva</b>	<b>\$1.003,95</b>

El Valor Actual Neto (VAN) es una herramienta clave en la evaluación de proyectos de inversión, en este caso se muestra en la Tabla 27 se muestra el desarrollo obteniendo de un resultado positivo de \$1.003,95 lo que indica que el proyecto generará viabilidad.

Por otro lado, el flujo neto proyectado y periodo de recuperación de la inversión son indicadores importantes para evaluar la cantidad de dinero que se espera generar una vez deducidos todos los costos y el tiempo que tardara la recuperación de la inversión inicial, en la siguiente Tabla 28 se visualiza la capacidad para generar retorno en corto plazo.

**Tabla 28**

*Flujo neto y recuperación de inversión*

Años	Flujos anuales	PayBack simple	VAN de los flujos	PayBack descontado
<b>0</b>	-\$5.674,00	-\$5.674,00	-\$5.674,00	-\$5.674,00
<b>1</b>	\$3.154,00	-\$2.520,00	\$2.543,55	-\$3.130,45
<b>2</b>	\$1.465,00	<b>-\$1.055,00</b>	\$952,78	-\$2.177,67
<b>3</b>	\$1.398,00	\$343,00	\$733,23	-\$1.444,43
<b>4</b>	\$3.249,00	\$3.592,00	\$1.374,24	<b>-\$70,19</b>
<b>5</b>	\$3.149,00	\$6.741,00	\$1.074,15	\$1.003,95
<b>TIR</b>	<b>32%</b>		<b>PRI</b>	<b>4 años 1 mes</b>
PayBack	<u>4,07</u>			
Años	<u>4,00</u>			
Meses	<u>1</u>			

La TIR de 32% representa la tasa de descuento en la que el Valor Actual Neto (VAN) de los flujos de caja futuros de un proyecto. El periodo de recuperación de la inversión se estima que tardará aproximadamente 4 años y un mes en generar suficientes ingresos para los inversores que buscan un retorno de la inversión. Estos resultados positivos son un indicativo claro de que el proyecto es financieramente viable y atractivo para los inversionistas.

## CONCLUSIONES

Se realizó el análisis de fuentes bibliográficas de autores y materiales relacionados con los planes de negocio. Estas bases teóricas son herramienta fundamentales e importantes para el desarrollo de este trabajo de investigación, ya que nos permitió analizar aspectos claves como estrategias de marketing, estructura de planes de negocios exitoso, aspectos financieros y operativos.

Se implemento el MODELO CANVAS y otras herramientas para análisis y estructura que nos que proporcionó un panorama claro en el entorno externo e interno del proyecto, identificando las necesidades del usuario al momento de elaborar hojas de vida, permitiéndonos también distinguir nuestro mercado objetivo y también el fortalecimiento y la viabilidad de plan de negocio, con el desarrollo de estrategias de mitigación y crecimiento para la sostenibilidad del plan.

La estructura organizacional establecida para la empresa es muy fundamental para proporcionar una buena comunicación fluida y de éxito para este proyecto. La clara asignación de los roles y responsabilidades, facilita una coordinación eficaz para la toma de decisiones estratégicas y también fomentando el correcto flujo de la información, asegurando así los resultados deseados y el crecimiento constante de este plan.

Se efectuó un análisis riguroso de la sostenibilidad del proyecto, dando así la estimación del costo de la inversión inicial, que se ha estimado en \$10.673.60, resulta ser un costo razonable en relación con las proyecciones de ingresos y el flujo de caja anticipado. Este capital inicial permitirá la creación de una infraestructura adecuada que fomente la calidad de los servicios ofrecidos. Al garantizar que la operación comience con una base sólida, la empresa podrá proporcionar una experiencia positiva a los clientes desde el primer momento, lo que es crucial para establecer una reputación favorable en el mercado.

Además, la estructura de costos se ha diseñado con un enfoque estratégico, incorporando tanto los costos de personal como los gastos operativos y administrativos. Este enfoque no solo busca maximizar la eficiencia, sino también minimizar desperdicios que podrían afectar la rentabilidad. La planificación cuidadosa en la asignación de recursos permite mantener un flujo de caja saludable, lo que es crucial para el funcionamiento continuo y el crecimiento sostenido de la empresa.

## RECOMENDACIONES

Se recomienda emplear este trabajo de investigación como base de información para futuros proyectos, analizando adecuadamente cada segmento y metodología aplicada, también es crucial mencionar la importancia del correcto análisis y conocimiento de la estructura de un plan de negocios para establecer en una empresa, identificando primeramente la entorno externo e interno, para mitigar costos innecesarios e ir alineados a el cumplimiento de los objetivos de la empresa.

