



ITSEP

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO ECUATORIANO DE PRODUCTIVIDAD

Formación Emprendedora y Empresarial



Trabajo de Investigación

TECNOLOGÍA SUPERIOR EN:

GESTIÓN DE TALENTO HUMANO

CARRERA:

TECNOLOGÍA SUPERIOR EN GESTIÓN DE TALENTO HUMANO

TEMA:

Manual para la creación de la plataforma de capacitación en línea
“Bellisforge” en la ciudad de Quito, período 2026.

AUTOR/ES

BAQUE ALAVA LISSA MARÍA

CANDO BASTIDAS PAOLA BELÉN

TUTOR

Ing. Omar Vinuesa M.B.A.

CIUDAD

Quito, D.M.

AÑO

2026

Agradecimiento

Expresamos nuestro agradecimiento a nuestro director de trabajo de investigación, Ing. Omar Patricio Vinueza Burbano, por su tiempo, paciencia, orientación y conocimientos compartidos durante el desarrollo de este estudio.

Agradecemos de la manera más sincera a Msc. Inés Zapata Zumárraga, cuyo apoyo, supervisión y conocimientos fueron construyendo de manera constante esta investigación.

Nuestro agradecimiento a las autoridades del Instituto Tecnológico Superior Ecuatoriano de Productividad (ITSEP), por brindar las facilidades necesarias para nuestra formación profesional. Asimismo, a todos los docentes que formaron parte de esta etapa académica, con su experiencia, enseñanzas y dedicación.

Deseamos expresar un agradecimiento especial al Mgt. Carlos Montalvo López que nos acompañó desde el inicio, dejando una huella significativa en nuestro proceso académico.

Nuestra gratitud al programa de becas Futuro Femenino, por brindarnos la oportunidad de desarrollar una carrera, permitiéndonos fortalecer los conocimientos y alcanzar metas profesionales.

Finalmente, a nuestras familias, compañeras, amigos y a todas aquellas personas que han estado presentes durante este camino, brindándonos palabras de aliento, apoyo y motivación.

Lissa y Paola.

Dedicatoria

Dedico este trabajo a mi familia, mi esposo por su apoyo incondicional en este camino de crecimiento y desarrollo profesional. A mi hijo, mi mayor motivación y una de las personas que me inspiran a superarme y ser mejor cada día.

También, a mis tíos políticos ya que sin su ayuda no lo hubiese logrado, pues sus consejos, comprensión, compañía y el apoyo que me brindaron en este proceso me dieron fuerzas para seguir adelante y no rendirme. A mi amiga Paola, que nos conocimos en este proceso, ha sido un gran apoyo y soporte en este proceso de aprendizaje.

Les dedico a todos ustedes, ya que con sus palabras han sido un estímulo constante para culminar con éxito esta etapa de mi vida.

Con sincero amor y agradecimiento, Lissa.

Dedico esta tesis, en primer lugar, a Dios, por brindarme fortaleza, sabiduría y la oportunidad de alcanzar esta meta.

A mis padres, Yolanda y José Luis, por su amor incondicional, apoyo constante y por ser mi ejemplo de esfuerzo y perseverancia. Gracias por acompañarme siempre con sus consejos, por impulsarme a seguir adelante y creer en mí en cada etapa de mi vida.

A mi hermana, Megan, por su cariño, compañía y apoyo incondicional. Gracias por celebrar cada uno de mis logros y por inspirarme cada día a ser una mejor persona.

A ustedes, que han sido mi mayor motivación y fortaleza, les dedico este logro.

Con todo mi amor y gratitud, Paola.

Índice General

Introducción	1
Definición y Justificación del Tema	1
Planteamiento del Problema	2
Objetivo General.....	3
Objetivos Específicos.....	3
Metodología de la Investigación.....	3
Marco Teórico.....	5
CAPÍTULO I: Diagnóstico Y Contextualización	12
1.1. Descripción del Tema de Investigación	12
1.1.1. Análisis del Sector o Área de Estudio	12
1.1.2. Contexto Institucional, Sectorial o Social	12
1.1.3. Identificación del Problema u Oportunidad	13
1.2. Caracterización del Objeto de Estudio	13
1.2.1. Descripción General.....	13
1.2.2. Naturaleza Jurídica o Normativa.....	13
1.2.2.1. Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SUPERCIAS)	14
1.2.2.2. Servicio de Rentas Internas (SRI)	14
1.2.2.3. Patente Municipal	14
1.2.2.4. Protección de datos personales (Constitución del Ecuador).....	14
1.2.3. Actores Involucrados	15
1.2.4. Estructura Organizacional o Funcional	15
1.2.5. Roles y Perfiles Relevantes.....	17
1.3. Orientación Estratégica del Proyecto	18
1.3.1. Misión / Propósito del Proyecto	18
1.3.2. Visión / Proyección Futura.....	19
1.3.3. Valores o Principios Rectores.....	19

1.3.4.	Políticas Generales	19
1.3.5.	Análisis PEST	20
1.3.6.	Análisis de las 5 Fuerzas de Porter	21
1.3.7.	Análisis FODA	22
1.3.8.	Estrategias de Desarrollo.....	23
1.3.9.	Objetivos Estratégicos	24
1.3.10.	Alianzas o Articulaciones Clave	25
CAPÍTULO II: Análisis del Entorno		26
2.1.	Análisis de la demanda o necesidad.....	26
2.1.1.	Perfil de los Beneficiarios o Usuarios Potenciales.....	26
2.1.2.	Tipo de Mercado o Contexto	27
2.1.3.	Segmentos y Grupos Objetivo.....	28
2.1.4.	Comportamientos, Hábitos o Patrones Relevantes	29
2.1.5.	Instrumentos de Recolección de Información Primaria	30
2.1.5.1.	Encuestas	30
2.1.5.2.	Entrevistas (cualitativo).....	39
2.1.5.3.	Focus Group (cualitativo).....	43
2.1.5.4.	Análisis e Interpretación de Resultados.....	45
2.2.	Análisis de la Oferta / Situación Actual	48
2.2.1.	Perfil del Actor Principal.....	48
2.2.2.	Variables Psicográficas y Demográficas Pertinentes	49
2.3.	Plan de Acción o Propuesta.....	50
2.3.1.	Producto, Servicio o Intervención Propuesta.....	50
2.3.2.	Costos / Accesibilidad	53
2.3.3.	Comunicación y Difusión.....	54
2.3.4.	Distribución o Implementación	54
2.4.	Posibilidades desde el Punto de Vista del Entorno	55

2.4.1.	Ventaja Diferencial o Propuesta de Valor.....	55
2.4.2.	Análisis de Fuerzas o Factores del Entorno	56
2.4.3.	Barreras o Restricciones Identificadas.....	59
CAPÍTULO III: Aspectos Técnicos Y Operativos		61
3.1.	Procesos y Control de Calidad	61
3.1.1.	Diagramas de Flujo del Proceso	61
3.1.2.	Mecanismos de Control y Seguimiento.....	63
3.2.	Capacidad Operativa	66
3.2.1.	Capacidad de Ejecución o Producción	66
3.2.2.	Dimensionamiento del Proyecto	67
3.3.	Infraestructura y Recursos.....	67
3.3.1.	Espacios, Equipos o Recursos Necesarios	67
3.3.2.	Distribución y Organización Física o Lógica	68
3.3.2.1.	Creación de marca	69
3.3.2.2.	Creación de la plataforma BELLISFORGE	70
3.4.	Análisis de Recursos y Proveedores.....	72
3.4.1.	Insumos, Materiales o Herramientas Necesarias.....	72
3.4.2.	Criterios de Selección	73
3.5.	Normativa Aplicable	73
3.5.1.	Normas Técnicas, Sanitarias, Ambientales o Sectoriales	73
3.5.2.	Medidas de Seguridad y Cumplimiento	74
3.5.2.1.	Ley Orgánica de Protección de Datos Personales	74
3.5.2.1.	Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SUPERCIAS)	74
3.5.2.2.	Servicio de Rentas Internas (SRI)	75
3.6.	Localización o Ámbito de Aplicación.....	75
3.6.1.	Macro Localización.....	75
3.6.2.	Micro Localización	75

3.6.3.	Factores de Decisión	76
3.7.	Matriz de Impacto y Mitigación.....	76
3.7.1.	Impactos Sociales, Ambientales y Económicos	76
3.7.2.	Plan de Mitigación	77
CAPÍTULO IV: Estudio Económico y Evaluación		78
4.1.	Estructura Económica del Proyecto	78
4.1.1.	Plan de Inversiones	78
4.1.2.	Fuentes de Financiamiento.....	81
4.1.3.	Presupuesto de Ingresos	82
4.1.4.	Presupuesto de Costos	83
4.1.5.	Presupuesto de Gastos	83
4.1.6.	Estado de Resultados Proyectado.....	84
4.1.7.	Punto de Equilibrio	85
4.1.8.	Flujo de Caja Proyectado	85
4.1.9.	Balance Proyectado	87
4.2.	Evaluación del Proyecto.....	88
PLAN DE CONTINGENCIA Y SALIDA		92
Matriz de Situaciones Adversas.....		92
Medidas de Mitigación y Alternativas		93
CONCLUSIONES		94
RECOMENDACIONES.....		95
ANEXOS		1

Índice de Gráficos

Gráfico 1. Estructura Organizacional de BELLISFORGE	15
Gráfico 2. Pregunta 1 de la Encuesta	31
Gráfico 3. Pregunta 2 de la Encuesta	31
Gráfico 4. Pregunta 3 de la Encuesta	32
Gráfico 5. Pregunta 4 de la Encuesta	32
Gráfico 6. Pregunta 5 de la Encuesta	33
Gráfico 7. Pregunta 6 de la Encuesta	33
Gráfico 8. Pregunta 7 de la Encuesta, lunes.....	34
Gráfico 9. Pregunta 7 de la Encuesta, martes	34
Gráfico 10. Pregunta 7 de la Encuesta, miércoles	35
Gráfico 11. Pregunta 7 de la Encuesta, jueves.....	35
Gráfico 12. Pregunta 7 de la Encuesta, viernes	36
Gráfico 13. Pregunta 7 de la Encuesta, sábado	36
Gráfico 14. Pregunta 7 de la Encuesta, domingo.....	37
Gráfico 15. Pregunta 8 de la Encuesta	37
Gráfico 16. Pregunta 9 de la Encuesta	38
Gráfico 17. Pregunta 10 de la Encuesta	38
Gráfico 18. Diagrama de flujo del proceso y diseño de la plataforma	61
Gráfico 19. Diagrama de flujo del proceso de ingreso de usuarios	62
Gráfico 20. Página de inicio BELLISFORGE.....	71
Gráfico 21. Pestaña cursos empresariales	71
Gráfico 22. Cursos disponibles	71

Índice de Tablas

Tabla 1. Análisis PEST	20
Tabla 2. Análisis de las 5 Fuerzas de Porter	21
Tabla 3. Análisis FODA	22
Tabla 4. Pregunta 1 de la Encuesta	31
Tabla 5. Pregunta 2 de la Encuesta	31
Tabla 6. Pregunta 3 de la Encuesta	32
Tabla 7. Pregunta 4 de la Encuesta	32
Tabla 8. Pregunta 5 de la Encuesta	33
Tabla 9. Pregunta 6 de la Encuesta	33
Tabla 10. Pregunta 7 de la Encuesta, lunes.....	34
Tabla 11. Pregunta 7 de la Encuesta, martes	34
Tabla 12. Pregunta 7 de la Encuesta, miércoles.....	35
Tabla 13. Pregunta 7 de la Encuesta, jueves	35
Tabla 14. Pregunta 7 de la Encuesta, viernes.....	36
Tabla 15. Pregunta 7 de la Encuesta, sábado	36
Tabla 16. Pregunta 7 de la Encuesta, domingo	37
Tabla 17. Pregunta 8 de la Encuesta	37
Tabla 18. Pregunta 9 de la Encuesta	38
Tabla 19. Pregunta 10 de la Encuesta	38
Tabla 20. Entrevista al profesional en talento humano.....	39
Tabla 21. Entrevista a la persona especialista en docencia.....	40
Tabla 22. Entrevista a la persona especialista en informática	42
Tabla 23. Grupo focal	43
Tabla 24. Cursos, contenidos, modalidades y horarios.....	51
Tabla 25. Formato de matriz de lista de chequeo	63
Tabla 26. Manual de marca.....	69