Para maximizar las oportunidades de éxito del proyecto, se recomienda establecer un plan de marketing integral y diversificado que potencie la visibilidad de los servicios ofrecidos. Este plan debe incluir inversiones estratégicas en publicidad digital, aprovechando plataformas como redes sociales y motores de búsqueda. Además, las colaboraciones con influencers y asociaciones con universidades e instituciones educativas pueden ayudar a atraer a un público más amplio, generando un flujo constante de nuevos clientes. Esta estrategia de marketing proactiva no solo aumentará el reconocimiento de la marca, sino que también contribuirá a la construcción de una comunidad de clientes leales.

Asimismo, se aconseja implementar un sistema de seguimiento continuo de los indicadores de desempeño financiero y operativo. Esta práctica permitirá ajustar las estrategias en tiempo real, garantizando que el negocio se mantenga alineado con sus objetivos a corto y largo plazo. Un monitoreo constante facilitará la identificación de áreas de mejora y permitirá a la empresa adaptarse a cambios en el mercado de manera más ágil, asegurando así su sostenibilidad. Es importante también considerar la creación de un programa de fidelización de clientes. Este tipo de iniciativa puede motivar a los clientes actuales a utilizar más servicios y a referir nuevos clientes, lo que aumentará el valor de cada relación comercial.

La formación y capacitación continua del personal es otra recomendación fundamental. Invertir en el desarrollo de habilidades y conocimientos de los empleados no solo mejorará la calidad del servicio, sino que también asegurará que el equipo esté actualizado con las últimas tendencias y mejores prácticas del sector. Esto se traduce en una mayor satisfacción del cliente y una mejora en la reputación de la empresa, lo que es vital en un mercado competitivo.



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Adamovic, M. (2020). Analyzing discrimination in recruitment: A guide and best practices for resume studies. *International Journal of Selection and Assessment*, 28(4), 445–464.

Ali, Z., Ali, A. Z. M., Harbi, S., Hassan, S. A. J., Nor, A. N. M., & Sahar, N. S. (2022). Help Me to Find a Job: An Analysis of Students' Delivery Strategies in Video Resume. *Asian Journal of University Education*, 18(2), 489–498.

Altamirano, L. G. O., Trujillo, K. A. V., & Salazar, J. L. L. (2020). Emprendimiento e Innovación en Ecuador. *Investigación Académica*, 1(2), 15–26.

Castelo-Heymann, S. (2021). El curriculum vitae en la campaña argentina de 2015: un análisis de los relatos sobre la trayectoria educativa y profesional de Macri y Scioli. *Austral Comunicación*, 10(1), 39–60.

Castro, C. R. M., Bourne, T. M. E., Véliz, R. A. M., & Ramírez, T. A. E. (2021). Importancia del marketing para el posicionamiento de los emprendimientos en Ecuador. *Revista Publicando*, 8(31), 142–152.

Cedeño, S. del M. R., & Dueñas, A. E. P. (2020). El emprendimiento en América Latina: Un análisis de su etimología, tipología y proceso. *ECA Sinergia*, 11(2), 47–58.

Chávez, R. A. M., Tumbaco, L. D. M., & Poveda, M. L. P. (2021). Plataformas virtuales: las apps como estrategia en el emprendimiento no tradicional. *Revista Publicando*, 8(31), 207–224.

Chou, Y.-C., & Yu, H.-Y. (2020). Based on the application of AI technology in resume analysis and job recommendation. *2020 IEEE International Conference on Computational Electromagnetics (ICCEM)*, 291–296.





- Crespo-Martínez, P. E., Rosales-Moscoso, M. V., Contreras-Silva, C. A., & Bermeo-Samaniego, C. A. (2022). Variables que influyen en el emprendimiento en Ecuador. *Uda Akadem*, 9, 110–141.
- Delgado Estrada, S. M., Carrasco Reyes, R. I., Chabusa Vargas, J. L., & Mackay Castro, C. R. (2020). Emprendimiento femenino por necesidad en Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(91), 1221–1233.
- Fritzsich, J., Wyrich, M., Bogner, J., & Wagner, S. (2021). Résumé-driven development: A definition and empirical characterization. *2021 IEEE/ACM 43rd International Conference on Software Engineering: Software Engineering in Society (ICSE-SEIS)*, 19–28.
- Gaytán Cortés, J. (2020). El plan de negocios y la rentabilidad. *Mercados y Negocios*, 21(42), 143–156.
- Jaramillo Paredes, M. F., Granadillo, F. T., Romero Hidalgo, O. M., & Aguirre Benalcázar, M. C. (2023). Reflexión política de la competitividad en los emprendimientos de Ecuador: Una mirada retrospectiva hasta la actualidad. *Cuestiones Políticas*, 41(77).
- Lezana, B., Guede, B., & Cancino, C. A. (2022). Características de Emprendimientos Unicornios en América Latina (Characteristics of Unicorn Ventures in Latin America). *GECONTEC: Revista Internacional de Gestión Del Conocimiento y La Tecnología*, 10(3), 32–50.
- Li, C., Fisher, E., Thomas, R., Pittard, S., Hertzberg, V., & Choi, J. D. (2020). Competence-level prediction and resume & job description matching using context-aware transformer models. *ArXiv Preprint ArXiv:2011.02998*.
- Logroño, M. F. C. (2023). Contexto socioeconómico y legal que favorecen el éxito de emprendimiento en Ecuador. *Dominio de Las Ciencias*, 9(2), 2034–2046.
- López, G., & Rivera, J. (2020). De la teoría a la práctica: el emprendimiento en Ecuador en época de COVID 19. *Investigación y Desarrollo*, 12(1), 75–84.