Tabla 27. Impacto ambiental de emisión de CO ₂	77
Tabla 28. Activos fijos de la empresa	78
Tabla 29. Activos intangibles de la empresa	79
Tabla 30. Capital de trabajo	80
Tabla 31. Gastos preoperativos.....	81
Tabla 32. Resumen plan de inversión	81
Tabla 33. Ingresos por matrículas	82
Tabla 34. Presupuesto de Costos	83
Tabla 35. Presupuesto de Gastos	84
Tabla 36. Estado de Resultados Proyectado	84
Tabla 37. Flujo de Caja Proyectado	86
Tabla 38. Balance Proyectado.....	88
Tabla 39. Cálculo VAN	89
Tabla 40. Cálculo TIR %	90
Tabla 41. Cálculo ROE	90
Tabla 42. Cálculo ROA.....	91
Tabla 43. Plan de Recuperación.....	91
Tabla 44. Matriz de Situaciones Adversas.....	92
Tabla 45. Nivel de Riesgo.....	93
Tabla 46. Medidas de Mitigación y Alternativas.....	93

Resumen Ejecutivo - Palabras Clave

El objetivo del presente estudio fue diseñar un manual sobre la creación de la plataforma en línea BELLISFORGE en Quito, periodo 2026, mediante herramientas de *software*, para la administración, distribución y gestión de cursos en línea. Para ello, en primer lugar, se diagnosticó las necesidades de los clientes potenciales, mediante 100 encuestas. Luego, se entrevistó a tres especialistas en *software*, docencia y talento humano. Con ello, se establecieron las capacitaciones a realizarse, con sus respectivos módulos. A continuación, se desarrolló el análisis estructural y organizacional de la empresa, con sus directrices, mecanismos de evaluación, funciones, roles, valores, política, objetivos, visión, misión, composición. También, se hizo un estudio de factores internos y externos, mediante los análisis FODA, Pest y las 5 fuerzas de Porter. Con esta información, se diseñó el prototipo de la plataforma, que inició con el manual de marca, el logo, para luego crear las páginas, principal y secundarias, con las diferentes pestañas para la visualización de la empresa y de sus servicios. Después, se realizó una valoración de esta plataforma, mediante la técnica de grupo focal, con especialistas en docencia, *software* y posibles usuarios. Finalmente, se realizó el estudio de estrategias de posicionamiento y continuidad en un plazo de 5 años y el análisis económico, para la identificación de rentabilidad, con indicadores financieros como el VAN, el TIR, el ROE y ROA, así como el plan de recuperación. El diagnóstico indicó que las necesidades de capacitación de los trabajadores, son distintas a las de los empleadores. La plataforma creada es de fácil usabilidad y la información permite que los usuarios comprendan claramente las características de la empresa y sus servicios. Luego del estudio económico, se concluye que, en 5 años, el emprendimiento es rentable y se puede ampliar la oferta en varios aspectos.

Palabras clave: BELLISFORGE / Plataforma virtual / Capacitación en línea / Talento Humano / Manual Organizacional y Estructural / Rentabilidad.

Abstract - Keywords

The objective of the present study was to design a manual about the creation of the online platform BELLISFORGE in Quito, by 2026, through the use of software tools for the administration, distribution and management of online courses. To achieve this, firstly, the needs of potential clients were assessed through 100 surveys. Next, three specialists in software, education, and human resources were interviewed. Based on these interviews, the training programs and their respective modules were established. Following this, a structural and organizational analysis of the company was developed, including its guidelines, evaluation mechanisms, functions, roles, values, policies, objectives, vision, mission, and composition. An analysis of internal and external factors was also conducted using SWOT, PEST, and Porter's Five Forces analyses. With this information, the platform prototype was designed, beginning with the brand manual and logo, followed by the creation of the main and secondary pages with different tabs for viewing the company and its services. Subsequently, an evaluation of this platform was conducted through the use of a focal group with specialists in education, software, and potential users. Finally, a five-year strategy study for positioning and continuity was carried out, along with an economic analysis to identify profitability using financial indicators such as NPV, IRR, ROE, and ROA, as well as a recovery plan. The diagnosis indicated that the training needs of employees differ from those of employers. The platform is user-friendly, and the information it provides allows users to clearly understand the company's characteristics and services. Following the economic analysis, it was concluded that the venture will be profitable within five years and that its offerings can be expanded in several areas.

Key Words: BELLISFORGE/ Virtual Platform / Online Training / Human Talent / Organizational and Structural Manual / Profitability

Introducción

Definición y Justificación del Tema

BELLISFORGE S.A. es una microempresa en formación, cuya razón de ser consiste en desarrollar cursos de capacitación en línea, dirigidos al personal de empresas e instituciones privadas, para el fortalecimiento de sus habilidades y capacidades como parte del Talento Humano.

Al tratarse de una empresa en formación, no existe una plataforma de información sobre los servicios que presta, el público al cual se dirige, ni el funcionamiento propio de la microempresa, como, por ejemplo, los roles, funciones, caracterizaciones de los puestos de trabajo y demás características.

La propuesta del proyecto, se plantea realizar un manual para la creación de una plataforma, que permita sistematizar la información de BELLISFORGE S.A. de manera que el público objetivo acceda a una información amplia y efectiva.

La presente investigación se justifica teóricamente, puesto que, para el desarrollo de los diferentes capítulos, se toman en cuenta las siguientes áreas del conocimiento en torno a la gestión de talento humano: gestión por competencias, selección de personal, administración estratégica, inteligencia emocional y legislación laboral.

En cuanto a la gestión por competencias, se abordan herramientas para identificar y desarrollar habilidades alineadas con los objetivos organizacionales. En lo correspondiente a selección de personal, se trabaja sobre los procesos de atracción y evaluación del talento humano. En cuanto a administración estratégica, se considera el análisis de la relación entre la gestión de personas y el logro de los objetivos empresariales. El ámbito de la inteligencia emocional se enfoca en la influencia de las habilidades socioemocionales en el desempeño, la comunicación y las relaciones laborales dentro de las organizaciones; esto en relación con los contenidos de los cursos que se ofertan. Por su parte, la legislación laboral está presente en la identificación de las normativas y los organismos de control que rigen a las microempresas, como la que es objeto de este estudio.

Desde el punto de vista práctico, los productos generados en este estudio, tales como la plataforma digital y el manual, permitirán tomar como referencia a otros profesionales que

están desarrollando su trabajo de titulación en el ámbito del talento humano, de mercadotecnia o desarrollo de *software*. También, este documento, puede aportar a personas que requieren desarrollar cursos de cualquier otro ámbito.

En términos de factibilidad, quienes están desarrollando esta tesis cuentan con conocimientos en talento humano y una amplia experiencia laboral en diferentes áreas como negocios, atención al cliente, mercadotecnia, atención al adulto mayor, entre otros. Además, se cuenta con alianzas estratégicas familiares, con formación y experiencia en los campos de la docencia, *software*, *marketing* y diseño gráfico; con predisposición para apoyar en este proyecto. Por otro lado, se cuenta con la tecnología y el *software* adecuado para el desarrollo de la plataforma digital.

Planteamiento del Problema

BELLISFORGE S.A. es una microempresa que tiene mucho conocimiento sobre cuales serían los temas a desarrollar en los diferentes cursos a ofertar a empresas e instituciones; sin embargo, la información no está organizada, ni se ha desarrollado una plataforma que permita promocionar los cursos y acceder a un amplio público objetivo para la sobrevivencia de esta organización. Como consecuencia, los posibles usuarios de los cursos desconocen de la existencia de estas capacitaciones, lo cual impide el incremento de usuarios.

Esta empresa se ubica en Quito, no cuenta con local físico y está conformada por dos socias, cuyo trabajo principal se desarrolla en línea, dentro del espacio de oficina en cada vivienda. Las socias cuentan con formación académica en contabilidad, secretariado, administración y talento humano, con experiencia en negocios, atención al cliente, cuidado al adulto mayor, mercadotecnia. Se considera una microempresa porque su capital inicial es de USD 2. 000 fuera de los trámites legales.

Una de las causas del problema mencionado, no se ha identificado las categorías de información, con los respectivos contenidos para colocar en la plataforma. Por lo tanto, no se puede especificar la oferta de la empresa.

Otra causa, es que no existe una plataforma digital sobre la oferta y el funcionamiento de la empresa, por lo cual, no se puede determinar la usabilidad potencial de este recurso.

Además, al no contar con la plataforma ni con una evaluación de su funcionamiento, se desconocen las posibilidades de desarrollo y crecimiento de la microempresa.

El propósito de la microempresa, es el desarrollo de capacitaciones dirigidas a un público objetivo, de entre 18 a 60 años de edad, trabajadores, hombres y mujeres, de empresas e instituciones privadas, en temas relacionados con el bienestar en el ámbito laboral y el desarrollo de las habilidades y competencias, que fortalezcan el crecimiento profesional y personal.

Objetivo General

Diseñar un manual sobre la creación de la plataforma de capacitación en línea BELLISFORGE en la ciudad Quito, período 2026, mediante herramientas de *software* para la administración, distribución y gestión de cursos en línea.

Objetivos Específicos

Identificar la información sobre los servicios que presta BELLISFORGE mediante un análisis por categorías para la creación de la plataforma.

Diseñar el prototipo de la plataforma, mediante uso de *software* para el manejo de la información.

Evaluar la plataforma elaborada, a través de técnica de grupo focal para la validación de la propuesta.

Desarrollar el manual estratégico y corporativo de la empresa BELLISFORGE, mediante análisis estructural, del entorno y económico, para la determinación de la rentabilidad.

Metodología de la Investigación

El presente estudio corresponde a un tipo de investigación aplicada, puesto que se está haciendo uso de los conocimientos de la ciencia, para la creación de un producto específico, como es el caso de la creación de la plataforma y del manual para la oferta de cursos de la empresa BELLISFORGE.

En cuanto al nivel de profundidad, se trata de una investigación descriptiva, puesto que, en varios momentos del estudio, se establecen categorías de información, se determinan jerarquías, se clasifican y ordenan datos, en torno a las características de la empresa y a los cursos que se ofertan.

El enfoque de este trabajo es principalmente cualitativo, puesto que el diseño de los productos, contiene mucha información de carácter descriptivo. Si bien, en la etapa diagnóstica, se usaron datos cuantitativos, la creación de la plataforma digital es cualitativa.

El método que se desarrolla es el inductivo, puesto que, en el transcurso del estudio, se analizó cada una de las categorías de información que serían parte de la plataforma digital, hasta llegar a la generalidad, que es la plataforma como tal.

En el proceso de creación de la plataforma digital, se utilizó la metodología de desarrollo web, con las diferentes etapas de conceptualización, arquitectura, interfaz, desarrollo y pruebas. En el caso de la elaboración del manual, se tomaron en cuenta, técnicas básicas del diseño gráfico, como tipografía y equilibrio del espacio.

Las técnicas utilizadas, tanto para el levantamiento, como para el análisis de datos, fueron: revisión documental, encuesta, entrevista, análisis PEST, análisis FODA, las 5 fuerzas de Porter, grupo focal y análisis por categorías.

La revisión documental se utilizó en la etapa diagnóstica, para la identificación del público objetivo, la determinación de la población, la muestra, así como para el contenido de los cursos y la elaboración del marco teórico. El instrumento de esta técnica, es el registro documental, que, en este caso, constituyen archivos en diferentes formatos.

La encuesta se utilizó para la etapa diagnóstica, con el fin de identificar las características y necesidades del público objetivo, mediante el instrumento denominado cuestionario, mediante preguntas de opción múltiple y cerradas.

La entrevista, también en la etapa diagnóstica, se dirigió a tres especialistas: uno en talento humano, uno en docencia virtual y uno en informática. El instrumento utilizado fue la guía de entrevista semi estructurada, con preguntas abiertas. La información que se recabó fue sobre los temas para la oferta de los cursos, los ámbitos de la administración y gestión de talento humano, la didáctica de cursos en línea y la creación y uso de plataformas digitales.

La técnica de grupo focal, se utilizó en la etapa de validación de los productos creados, mediante el instrumento llamado taller de grupo focal. Los participantes fueron expertos en informática, docencia, talento humano y posibles usuarios. Los ejes temáticos de este taller fueron sobre la usabilidad de la plataforma y el manual creados, los contenidos y el funcionamiento de la microempresa.

Las técnicas de análisis PEST, 5 fuerzas de Porter y FODA, se utilizaron para la evaluación del funcionamiento de la empresa y la exploración de estrategias a corto, mediano y largo plazo.