- Muñoz, J. B. S., Neira, M. L. N., Andrade, J. E. O., & Vázquez, J. O. Q. (2021). Emprendimiento e innovación: Dimensiones para el estudio de las MiPymes de Azogues-Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales*, 27(1), 315–333.
- Ojeda-Avellaneda, A. C., Torres-Lizarazo, D. F., & Monsalve-Flórez, J. A. (2021). Conceptualización de la Hoja de vida de lector como instrumento de evaluación formativa en la educación superior. *Entramado*, 17(1), 150–167.
- Ortiz, L. F. V. (2021). Reclutamiento y selección virtual por competencias. *Gestión En El Tercer Milenio*, 24(48), 145–152.
- Pal, R., Shaikh, S., Satpute, S., & Bhagwat, S. (2022). Resume classification using various machine learning algorithms. *ITM Web of Conferences*, 44, 03011.
- Rincón Soto, I. B., Rengifo Lozano, R. A., Hernández Suárez, C., & Prada Núñez, R. (2022). Educación, innovación, emprendimiento, crecimiento y desarrollo en América Latina. *Revista De Ciencias Sociales*, 28(3), 110–128.
- Rodríguez-Aguilar, V. R., Reina-Pinargote, C. R., Rodríguez-Moran, K. G., & Cañarte-Quimis, L. T. (2020). Nuevos emprendimientos: Un análisis a sus tipos y posicionamiento postcovid-19. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de La Investigación y Publicación Científico-Técnica Multidisciplinaria)*. ISSN: 2588-090X. *Polo de Capacitación, Investigación y Publicación (POCAIP)*, 5(4), 91–113.
- RUIZ ROJAS, L. I. (2017). *Metodología, mediante procesos virtuales masivos, para la función pública Ecuatoriana*. Universidad de Salamanca.
- Solano Hernández, E. (2023). *Estrategia metodológica para la integración de las TIC en los procesos de enseñanza-aprendizaje por parte de docentes de la educación superior colombiana*.



- Sumba-Bustamante, R. Y., Cárdenas-Borja, N. P., Bravo-Ayala, T. L., & Arteaga-Choez, R. F. (2020). La planeación estratégica: Importancia en las PYMES ecuatorianas. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento De La Investigación Y Publicación En Ciencias Administrativas, Económicas Y Contables)*. ISSN: 2588-090X. *Polo De Capacitación, Investigación Y Publicación (POCAIP)*, 5(4), 114–136.
- Tomalá, V. H. V. (2020). Los factores que afectan a los emprendimientos en el Ecuador. *INNOVA Research Journal*, 5(3), 6.
- Vega, T., & Guerrero, L. (2020). Plan de negocios y plan de marketing en las micro, pequeñas y medianas empresas: análisis bibliométrico. *Revista Espacios*, 41(45), 247–260.
- Vélez, C., Jácome, J., & Bermúdez, C. (2020). Actitud Emprendedora en America Latina y Ecuador: una revision del informe global Entrepreneurship monitor y estudios previos. *Compendium: Cuadernos de Economía y Administración*, 7(1), 12–21.
- Villacis, B. A. C., Figueroa, L. S. R., Arroyo, É., & Valdés, V. (2018). La importancia de las TIC en la construcción de opinión pública de los emprendimientos. *INNOVA Research Journal*, 3(2), 147–160.
- Vizcarra, G. Á. (2021). Reseña de libro: Ospina Mejía, Oswaldo y Alvarado-Peña, Lisandro (eds).(2020). Gestión organizacional, sustentabilidad, innovación y emprendimiento en América Latina. Universidad Sergio Arboleda. *Telos*, 23(2), 504–508.

## ANEXOS

### Anexo 1

*Instrumento 2 - Encuesta de factibilidad de creación de capacitación para la elaboración de hojas de vida.*

### Consentimiento Informado