Marco Teórico

- **Plataforma**

La tecnología en la educación se ha convertido en un eje estratégico para el desarrollo académico, la inclusión y la innovación pedagógica. Lejos de ser una tendencia pasajera, hoy es un componente esencial de los procesos de enseñanza aprendizaje, tanto en entornos presenciales como virtuales. Guzzetti (2020) resalta que, es un recurso de aprendizaje válido en el ámbito pedagógico, que promueve el trabajo independiente, la innovación, la motivación y la comunicación con el docente.

Una plataforma digital es un entorno tecnológico que permite gestionar información, comunicación y servicios mediante herramientas virtuales interactivas. Según Tecana (2025) el aprendizaje digital, también conocido como aprendizaje electrónico o *e-learning*, se refiere al uso de tecnologías digitales para facilitar el proceso de enseñanza y aprendizaje. Esto implica el uso de recursos como plataformas en línea, aplicaciones educativas, videos interactivos y otros contenidos digitales para enriquecer la experiencia educativa. Este enfoque no solo utiliza la tecnología como apoyo, sino que también transforma la forma en que los estudiantes interactúan con el conocimiento.

Según Coppola (2025) una plataforma digital es un entorno en el que los usuarios pueden llevar a cabo tareas, gestionar actividades, colaborar con otros usuarios e interactuar por medio de las herramientas y funcionalidades que ofrece dicha plataforma. Incorporando nuevos entornos de aprendizaje en comparación con las modificaciones tradicionales.

En el proyecto, la plataforma se refiere al desarrollo de elementos y herramientas de diseño, con contenidos de aprendizaje académicos brindando servicios de capacitación para el desarrollo del talento humano. El *software* de formación es una plataforma tecnológica diseñada específicamente para facilitar la creación, gestión, implementación y seguimiento de programas de capacitación. (Aguilera, 2026)

- **Capacitación**

La capacitación es un método de aprendizaje y crecimiento tanto personal como profesional, nos sirve para adquirir conocimientos, habilidades. La capacitación y el desarrollo se refiere al proceso de adquirir nuevos conocimientos, habilidades o capacidades, o mejorar los ya existentes. (Aguilera, 2026)

La capacitación tiene mucho que ver con el conocimiento. En la actual era del conocimiento, este es el recurso más importante. Cabe decir que el conocimiento es fundamental, entonces la productividad del conocimiento es la llave del desarrollo. (Chiavenato, 2009)

Toapanta, et. al (2025) indica que, la capacitación es un conjunto de actividades diseñadas para mejorar el desempeño de los empleados mediante el aprendizaje de nuevas habilidades, conocimientos o actitudes necesarias para sus funciones actuales o futuras. Estas actividades pueden incluir talleres, cursos, conferencias, seminarios o incluso mentorías personalizadas.

Asimismo, en este proyecto la capacitación se refiere a técnicas, habilidades y conocimientos para optimizar el desempeño laboral y fortalecer el desarrollo del talento humano contribuyendo al crecimiento organizacional. La capacitación, además de ocuparse de la información, las habilidades, las actitudes y los conceptos, ahora se orienta al desarrollo de ciertas competencias que desea la organización. Esta capacitación se basa en un mapa, trazado previamente, de las competencias esenciales para el éxito de la organización. A continuación, estas competencias esenciales se dividen en áreas de la organización y en competencias individuales. Todas las competencias al nivel organizacional, divisional e individual se definen de forma clara y objetiva para que todos los asociados las puedan entender. A partir de esta definición se establecen los programas de capacitación para todo el personal involucrado. (Chiavenato, 2009)

- **Capacitación en línea**

Se refiere al aprendizaje de manera virtual, recibir cursos y capacitarse de forma práctica ya que, al ser en línea se facilita el acceso. En este modelo, los estudiantes o empleados pueden acceder a materiales de aprendizaje, asistir a clases virtuales y realizar ejercicios o exámenes desde cualquier lugar y en cualquier momento, siempre que tengan acceso a una conexión a internet. Aspasia (2025) señala que, este tipo de capacitación permite a los participantes aprender a su propio ritmo, lo que facilita la formación continua y el desarrollo profesional.

La capacitación en línea consiste en el desarrollo de procesos de aprendizaje mediante plataformas digitales y recursos tecnológicos accesibles desde internet. Además, el aprendizaje virtual promueve una mayor interactividad. A través de simulaciones, laboratorios virtuales y espacios colaborativos, los alumnos pueden poner en práctica lo aprendido en entornos controlados y sin riesgos. Este enfoque es especialmente útil en disciplinas como la medicina, la ingeniería y la formación corporativa, donde la experiencia práctica es esencial para la adquisición de competencias. (Reales, 2025)

EPIM (2026) explica que, la capacitación digital con el uso de Internet es un medio flexible que permite la actualización de la información, masificación y distribución de forma virtual inmediata, va más allá de los límites de entrenamiento, cambiando los paradigmas antiguos del aprendizaje.

En el proyecto, consiste en el desarrollo de la plataforma de capacitación en línea con plataformas LMS, que brinda accesos flexibles, rápidos y dinámicos. Actualmente, la capacitación es un medio que desarrolla las competencias de las personas para que puedan ser más productivas, creativas e innovadoras, para que contribuyan mejor a los objetivos organizacionales y se vuelvan cada vez más valiosas. (Chiavenato, 2009)

- **Talento humano**

El talento humano es la capacidad para realizar una tarea de manera efectiva, son aquellas personas que poseen la habilidad de liderazgo y la destreza de motivar a los demás, trabajadores que conforman una organización y a la forma en que su conjunto de habilidades y características individuales contribuyen al éxito de la empresa. Los términos recursos humanos,

capital humano, activos intelectuales y gestión del talento implican básicamente talentos y competencias de las personas. (Chiavenato, 2007)

El talento humano comprende las capacidades, conocimientos y habilidades que poseen las personas dentro de una organización. El desarrollo de las competencias tiene como objetivo desplegar los requisitos apropiados que necesita el trabajador para desempeñarse de manera óptima en sus funciones. Se puede entonces considerar que las competencias delimitan los objetivos a conseguir en una tarea específica dentro de la organización. (Giraldo, et. al 2013)

La gestión de recursos humanos es un área que crea talento a través de un conjunto integrado de procesos que cuida el capital humano de la organización, considerando que es el elemento esencial de su capital intelectual y la base del éxito, que tiene como objetivo dotar a la organización de competencias y competitividad. (Chiavenato, 2009)

En el proyecto, se refiere a capacidades, conocimientos y habilidades de los trabajadores que impulsan la productividad y crecimiento de una organización, así como su capacidad para adaptarse, aprender y crecer en un entorno laboral incluyendo la capacidad de trabajar en equipo, la innovación, la adaptabilidad y la actitud para aprender y desarrollarse de manera continua. Runa (2026) considera al talento humano un activo intangible fundamental para el éxito de cualquier empresa.

- **Competencias laborales**

Es el conjunto de conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes; la capacidad de saber hacer algo y poderlo ejecutar de la mejor manera. Las competencias laborales son las capacidades que posee una persona para desempeñarse en una posición de trabajo y se manifiestan como indicadores de comportamientos en un entorno laboral. (Runa, 2026)

Las competencias laborales son el conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para desempeñar eficientemente una función laboral. Según Tejada (2003) las competencias se entienden como recursos personales relacionados al desempeño. Esta posición representa el pensamiento de la psicología social clásica, desde la cual se plantea la identificación de los recursos que posibilitarían el desempeño y se diseñan categorías predeterminadas que relacionan recursos con desempeños.

Esep (2022) menciona que, las competencias laborales se obtienen de la integración de competencias básicas, generales y específicas. Estas competencias pueden adquirirse y fortalecerse mediante el aprendizaje continuo mediante la práctica y un proceso de aprendizaje continuo, especialmente cuando existe una orientación adecuada para su incorporación.

En este proyecto, se refiere a la persona indicada para desempeñar un puesto y entregar los resultados esperados. Es decir, contar con métodos para ejecutar, adaptar y realizar sus funciones de la forma que convenga a la empresa. A las competencias laborales se les considera un elemento indispensable y de gran valor en el proceso de certificación e inter competitividad empresarial. García, et. al (2012) señala que, evaluar las competencias laborales es un instrumento indispensable para promover tanto el nivel de productividad y el desarrollo del personal empresarial.

- **Herramientas digitales**

Las herramientas digitales son programas y plataformas tecnológicas diseñadas para facilitar, optimizar y automatizar tareas, se utilizan en aspectos muy diversos. Funcionan en computadoras o dispositivos móviles y nos ayudan a realizar una tarea de manera más rápida y organizada. La globalización y el mundo de la tecnología viven el día a día con cada uno de nosotros, ya que existe una creciente integración económica y social. (Dueñas, 2023)

Las herramientas digitales son recursos tecnológicos utilizados para facilitar la comunicación, gestión de información y desarrollo de actividades en entornos virtuales. Para Guzmán, et. al (2025) estas herramientas contribuyen a optimizar procesos educativos y organizacionales mediante el uso de tecnología.

Vital (2021) menciona que, en un entorno cada vez más digitalizado, estas herramientas se han convertido en recursos esenciales porque mejoran la eficiencia y la productividad, facilitan la comunicación, facilitan la toma de decisiones a través del análisis de datos y proporcionan mayor accesibilidad y flexibilidad en los procesos de enseñanza y aprendizaje.

En cuanto al proyecto se refiere a todo *software* o programa que se utilizará en los procesos para realizar diferentes tareas como la búsqueda de información, organización de datos, realización de presentaciones y actividades en el proceso de aprendizaje. Además, estarán presentes en diversos aspectos de la gestión empresarial, como el *marketing*, la comunicación, las ventas, la gestión financiera y la atención al cliente. (Alvarado, 2024)

- **Competitividad organizacional**

La competitividad organizacional es adaptarse a los constantes cambios económicos, tecnológicos y sociales, lo que implica mejorar continuamente sus procesos y ofrecer productos y servicios de mayor calidad frente a sus competidores en el mercado. Desarrollar la competitividad empresarial es un esfuerzo constante, pero es fundamental para toda empresa. (Cdmx, 2022)

La competitividad organizacional es la capacidad que tiene una empresa para mantenerse y destacarse en el mercado mediante estrategias eficientes, innovación y desarrollo continuo. Además, depende de la capacidad de una organización para mantenerse con ventajas en el mercado que busca dominar. (Empresariales, 2023)

En términos generales, una de las características más importantes de un negocio es su capacidad de permanencia, por lo que no basta con mantenerse operativo en épocas de dificultad, sino que también debe lograr un crecimiento continuo y sostenible que garantice su permanencia a largo plazo. (Clavijo, 2022)

En cuanto al proyecto, es ejecutar estrategias y campañas efectivas, para conseguir las metas de crecimiento empresarial establecidas. La importancia de la competitividad radica en su capacidad para garantizar la supervivencia de la microempresa dentro del mercado global y altamente competitivo. En un mundo donde los consumidores tienen acceso a una variedad de opciones a través de plataformas digitales, las empresas deben ser extremadamente ágiles para mantenerse relevantes y rentables. (Cerem, 2024)

- **Plataformas LMS**

Son herramientas diseñadas para brindar capacitaciones y ayudar en procesos de aprendizaje, facilitando la interacción entre el que ofrece los servicios y quién los recibe. Más allá de ser un simple repositorio de contenidos, un LMS moderno actúa como el centro de operaciones del responsable de formación: conecta al equipo de L&D con los empleados, automatiza tareas administrativas y convierte los datos de aprendizaje en información accionable para la organización. (Amores, 2026)

De acuerdo con Sánchez, et. al (2022) un LMS es un *software* basado en servidores web o servicios en la nube, que administra los procesos de enseñanza y aprendizaje de programas

académicos o corporativos, permitiendo el acceso a los contenidos desde cualquier lugar y momento, mediante una conexión a Internet. Asimismo, los autores destacan que estas plataformas incorporan herramientas de comunicación, evaluación, seguimiento y gestión de usuarios, lo que favorece el aprendizaje en línea.

Un programa de aprendizaje en línea de calidad requiere elementos pedagógicos y tecnológicos que garanticen una experiencia de aprendizaje efectiva. Además del aula virtual, el aprendizaje en línea requiere de una planificación estructurada, recursos adecuados y plataformas tecnológicas que faciliten la gestión del proceso educativo y también faciliten la interacción y colaboración entre estudiantes y docentes. (Anáhuac, 2025)

De igual manera, en BELLISFORGE, al implementar una plataforma LMS, se facilitará el acceso a contenidos e información a los usuarios, además de facilitar la interacción entre capacitadores y asistentes en general, un LMS corporativo debe ser flexible para ajustar todos los márgenes de tiempo y complementar con las necesidades empresariales. (Colman, 2026)

CAPÍTULO I: Diagnóstico Y Contextualización

1.1. Descripción del Tema de Investigación

1.1.1. Análisis del Sector o Área de Estudio

Esta empresa se ubica en Quito, no cuenta con local físico, por lo tanto, funciona desde los domicilios de las socias. El uno está ubicado en el barrio Divino Niño, calle E9D y S/N en el sector de Caupicho al sur de Quito. El otro se ubica en el barrio La Forestal, calle Imantag S10-54 y Pacamoros en el sur de Quito.

Las empresas a las cuales se dirigen las capacitaciones, son empresas y trabajadores del ámbito privado, ubicados en las parroquias urbanas del cantón Quito. En esta investigación se excluye el área pública, debido a que, a menudo las instituciones del Estado cuentan con unidades de capacitación en talento humano, o los procesos de contratación para estos fines, suelen ser favorables para proveedores con años de posicionamiento en el mercado. Al tratarse de una microempresa en formación, no se cuenta con el respaldo de certificaciones para la puja en procesos de contratación gubernamentales.

1.1.2. Contexto Institucional, Sectorial o Social

En la actualidad existen muchas microempresas en el Ecuador relacionadas con el ámbito de la capacitación no formal, es decir, que no están dentro del sistema regulado por el Ministerio de Educación, Deportes y Cultura.

La capacitación no formal responde a necesidades específicas de un tipo de población en áreas puntuales, según los intereses de un momento o de un contexto determinado. Las capacitaciones que propone la microempresa BELLISFORGE, son para el desarrollo del talento humano, con el fin de potenciar el crecimiento organizacional, en un ambiente de bienestar individual y colectivo.

Por otra parte, las empresas necesitan cumplir con normativas de calidad o auditorías externas, para la acreditación ante los organismos de control, que les permitan su funcionamiento óptimo. En este sentido, los cursos de capacitación en temas de talento humano, aportan en el cumplimiento de los requisitos que deben cumplir las empresas.

Además, muchas empresas privadas se enfocan en el beneficio económico, sin considerar que los trabajadores son quienes participan directamente en el diario accionar de la organización. Sin embargo, el bienestar físico y emocional de un trabajador se revierte en mayor eficiencia en su productividad.

1.1.3. Identificación del Problema u Oportunidad

La microempresa BELLISFORGE tiene una amplia diversidad de temas para diversos usuarios y cuenta con el personal adecuado y con los conocimientos, de acuerdo con el área de capacitación. Sin embargo, los mecanismos de información para el público objetivo son precarios, de manera que, si una empresa o persona necesita una capacitación específica, no encuentra la información porque no se encuentra con una plataforma digital, que organice los datos de manera efectiva. Esto genera como consecuencia el desconocimiento de los servicios que ofrece un centro y la imposibilidad de ampliar su cobertura.

Si bien, este centro tiene claridad sobre los servicios, los cursos que se ofertan no están organizados en documentos para saber cuáles serían las categorías de información. Por otro lado, los lineamientos propiamente dichos de la empresa no están definidos; esto genera una indeterminación de roles, funciones, alcances y límites de la organización.

Finalmente, al no contar con una plataforma digital de la microempresa, no se puede visualizar ni el propósito de la organización ni los servicios que oferta. Como consecuencia, se imposibilita una difusión en redes.

1.2. Caracterización del Objeto de Estudio

1.2.1. Descripción General

La empresa BELLISFORGE se propone desarrollar cursos en línea de temas relacionados con la gestión del talento humano, dirigidos a trabajadores de empresas privadas. Con ello, se busca fortalecer las habilidades y conocimientos de cada uno de los usuarios, mediante la enseñanza de los cursos impartidos a través de una plataforma digital.

1.2.2. Naturaleza Jurídica o Normativa

Esta microempresa debe seguir las normativas trazadas por los siguientes organismos reguladores tales como:

1.2.2.1. Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SUPERCIAS)

Es el organismo técnico, con autonomía administrativa y económica, que vigila y controla las actividades de una organización, funcionamiento, disolución y liquidación de las compañías o entidades en las circunstancias y condiciones establecidas por la Ley. Además, administra los procesos de constitución y registro societario de las empresas, para su buen funcionamiento. (Muñoz, 2001)

1.2.2.2. Servicio de Rentas Internas (SRI)

Toda empresa debe obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC), cumplir con sus obligaciones fiscales y emitir comprobantes electrónicos conforme a la normativa tributaria vigente y gestionar la política tributaria en el marco de los principios constitucionales, consolidando mecanismos que contribuyan al cumplimiento oportuno y óptimo de las obligaciones tributarias, así como, el control de los impuestos internos a través de un enfoque de gestión de riesgos, el cual favorece al desarrollo económico sostenible del Ecuador. (Boletines SRI, 2025)

1.2.2.3. Patente Municipal

El Art. 547 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, establece que:

“Están obligados a obtener la patente y, por ende, el pago anual del impuesto de que trata el artículo anterior las personas naturales, jurídicas, sociedades, nacionales o extranjeras, domiciliadas o con establecimiento en la respectiva jurisdicción municipal o metropolitana, que ejerzan permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales”. (GACETA TRIBUTARIA DIGITAL No: 0091-M. 2021)

1.2.2.4. Protección de datos personales (Constitución del Ecuador)

El derecho a la protección de datos de carácter personal, que incluye el acceso y la decisión sobre información y datos de este carácter, así como su correspondiente protección. La recolección, archivo, procesamiento, distribución o difusión de estos datos o información requerirán la autorización del titular o el mandato de la ley. CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR, (2008)

1.2.3. Actores Involucrados

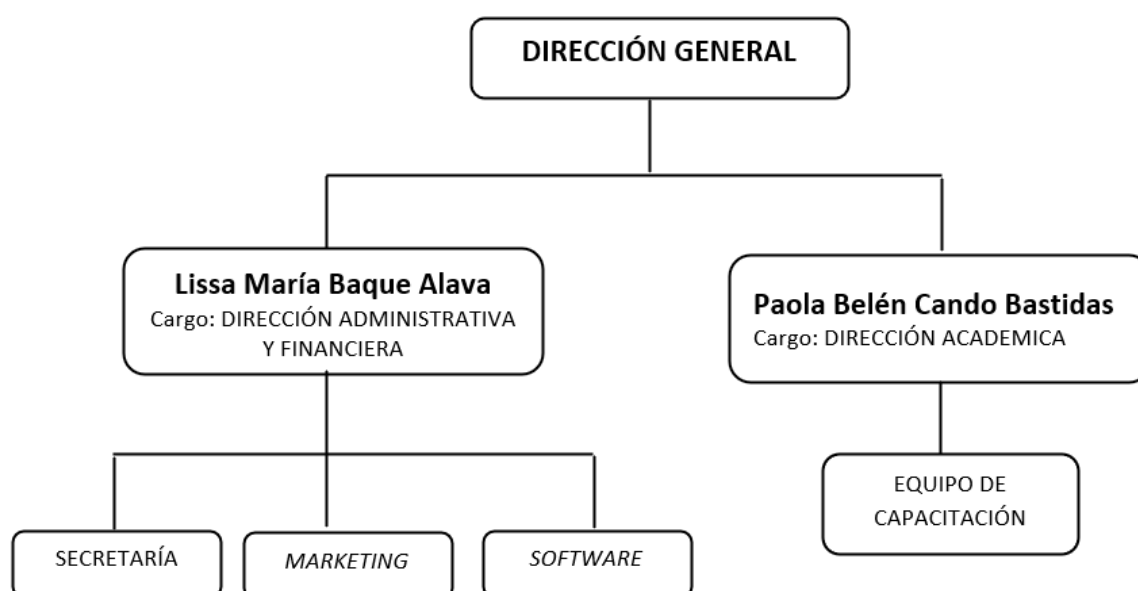
Las socias de la empresa BELLISFORGE cuentan con conocimientos en talento humano, contabilidad, gestión de la secretaría y una amplia experiencia laboral en diferentes áreas como negocios, atención al cliente, mercadotecnia, atención al adulto mayor, entre otros.

Además, se cuenta con alianzas estratégicas familiares, con formación y experiencia en los campos de la docencia, *software*, *marketing* y diseño gráfico; con predisposición para apoyar en este proyecto.

El público objetivo que recibiría los servicios de estos cursos serán personas adultas de 18 a 60 años de edad, activas laboralmente, hombres y mujeres de cualquier tipo de formación u oficio profesional que labora en empresas o instituciones a nivel privado, esto excluye a la niñez, la juventud, adultos y adultas mayores. También se excluye a quienes laboran en el campo de la educación, tanto inicial, primaria, de bachillerato, universitaria, así como de institutos y academias; esto, debido a que los organismos rectores, pertenecen a las instituciones del Estado.

1.2.4. Estructura Organizacional o Funcional

Gráfico 1. Estructura Organizacional de BELLISFORGE



Fuente: Elaboración propia.

Funciones: Las funciones de cada uno de los cargos existentes, se explican a continuación:

Dirección General. - compartida por las dos socias, toma decisiones, define políticas, legaliza documentos, responde a requerimientos de los organismos de control y representan a la empresa.

Dirección Administrativa y Financiera. - Se encarga de la planificación, organización, dirección y controla los recursos económicos de BELLISFORGE, con el fin de incrementar rentabilidad, optimizar el uso de los fondos y asegurar sostenibilidad a corto, mediano y largo plazo. También, diseña estrategias financieras e identifica y mitiga posibles riesgos. Las unidades que dependen de esta dirección, son: Secretaría, *Marketing* y *Software*.

Las funciones de la Secretaría, están relacionadas con la organización de documentos de la microempresa, cobros de los cursos, cumplimiento de obligaciones tributarias, compilación y organización de expedientes de estudiantes y capacitadores, elaboración de actas de reuniones.

Las funciones de *Marketing*, se relacionan con el manejo de marca institucional, la difusión de la empresa, la creación y transmisión de los productos publicitarios en diversas redes sociales y otros medios de comunicación.

Las funciones de *Software*, tienen que ver con la creación y manejo de la plataforma digital; además, la automatización de aulas virtuales, correos masivos, mecanismos de cobros, nóminas y gestión del sistema académico.

Dirección Académica. - Cumple y hacer cumplir la Constitución de la República, la Ley Orgánica de Educación Superior y su Reglamento, los reglamentos internos que desarrolle la empresa; brinda asesoramiento y seguimiento a la gestión académica; elabora la planificación operativa, desarrolla propuestas técnicas y controla los sistemas de gestión educativa y estudiantil. La unidad que está a cargo de esta dirección, es la del Equipo de Capacitación.

Las funciones del Equipo de Capacitación, son las relacionadas con la elaboración de material didáctico y pruebas, planificación de horarios y dictado de cursos sincrónicos y asincrónicos, calificación y aprobación de estudiantes.

1.2.5. Roles y Perfiles Relevantes

La dirección general, es el máximo organismo y estará a cargo de las dos socias, quienes deben desarrollar el plan estratégico y la gestión financiera de la microempresa, ejecutar las estrategias de mercado, generar alianzas mediante convenios y promociones, realizar contrataciones del personal, promover la calidad total y realizar autoevaluaciones de la organización.

Para asumir esta dirección general, el perfil profesional es el siguiente: deberá tener formación profesional en las áreas administrativas, contar con conocimientos sobre contabilidad y gestión de talento humano. Además, deberá certificar experiencia laboral en empresas y tener habilidades en comunicación oral, escrita y digital.

El rol de la gestión administrativa, consiste en el control de los recursos de la empresa, la elaboración de los documentos de planificación, el control de la ejecución de las actividades de secretaría, *marketing* y *software*.

El perfil para ocupar este cargo, es el siguiente: la persona debe tener conocimientos de administración estratégica, contabilidad, gestión de la secretaría y una amplia experiencia laboral en diferentes áreas como negocios, atención al cliente, mercadotecnia, atención al adulto mayor, entre otros.

El rol de la persona encargada de secretaría consiste en el desarrollo de actividades de organización de archivos, tanto de la empresa, como de los estudiantes y docentes capacitadores, el registro contable de pagos de cursos y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la empresa.

El perfil que requiere este cargo, es un bachillerato en contabilidad, gestión de secretaría o afines, o que acredite conocimientos en manejo de archivos, así como de herramientas ofimáticas de Word y Excel. Además, debe tener excelente redacción y ortografía.

El rol de la persona encargada de *marketing*, es el manejo de la imagen corporativa, con actividades como el desarrollo de la marca, la creación de productos publicitarios, el manejo de redes sociales y la elaboración de estrategias de posicionamiento de marca.

El perfil que este cargo requiere es de una persona que acredite conocimientos de manejo de redes sociales, manejo de aplicaciones o programas de diseño gráfico, solvencia en la edición audiovisual. Además, que tenga creatividad y orientación hacia resultados.

En cuanto a *software*, los roles son los siguientes: desarrollar, manejar y dar soporte a la plataforma digital de la empresa, establecer mecanismos de seguridad de datos, tanto de la empresa, como de los docentes y estudiantes.

El perfil para el profesional de *software*, consiste en ser profesional en informática, *software* o afines, acreditar conocimientos y experiencia en la creación de plataformas digitales, seguridad informática y soporte técnico.

El rol de la dirección académica consiste en el trabajo directo con el equipo de capacitación. Se dedica a la creación de la oferta académica, la organización de los cursos, la gestión de las actividades docentes, la estandarización de formatos, tanto de los contenidos de los cursos, como de las evaluaciones.

El perfil para este cargo, consiste en la formación superior en talento humano, con conocimientos en gestión administrativa y gestión educativa. Debe tener habilidades comunicativas y capacidad para potenciar los talentos del equipo.

El rol del docente que es parte del equipo de capacitación, consiste en la elaboración de las macro y micro planificaciones, elaboración de evaluaciones y material didáctico, calificar, retroalimentar los conocimientos y subir los instrumentos pedagógicos a la plataforma.

El perfil del capacitador, requiere título universitario en ciencias de la educación, sociología, antropología, psicología y afines, con experiencia de al menos dos años en la docencia. Debe tener conocimientos en el manejo de aulas virtuales y plataformas de videoconferencia, creación de material audiovisual, elaboración de reactivos y didáctica.

1.3. Orientación Estratégica del Proyecto

1.3.1. Misión / Propósito del Proyecto

Somos una plataforma de capacitación digital, que brinda cursos para contribuir al desarrollo del talento humano en beneficio de trabajadores y trabajadoras de empresas e

instituciones privadas, a través de herramientas tecnológicas y educativas, impulsando el crecimiento empresarial.

1.3.2. Visión / Proyección Futura

Ser una empresa reconocida a nivel nacional e inspirar el aprendizaje y talento a través del acceso a la educación y tecnología, alcanzando la excelencia en nuestros servicios.

1.3.3. Valores o Principios Rectores

BELLISFORGE orienta sus actividades bajo principios que promueven la excelencia, la integridad, la responsabilidad, el respeto, la adaptabilidad, la innovación y el desarrollo del talento humano. Estos principios constituyen la guía para la toma de decisiones y reflejan el compromiso de la empresa con los usuarios.

Excelencia. - Brindamos la mejor calidad de aprendizaje, orientado a la innovación y la mejora continua.

Integridad. - Con base en principios y valores éticos, morales y profesionales, actuando de manera correcta, justa y honesta.

Responsabilidad. - Con el compromiso de cumplir todas las obligaciones y responsabilizarnos por la toma de decisiones propias.

Respeto. - Valoramos y respetamos los derechos, la dignidad y las expresiones de las diversidades.

Adaptabilidad. - Brindamos orientación de manera proactiva a las transformaciones tecnológicas, sociales y empresariales, manteniendo la flexibilidad necesaria para innovar y crecer.

Innovación. - Promovemos el uso de herramientas tecnológicas y metodologías innovadoras para ofrecer soluciones de capacitación digital accesibles, dinámicas y adaptadas a las necesidades de los trabajadores y trabajadoras de empresas e instituciones privadas.

1.3.4. Políticas Generales

La dirección general de BELLISFORGE asume el compromiso de fomentar el desarrollo de habilidades y destrezas en el desempeño laboral de sus estudiantes, a través de la

capacitación en temas relevantes del talento humano, con enfoque en el sector privado, con el propósito de:

- Capacitar a empleados privados en diversos ámbitos del quehacer laboral.
- Promover un buen clima laboral, para beneficio de las empresas y sus trabajadores.
- Motivar, en los trabajadores, el compromiso organizacional.
- Ser un referente en la capacitación sobre temas de talento humano, en el sector privado.
- Establecer una fidelización de los usuarios.
- Brindar cursos de alta calidad, con profesionales competentes.

1.3.5. Análisis PEST

Tabla 1. Análisis PEST

Factores Políticos	Factores Económicos
<p>Actualmente, existe una proliferación de microempresas a nivel nacional, debido al creciente desempleo y a la inestabilidad laboral. Por otra parte, las microempresas deben registrarse en organismos de control, tales como la SUPERCÍAS. Además, se debe cumplir con obligaciones tributarias, en instancias como el Servicio de Rentas Internas (SRI) y registrar la patente municipal.</p>	<p>La oferta de cursos de capacitación para empleados de empresas privadas en Quito, es viable, debido a la necesidad que tienen las empresas, de cumplir con requisitos existentes en los organismos de control, entre los cuales, se toma en cuenta la capacitación en temas relacionados con el desarrollo del talento humano.</p> <p>En cuanto a la capacidad adquisitiva, los empleados no siempre cuentan con el dinero para pagar una capacitación. Por lo tanto, la oferta se dirigiría a las empresas. Sin embargo, también se abre la oferta individual, puesto que existen trabajadores que deben registrar capacitaciones para aplicar o mantenerse en un puesto de trabajo. Asimismo, se dirige a profesionales que buscan ascender dentro de su entorno laboral.</p>

Factores Sociales	Factores Tecnológicos
<p>El público objetivo de los cursos de capacitación, son hombres y mujeres, de 18 a 60 años de edad, que están trabajando o postulando en empresas privadas de la zona urbana del cantón Quito. Son personas de diferente formación académica, desde quienes no han finalizado el bachillerato, hasta quienes poseen títulos de tercer y cuarto nivel. Esta población es muy amplia, por lo tanto, existirán cursos con temas muy generales, pero también se establecerán cursos específicos, según el grupo y la necesidad de la empresa.</p> <p>Por estas razones, el lenguaje de los cursos, deberá considerar explicaciones que satisfagan a todo tipo de usuario.</p>	<p>Los cursos están diseñados para personas que cuenten con dispositivos digitales, tales como: computadoras, tabletas y celulares inteligentes, con la capacidad de instalar una aplicación que les permita asistir a las clases, en las modalidades establecidas.</p> <p>El acceso a los cursos, requiere, obligatoriamente, el acceso a internet, puesto que todo se realiza en línea.</p> <p>La microempresa depende de los recursos tecnológicos con los que cuentan las socias y estos son: dos computadoras con capacidad para el <i>software</i> requerido, dos celulares y acceso a internet.</p>

Fuente: Elaboración propia.

1.3.6. Análisis de las 5 Fuerzas de Porter

Tabla 2. Análisis de las 5 Fuerzas de Porter

5 FUERZAS DE PORTER	
Amenaza de nuevos competidores entrantes	Existen muchas empresas de las mismas características, que ya están posicionadas en el mercado y que cuentan con los recursos económicos y las alianzas estratégicas para competir en la oferta de cursos.
Poder de negociación de los proveedores	Los proveedores, en este caso, son los docentes capacitadores, los especialistas en <i>software</i> , la persona encargada de <i>marketing</i> ; la persona de secretaría. La dificultad que puede existir, sería la imposibilidad de que la microempresa ofrezca sueldos fijos y estabilidad laboral, por lo cual, sería poco atractivo para las personas, trabajar por productos específicos.
Poder de negociación de los clientes	Existen muchas empresas que imparten cursos en línea, esto permite que las empresas evalúen a sus proveedores antes de contratar el servicio. En este sentido, los clientes esperarán promociones, descuentos, facilidades de pago, horarios flexibles, atención permanente y personalizada. En ciertos casos, estos requerimientos implicarían el incremento de gastos.

Amenazas de nuevos productos sustitutos	<p>Las empresas podrían comprar material previamente elaborado, para replicarlos en su personal y no acceder a los cursos que se ofertan.</p> <p>También, existe proliferación de los denominados <i>Couching</i>, que desarrollan conferencias a manera de espectáculo, que a menudo son vacíos de contenido, pero que los dueños de empresas consideran más llamativos.</p>
Rivales entre los competidores	<p>La competencia puede generar material con uso de Inteligencia Artificial y abaratar costos para los usuarios, aunque la calidad de sus cursos no sea la mejor.</p> <p>También se encuentra deslealtad entre competidores, que hacen publicidad maliciosa.</p>

Fuente: Elaboración propia

1.3.7. Análisis FODA

Tabla 3. Análisis FODA

ANÁLISIS FODA	
Fortalezas	Oportunidades
<ol style="list-style-type: none"> 1. Las socias cuentan con conocimiento en talento humano actualizado. 2. Las socias conocen qué pueden necesitar las empresas, debido a que poseen una amplia experiencia laboral y pueden comprender cómo piensan y se comportan los trabajadores promedio. 3. Se cuenta con alianzas de docentes con amplia experiencia y conocimientos para el desarrollo de los cursos. 4. Modalidades con adaptación al usuario, para que aprenda a su propio ritmo. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Las empresas necesitan cumplir con indicadores de evaluación que solicitan los diferentes organismos de control, con la aplicación de normativas. 2. Las organizaciones deben contar con evidencia de sus procesos de desempeño a través de evaluaciones interna y externas. 3. Las instituciones siempre requieren contratar capacitaciones que, a su vez, ofrezcan resultados reales. 4. A nivel individual, las personas que postulan a trabajos, así como quienes están ejerciendo en cualquier ámbito profesional, requieren capacitarse constantemente para contar con un curriculum que acredite una formación continua y actualizada.

Debilidades	Amenazas
<ol style="list-style-type: none"> 1. BELLISFORGE es una empresa naciente, por ello, no se conoce los alcances y limitaciones que podría tener. 2. Las socias no cuentan con los recursos económicos, para generar una empresa con contratación inmediata y estable de personal, por lo que, la mayor parte del trabajo lo desarrollan ellas mismas, lo que representa sobrecarga de actividades y poca ganancia. 3. Las contrataciones al personal, deben ser por servicios prestados, para minimizar los costos. 4. Presupuesto limitado, para darse a conocer en el mercado. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Existen muchas ofertas de empresas o instituciones que cuentan con reconocimiento a nivel nacional e internacional. 2. Existe patrocinio para las instituciones que cuentan con alianzas estratégicas establecidas con anterioridad, que limitan el emprendimiento de nuevos actores sociales. 3. Las socias no cuentan con los recursos económicos para competir en procesos de contratación, especialmente a nivel de plataformas del Estado, en los cuales, los requerimientos solicitados limitan y excluyen a los emprendimientos. 4. Otras competidores ofertando capacitaciones gratuitas o de menor costo.

Fuente: Elaboración propia

1.3.8. Estrategias de Desarrollo

Como estrategias de desarrollo, se establece la implementación de acciones enfocadas en la inserción en el mercado, posicionamiento de marca, calidad en el servicio y diversificación en la oferta.

Inserción en el mercado. - El primer paso para insertar a la microempresa BELLISFORGE en el mercado local, es el diseño de la plataforma digital, con toda la información sobre la organización y, especialmente, en forma detallada, de los cursos que oferta, con las diferentes opciones de horarios, formas de pago, contenidos y demás datos que atraigan al cliente.

Posicionamiento de marca. - Para ello, se requiere un plan de *marketing*, que incluya una campaña de difusión masiva en redes sociales, visitas directas a empresas y establecimiento de alianzas estratégicas.

Calidad de servicio. - Para la oferta de los cursos, es necesario desarrollar una planificación académica, sobre los contenidos de cada curso, las modalidades para la participación de los estudiantes, las formas de pago, los parámetros de evaluación y las alianzas estratégicas con institutos u otros centros de formación ya posicionados, para la emisión de certificados los estudiantes.

Diversificación de la oferta. - Se establecerán las modalidades de los cursos, los horarios, las formas de inscripción y aprobación, las formas de acceso a la plataforma y su uso, para facilitar el manejo a los usuarios.

1.3.9. Objetivos Estratégicos

BELLISFORGE brinda cursos orientados al desarrollo del talento humano y se plantea como meta a largo plazo, ser reconocida a nivel nacional en el sector privado, alcanzando la excelencia en nuestros servicios.

Por ello se considera:

Capacitar a empleados privados en diversos ámbitos del quehacer laboral, con la finalidad de desarrollar y ampliar habilidades, conocimientos y alcanzar los objetivos organizacionales de su lugar de trabajo.

Promover un buen clima laboral, para beneficio de las empresas y sus trabajadores, fomentando relaciones internas positivas y saludables.

Motivar en los trabajadores, el compromiso organizacional, como modelo estratégico, compartiendo los valores institucionales, la cultura y el desarrollo sostenible de la empresa.

Ser un referente en la capacitación sobre temas de talento humano, en el sector privado. A mediano plazo, posicionarse a nivel de empresas privadas y, a largo plazo, a las públicas, hasta lograr expandirse a nivel nacional.

Brindar cursos de alta calidad, con profesionales competentes. Para ello, se contratará a docentes que dominen los temas a desarrollarse y que tengan la habilidad para llegar a la diversidad existente entre los usuarios.

Establecer una fidelización de los usuarios, sobre la base de relaciones duraderas, sustentadas en la confianza y los valores establecidos en su visión y misión.

1.3.10. Alianzas o Articulaciones Clave

Para la puesta en marcha, del plan piloto de los cursos de la microempresa, se contará con el apoyo familiar de docentes en ejercicio y jubilados, en distintos campos de las ciencias, tanto para la planificación académica, como para la impartición de las clases sincrónicas y asincrónicas. Se trata de profesionales en las ciencias de la educación, las ciencias sociales y ciencias exactas, con amplia experiencia en el desarrollo de instrumentos pedagógicos, con aplicación de modelos educativos, tales como el constructivismo, el aprendizaje significativo y la pedagogía de la liberación.

Para el diseño y desarrollo de la plataforma digital, se cuenta con el apoyo de familiares, profesionales en informática y afines, que pueden asesorar en cada uno de los procesos.

En las etapas de creación, posicionamiento de marca, apertura y ampliación del mercado, también existe apoyo familiar con conocimientos en diseño gráfico y *marketing*, con habilidades en el diseño de productos publicitarios, manejo de redes y estrategias de mercado, en general.

Además, para el funcionamiento de la empresa a corto, mediano y largo plazo, se buscarán convenios con instituciones educativas, para el desarrollo de prácticas pre profesionales o tesis en las áreas de *software*, contabilidad, *marketing*, diseño gráfico, administración de empresas, finanzas, psicología, talento humano, entre otros.

Además, como se dijo en un acápite anterior, se cuenta con la tecnología y el *software* adecuado para el desarrollo de la plataforma digital, en los dispositivos de las socias.

CAPÍTULO II: Análisis del Entorno

2.1. Análisis de la demanda o necesidad

La propuesta de los cursos sobre temas relacionados con el talento humano, responde a la necesidad existente en las empresas, especialmente por el cumplimiento de normativas y evaluaciones que realizan los organismos de control, con el fin de contar con evidencias en los indicadores que se califican.

Por otra parte, también lo requieren las personas que postulan a trabajos y las personas que ya están empleadas, pero necesitan acreditar capacitación, para continuar en sus cargos u obtener ascensos.

A pesar de la necesidad de estas capacitaciones, la urgencia en el desempeño de las labores diarias, impide establecer horarios concretos, debido a que, en muchos casos, implicaría parar procesos de producción o atención al público, generando molestias en usuarios y clientes, y posibles pérdidas económicas. Por ello, la oferta de los cursos, considera la flexibilidad en horarios, la existencia de cursos asincrónicos y la posibilidad de acceso y adaptabilidad de las condiciones de los usuarios.

2.1.1. Perfil de los Beneficiarios o Usuarios Potenciales

El perfil de beneficiarios o usuarios, a los cuales se les ofertará estos cursos son hombres y mujeres, que trabajan en distintas áreas, independientemente de su nivel experiencia u oficio.

En cuanto al nivel de formación académica, los posibles usuarios son diversos, desde bachilleres hasta profesionales de distintas áreas, tanto de tecnologías, como de licenciaturas e ingenierías, así como personas con maestrías o doctorados, que requieren este tipo de capacitaciones, para ampliar sus conocimientos en temas puntuales, o también, actualizar sus hojas de vida, con capacitaciones recientes.

En lo relacionado con el ámbito de desempeño laboral, los cursos se dirigen a quienes están en área de producción, debido a que, necesitan cursos de manejo de estrés, liderazgo y gestión de equipos; priorizando el desarrollo de habilidades y promoviendo el bienestar de los trabajadores.

Por otra parte, también se ofertará a personal que trabaje en cargos como: atención al cliente, administración, servicios en general, brindando capacitaciones de servicio y atención al cliente, comunicación efectiva y relaciones humanas, con el objetivo de fomentar buenas prácticas a sus competencias y crecimiento profesional.

Por otro lado, puede ser beneficioso para emprendedores, supervisores y líderes de grupos de trabajo, que deben enfocarse en el desarrollo de gestión de personas, inteligencia emocional, inteligencia artificial aplicada al trabajo, liderazgo y ambiente laboral.

La plataforma debe dirigirse a personas, trabajadores y empresas que estén interesadas en acceder a capacitaciones flexibles, accesibles y de calidad, con práctica y conocimientos en diversos entornos laborales.

2.1.2. Tipo de Mercado o Contexto

La microempresa BELLISFORGE, se enfoca en el mercado de la capacitación digital, específicamente al segmento de las empresas privadas del Distrito Metropolitano de Quito. También, está orientada a personas que requieren adquirir o impulsar las competencias técnicas y blandas, mediante procesos de capacitación continua, accesibles y adaptados a las necesidades actuales del entorno empresarial.

Las empresas, a las cuales se ofertarán los servicios son: comerciales, de servicios, emprendimientos nacientes o formalmente constituidas, entre otras; debido a que, en toda organización existe la necesidad de capacitación y la mayoría dispone de recursos destinados al desarrollo de sus colaboradores.

Las empresas comerciales no crean ni producen productos, sino que compran bienes para posteriormente venderlos, es decir, son distribuidores que generan valor y satisfacen las necesidades del mercado. (Magaña, et. al 2021)

Por lo tanto, BELLISFORGE ofertará sus servicios en gestión de clientes, estrategias de ventas y comunicación efectiva, para optimizar la eficiencia operativa. Las empresas de servicios son organizaciones que ofrecen, elaboran y venden servicios a sus clientes. Por tanto, se diferencian del resto porque producen algo que no es tangible. (Lopez, 2024)

De esta manera, BELLISFORGE, puede capacitar a personal que realice consultorías y preste servicios profesionales, en temas relacionados con atención al cliente, liderazgo,

trabajo en equipo, inteligencia emocional, inclusión y diversidad. En este caso, se hace énfasis en todo lo necesario para potenciar el trato inclusivo con criterios de interculturalidad, puesto que son personas que tienen una relación directa con sus clientes y usuarios.

Administrador, et. al (2024) otro mercado es el de los emprendimientos, que son negocios a partir de una idea ya generada o una idea innovadora puesta en marcha. BELLISFORGE busca brindar programas de capacitación, con enfoque en las necesidades puntuales de negocios pequeños, como la inteligencia artificial aplicada al trabajo, entrenamiento en servicios, productos y soluciones de la empresa.

2.1.3. Segmentos y Grupos Objetivo

BELLISFORGE está dirigida al mercado de la capacitación empresarial, enfocándose en profesionales, colaboradores y propietarios de empresas privadas ubicadas en las parroquias urbanas del Distrito Metropolitano de Quito. Este segmento se caracteriza por requerir procesos de formación continua que fortalezcan sus competencias laborales, habilidades blandas y conocimientos técnicos, contribuyendo al incremento de la productividad y competitividad organizacional.

El grupo objetivo está conformado por trabajadores de empresas privadas, con o sin relación de dependencia, que desempeñan cualquier tipo de función, sea administrativa, operativas, comerciales o de supervisión. Asimismo, se incluyen propietarios, administradores y emprendedores que gestionan microempresas y buscan fortalecer las competencias de su talento humano, mediante procesos de capacitación en modalidad virtual.

El estudio se dirige a hombres y mujeres comprendidos entre 18 y 60 años de edad, rango que corresponde a la población que se encuentra en la edad adecuada para trabajar y que representa la mayor participación en el mercado laboral ecuatoriano. Este grupo posee mayor probabilidad de requerir actualización de conocimientos y desarrollo de competencias profesionales para responder a las exigencias del entorno empresarial.

En esta investigación se tomó en cuenta a las parroquias urbanas del Distrito Metropolitano de Quito, debido a que en estas zonas se concentra la mayor cantidad de empresas, microempresas, emprendimientos y una diversidad de actividades económicas, así como el acceso a infraestructura tecnológica, necesaria para el uso de plataformas de capacitación en línea. En consecuencia, no se consideran las parroquias rurales, que presentan

características económicas, sociales y de conectividad diferentes al mercado objetivo definido por BELLISFORGE.

La investigación excluye a estudiantes que están realizando pasantías o prácticas pre profesional y a servidores públicos, debido a que, en estos ámbitos, las propias instituciones realizan este tipo de capacitaciones, muy a menudo, con su propio personal. También se excluye a profesionales que laboran en los sectores de salud y educación privadas, debido a que cuentan con programas de formación y normativas de capacitación específicas que responden a necesidades relacionadas con reglamentaciones especificadas por organismos de control.

2.1.4. Comportamientos, Hábitos o Patrones Relevantes

Las empresas, actualmente, deben cumplir una serie de normativas impuestas por los diferentes organismos de control, por lo que, las capacitaciones, constituyen uno de los requisitos para el cumplimiento de indicadores para pasar por evaluaciones y auditorías, en forma permanente.

Por otra parte, en términos generales, en Quito se observa una deficiencia en el trato al usuario o al cliente, mostrando poca empatía, principalmente en relación con las diversidades de edad, de género o étnicas. También, se observa poco interés en las necesidades del cliente o en el propio desarrollo laboral de los trabajadores. Por ejemplo, el estudio de Albuja (2025) menciona la deficiencia en la atención a clientes internos y externos y fallos en las relaciones entre las áreas de trabajo o entre empleados. Asimismo, Sánchez (2023) habla de la falta de variedad de opciones que se presenten al cliente, o la falta de iniciativa de los empleados para buscar soluciones a los pedidos de los clientes.

Los hábitos de cada usuario también pueden influir en su desempeño en su trabajo puesto que, esto les ayudaría a que fortalezcan más sus conocimientos, al tener mucho más práctica en la manera de comunicarse, escuchar, trabajar en equipo y tener un buen servicio de calidad. También es importante que sepan fomentar la empatía como un hábito y el respeto para todos sin importar su lugar de procedencia.

En la actualidad las empresas requieren actualizarse constantemente para mejorar la productividad, adaptarse a los nuevos cambios tecnológicos y cumplir con las normativas vigentes.

Los usuarios buscan capacitaciones accesibles y adaptables, que fortalezcan su desarrollo y competencias en sus habilidades como, liderazgo, comunicación efectiva, servicio al cliente, entre otras, con enfoque en el talento humano.

Por ello, las capacitaciones que ofrece BELLISFORGE, se relacionan con el fomento de las relaciones humanas en todo el campo amplio que corresponde. De esta manera, no solo se espera potenciar en los trabajadores, un trato cordial hacia el cliente, por el dinero que puede ingresar a la empresa, sino que, se quiere fortalecer el bienestar de las personas, en toda la cadena de producción en su conjunto.

Esto quiere decir que, se debe fortalecer, en primer lugar, la inteligencia emocional, de manera que el trabajador se sienta bien en su espacio laboral y que sea un lugar de realización profesional o personal.

A continuación, es importante reconocer que, las relaciones con sus compañeros o con la clientela, pasan por la conciencia del valor de las demás personas. Esta conciencia no es casual ni es inmediata, sino que requiere de una formación académica que permita comprender las diversidades y diferencias existentes en la sociedad, como el caso de las personas en situación de vulnerabilidad, personas con orientaciones e identidades de género no heteronormadas, personas con discapacidad, adultos mayores y personas de los diversos grupos étnicos.

2.1.5. Instrumentos de Recolección de Información Primaria

2.1.5.1. Encuestas

Se aplicaron 100 encuestas de 10 preguntas estructuradas, dirigidas a personas que laboran en el ámbito privado, en la zona urbana del cantón Quito. El cuestionario se aplicó mediante la plataforma *Google Forms*, a hombres y mujeres de edad comprendida entre 20 y 59 años de edad. El propósito fue analizar las necesidades de capacitación en los temas de talento humano, en la etapa de diagnóstico del proyecto.

Su objetivo es recolectar datos para diseñar una plataforma digital y brindar servicios enfocados al talento humano.

La participación es voluntaria y anónima; los datos serán utilizados exclusivamente con fines académicos.

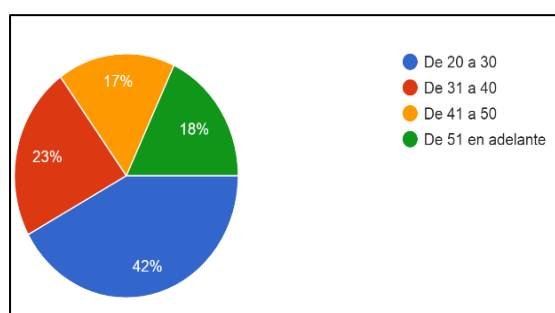
Pregunta 1: Seleccione su rango de edad

Tabla 4. Pregunta 1 de la Encuesta

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
De 20 a 30	42	42%
De 31 a 40	23	23%
De 41 a 50	17	17%
De 51 en adelante	18	18%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 2. Pregunta 1 de la Encuesta



Fuente: Elaboración propia

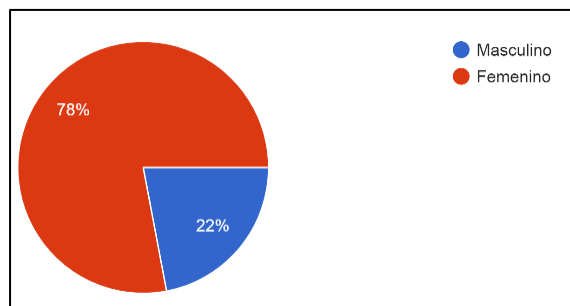
Pregunta 2: Sexo

Tabla 5. Pregunta 2 de la Encuesta

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	22	22%
Femenino	78	78%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 3. Pregunta 2 de la Encuesta



Fuente: Elaboración propia

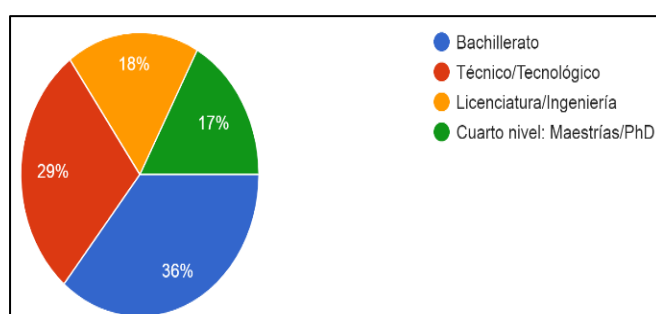
Pregunta 3: Instrucción

Tabla 6. Pregunta 3 de la Encuesta

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Bachillerato	36	36%
Técnico/Tecnológico	29	29%
Licenciatura/Ingeniería	18	18%
Cuarto nivel: Maestrías/PhD	17	17%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 4. Pregunta 3 de la Encuesta



Fuente: Elaboración propia

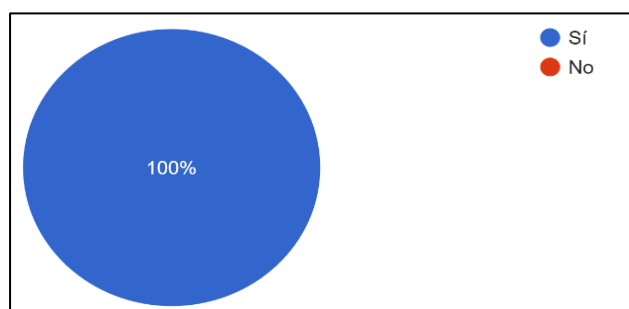
Pregunta 4: ¿Dispone de servicio de internet?

Tabla 7. Pregunta 4 de la Encuesta

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	100	100%
No	0	0%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 5. Pregunta 4 de la Encuesta



Fuente: Elaboración propia

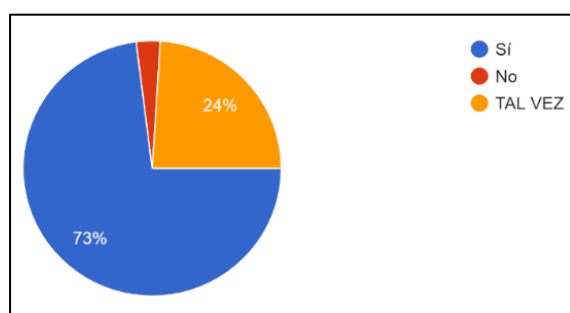
Pregunta 5: ¿Le interesa seguir cursos de capacitación digital para mejorar habilidades blandas y duras?

Tabla 8. Pregunta 5 de la Encuesta

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	73	73%
No	3	3%
Tal vez	24	24%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 6. Pregunta 5 de la Encuesta



Fuente: Elaboración propia

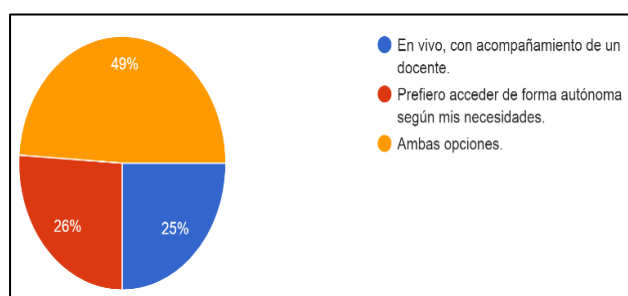
Pregunta 6: ¿Qué modalidad prefiere para seguir las clases virtuales?

Tabla 9. Pregunta 6 de la Encuesta

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
En vivo, con acompañamiento de un docente.	25	25%
Prefiero acceder de forma autónoma según mis necesidades.	26	26%
Ambas opciones.	49	49%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 7. Pregunta 6 de la Encuesta



Fuente: Elaboración propia

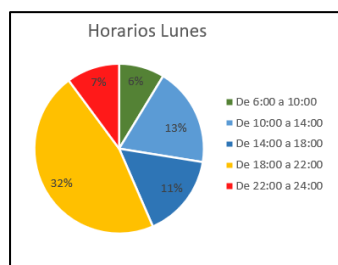
Pregunta 7: ¿En qué días y en que horarios le gustaría recibir clases virtuales?

Tabla 10. Pregunta 7 de la Encuesta, lunes

Días	Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Lunes	De 6:00 a 10:00	6	6%
	De 10:00 a 14:00	13	13%
	De 14:00 a 18:00	11	11%
	De 18:00 a 22:00	32	32%
	De 22:00 a 24:00	7	7%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 8. Pregunta 7 de la Encuesta, lunes



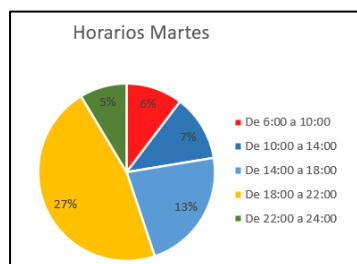
Fuente: Elaboración propia

Tabla 11. Pregunta 7 de la Encuesta, martes

Días	Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Martes	De 6:00 a 10:00	6	6%
	De 10:00 a 14:00	7	7%
	De 14:00 a 18:00	13	13%
	De 18:00 a 22:00	27	27%
	De 22:00 a 24:00	5	5%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 9. Pregunta 7 de la Encuesta, martes



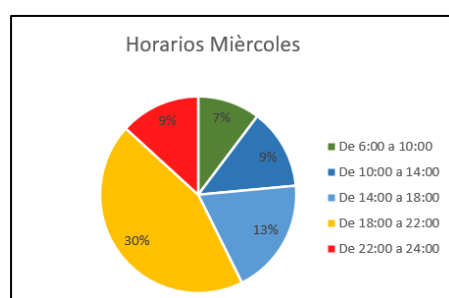
Fuente: Elaboración propia

Tabla 12. Pregunta 7 de la Encuesta, miércoles

Días	Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Miércoles	De 6:00 a 10:00	7	7%
	De 10:00 a 14:00	9	9%
	De 14:00 a 18:00	13	13%
	De 18:00 a 22:00	30	30%
	De 22:00 a 24:00	9	9%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 10. Pregunta 7 de la Encuesta, miércoles



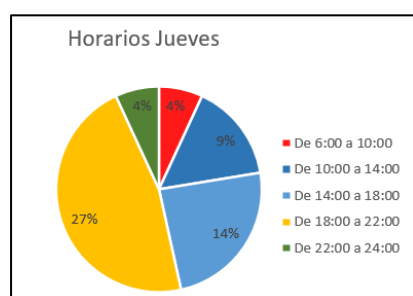
Fuente: Elaboración propia

Tabla 13. Pregunta 7 de la Encuesta, jueves

Días	Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Jueves	De 6:00 a 10:00	4	4%
	De 10:00 a 14:00	9	9%
	De 14:00 a 18:00	14	14%
	De 18:00 a 22:00	27	27%
	De 22:00 a 24:00	4	4%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 11. Pregunta 7 de la Encuesta, jueves



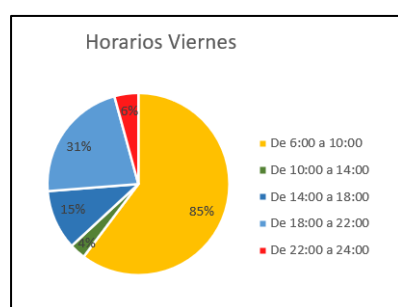
Fuente: Elaboración propia

Tabla 14. Pregunta 7 de la Encuesta, viernes

Días	Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Viernes	De 6:00 a 10:00	8	8%
	De 10:00 a 14:00	4	4%
	De 14:00 a 18:00	15	15%
	De 18:00 a 22:00	31	31%
	De 22:00 a 24:00	6	6%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 12. Pregunta 7 de la Encuesta, viernes



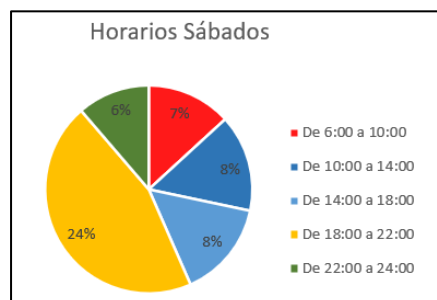
Fuente: Elaboración propia

Tabla 15. Pregunta 7 de la Encuesta, sábado

Días	Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sábado	De 6:00 a 10:00	7	7%
	De 10:00 a 14:00	8	8%
	De 14:00 a 18:00	8	8%
	De 18:00 a 22:00	24	24%
	De 22:00 a 24:00	6	6%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 13. Pregunta 7 de la Encuesta, sábado



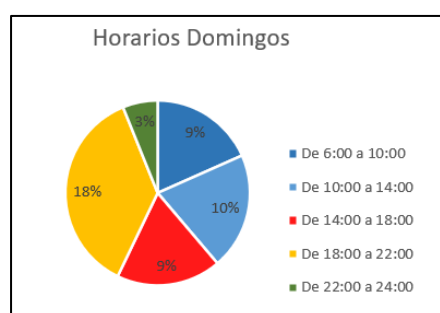
Fuente: Elaboración propia

Tabla 16. Pregunta 7 de la Encuesta, domingo

Días	Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Domingo	De 6:00 a 10:00	9	9%
	De 10:00 a 14:00	10	10%
	De 14:00 a 18:00	9	9%
	De 18:00 a 22:00	18	18%
	De 22:00 a 24:00	3	3%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 14. Pregunta 7 de la Encuesta, domingo



Fuente: Elaboración propia

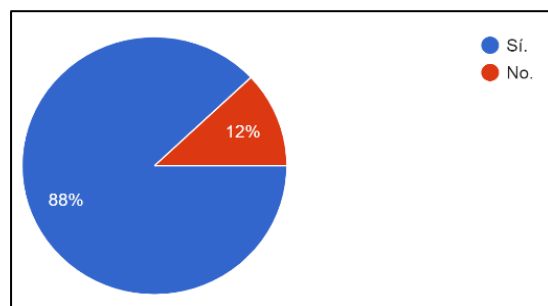
Pregunta 8: ¿Le gustaría tener foros o espacios de interacción?

Tabla 17. Pregunta 8 de la Encuesta

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	88	88%
No	12	12%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 15. Pregunta 8 de la Encuesta



Fuente: Elaboración propia

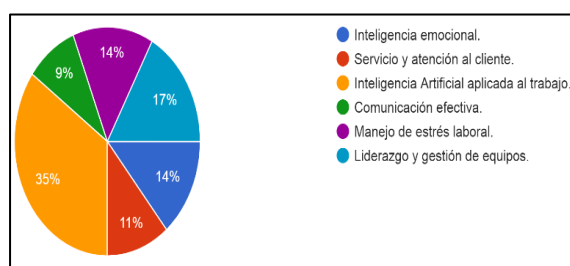
Pregunta 9: ¿Sobre qué temas le gustaría tener clases virtuales?

Tabla 18. Pregunta 9 de la Encuesta

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Inteligencia emocional.	14	14%
Servicio y atención al cliente.	11	11%
Inteligencia Artificial aplicada al trabajo	35	35%
Comunicación efectiva.	9	9%
Manejo de estrés laboral.	14	14%
Liderazgo y gestión de equipos.	17	17%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 16. Pregunta 9 de la Encuesta



Fuente: Elaboración propia

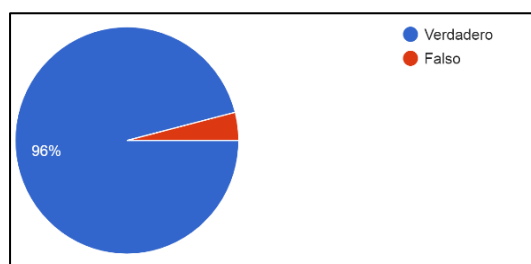
Pregunta 10: ¿Este tipo de capacitaciones son necesarias para su desarrollo profesional?

Tabla 19. Pregunta 10 de la Encuesta

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Verdadero	96	96%
Falso	4	4%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 17. Pregunta 10 de la Encuesta



Fuente: Elaboración propia

2.1.5.2. Entrevistas (cualitativo)

Se realizaron entrevistas, también en la etapa diagnóstica de la investigación, con el propósito de conocer los temas más relevantes para las capacitaciones, así como las didácticas de los cursos y el diseño de la plataforma. Para ello, se estableció la necesidad de contar con informantes de calidad, como son: una persona especialista en talento humano, otra en docencia y otra en informática. De este modo, se desarrolló una guía de entrevista semi estructurada, para cada caso, como se indica a continuación.

Entrevista a la persona especialista en talento humano

Tabla 20. Entrevista al profesional en talento humano

Perfil: El profesional entrevistado, es Supervisor de Operaciones de la Empresa <i>Papa John's</i> y tiene a su cargo 24 impulsores/vendedores.	
Pregunta	Respuesta
1. ¿Cuáles son los principales problemas que usted encuentra en la ejecución de las labores diarias en los empleados a su cargo?	Principalmente, se encuentra problemas como falta de atención al cliente y de conocimiento en la operatividad, es decir en las acciones a cumplir en el trabajo diario.
2. ¿Cuáles serían las actitudes esperadas por usted, por parte de los empleados en las labores diarias?	Principalmente, como supervisor espero que se cumplan todas las normas, según el código interno, como, por ejemplo: utilizar el uniforme correctamente, cumplir con los puntos a evaluar por parte del cliente misterioso, conocer el producto que vendemos, y siempre brindar una buena experiencia al cliente. El cliente misterioso es una persona contratada por la empresa y que se acerca a cada uno de los puntos de venta, comportándose como un cliente cualquiera; de este modo, se evalúan las actitudes, comportamientos y conocimiento del empleado sobre el producto que ofrece, el manejo del producto, la atención al cliente y el cumplimiento de los protocolos, especialmente en el ámbito de la higiene, porque se trata de una empresa de alimentos preparados.
3. ¿Qué comportamientos o actitudes de los empleados, representan un riesgo para la fidelización del cliente?	Dentro de los comportamientos que pone en riesgo a la fidelización de nuestros clientes, estarían situaciones como no disponer del producto que se ofrece en la publicidad, tener un producto de mala calidad o dar un mal servicio en general.
4. ¿Cuáles son las estrategias que la empresa implementa para garantizar la buena atención al cliente?	Como empresa se maneja mediante evaluaciones mensuales, de forma anónima, mediante un cliente misterioso quien recorre los

	puntos de venta y califica ciertos puntos, desde el servicio hasta la calidad del producto.
5. ¿Qué tipo de capacitaciones son necesarias en la empresa en este momento?	Actualmente, creería que es muy importante capacitaciones referentes a atención al cliente, estrategias de venta, gestión de las emociones, empatía, relaciones humanas. Pero, además, es importante que conozcan sobre las normativas nacionales en torno al manejo de alimentos y sobre derechos y restricciones a nivel laboral. En este sentido, han cambiado mucho las exigencias hacia los trabajadores y muchas personas no conocen estos cambios.

Fuente: Elaboración propia

Entrevista a la persona especialista en docencia

Tabla 21. Entrevista a la persona especialista en docencia

Perfil: La profesional entrevistada es docente, licenciada en ciencias de la educación, con experiencia en educación general básica y en educación virtual en escuelas de conducción.	
Pregunta	Respuesta
1. ¿Cuáles serían los recursos didácticos más eficaces para una capacitación virtual, con clases sincrónicas?	<p>Principalmente, el uso de material didáctico, como videos, mapas conceptuales, textos. Considero que, en cuanto a estrategias metodológicas, yo tomaría como recurso el ERCA, que es la sigla de Experiencia, Reflexión, Conceptualización y Aplicación. Eso significa que, al realizar la clase, se genera una vivencia con los estudiantes, luego se analiza esta experiencia, para, a continuación, teorizar con los contenidos propios de esa clase; y, finalmente, se establece la tarea, para consolidar ese aprendizaje.</p> <p>Por ejemplo, en mis clases virtuales con estudiantes de conducción, he mostrado videos de accidentes de tránsito, donde se muestra que las personas no usan el cinturón de seguridad y los estudiantes hablan de cuando le ha ocurrido algún percance al respecto. Luego, se determina las diferentes situaciones presentadas por la falta de uso del cinturón de seguridad y un análisis de las consecuencias, tomando como contenido teórico, las normas de tránsito. Se finaliza con la exposición de recomendaciones de los estudiantes.</p>
2. ¿Cuáles componentes se deberían usar en una plataforma virtual para capacitaciones sobre talento humano, dirigidas a personas que trabajan y tienen poco tiempo disponible?	Yo recomendaría utilizar cuestionarios cortos para las evaluaciones. También, el uso de lecturas rápidas y orientadas hacia labores específicas o segmentadas, para ganar tiempo.

<p>3. ¿Cuáles serían los recursos didácticos más eficaces para una capacitación virtual, con clases totalmente asincrónicas?</p>	<p>Hacer videos explicativos sobre cuáles son los comportamientos incorrectos y cuáles deben ser los comportamientos correctos. Que el lenguaje sea sencillo, pero académico.</p> <p>Enviar trabajos que fomenten la autonomía en el trabajo y el aprendizaje activo. Realizar videos tutoriales cortos, elaborar módulos interactivos para que el estudiante lo resuelva de forma inmediata. Elaboración de foros con las indicaciones necesarias para que lo resuelvan. Se lo puede hacer, por ejemplo, en la plataforma <i>Moodle</i>. Elaborar mapas mentales colaborativos, en donde el estudiante puede agregar ideas, imágenes o cualquier texto. Diseñar exámenes cortos para que haya retroalimentación inmediata.</p>
<p>4. ¿Qué consideraciones se deben tomar en cuenta para realizar los reactivos para las evaluaciones de opción múltiple?</p>	<p>Que las preguntas sean concretas y sin ambigüedades. Que la longitud de las respuestas, sean del mismo tamaño, o por pares, por ejemplo, dos largas y dos cortas; que tengan la misma estructura gramatical y que concuerden las respuestas con las preguntas. Que no existan respuestas absurdas y predecibles. Evitar respuestas como: todas las anteriores, ninguna.</p> <p>Hay que tomar en cuenta que el enunciado, es decir, el planteamiento de la pregunta, tenga claridad y concisión, evitar rodeos y utilizar un lenguaje directo y comprensible para el nivel de los evaluados.</p> <p>Además, tomar en cuenta la independencia de las opciones, es decir, que el estudiante debe entender qué se le cuestiona antes de leer las opciones. Del mismo modo, evitar ambigüedades y negaciones dobles, por ejemplo, frases como: "no es cierto que no..." confunden al evaluado innecesariamente. La información debe ser la estrictamente necesaria y omitir detalles de relleno que no contribuyan a la resolución del problema.</p> <p>También, debe asegurarse de que una sola opción sea la respuesta correcta, que no exista posibilidad de otra muy similar. Finalmente, hay que considerar que las preguntas siempre vayan alineadas con los contenidos estrictos de los temas tratados, pero que no sean de memoria.</p>
<p>5. ¿Cuáles serían otras formas de evaluación, que permitan medir el aprendizaje de manera cualitativa, donde se exponga el compromiso de la persona para potenciar su mejora continua?</p>	<p>Que hagan un video sobre los cambios que propone la persona sobre sí misma, en torno a los contenidos del curso. Podría también, ser un video entre dos o más personas. Para evaluar el aprendizaje cualitativo, se puede pedir al estudiante que escriba, al final de la clase, un aprendizaje del contenido y un aprendizaje para su vida. De igual manera, que comenten, en audios, sus procesos de aprendizaje, cómo logran llegar al conocimiento y también, la forma de aplicar los contenidos de la materia, en forma práctica, en su vida profesional y personal.</p>

Entrevista a la persona especialista en informática

Tabla 22. Entrevista a la persona especialista en informática

<p>Perfil: El profesional entrevistado es licenciado en ciencias de la educación en el área de la informática, con dominio en el diseño en <i>software</i>.</p>	
Pregunta	Respuesta
1. ¿Qué capacidades de hardware y recursos de memoria RAM se requieren en el servidor para soportar la infraestructura de la plataforma virtual y la carga concurrente de estudiantes y docentes en los cursos?	Para una plataforma de cursos, el servidor no depende solo de la RAM, sino de la concurrencia. Un servidor base, requiere al menos 16 GB de RAM para manejar el sistema operativo y el <i>software</i> de gestión (LMS). Sin embargo, para escalar con cientos de usuarios simultáneos, se recomienda un esquema de microservicios o contenedores (Docker) con un mínimo de 32 GB a 64 GB de RAM, preferiblemente con discos M.2 para reducir la latencia de acceso a los contenidos.
2. ¿Cuál sería el <i>software</i> más adecuado para el diseño de la plataforma virtual para los cursos de capacitación?	<i>Moodle</i> es la opción más adecuada y versátil, por su capacidad de personalización y escalabilidad. Si se busca una interfaz más moderna y orientada a una experiencia de usuario (UX) simplificada, Canvas LMS es una alternativa excelente. Ambos permiten una gestión amplia de contenidos, evaluaciones y seguimiento de progreso.
3. ¿Cómo se puede lograr que los estudiantes tengan fácil acceso a la plataforma con dispositivos como un celular?	La mejor estrategia es desarrollar una Aplicación Web Progresiva. Esto permite que la plataforma se instale directamente en el celular desde el navegador, ocupando muy poco espacio y ofreciendo una navegación fluida.
4. ¿Cuáles serían las recomendaciones para el mantenimiento de la plataforma?	Es recomendable la creación de entornos de prueba (copias de seguridad de la plataforma). Nunca se debe actualizar o modificar el sistema en vivo; primero se prueba todo en la copia y, si no hay errores, se aplican los cambios al sistema principal en horarios de madrugada para no interrumpir las clases.
5. ¿Qué recomendaría para contar con seguridad información, de manera que no se vulneren los datos de la empresa y de los usuarios?	Implementar certificados SSL/TLS para cifrar toda la comunicación, de igual manera, es necesario encriptar la base de datos y restringir el acceso administrativo únicamente a direcciones IP específicas y autorizadas de la empresa.

Fuente: Elaboración propia

2.1.5.3. Focus Group (cualitativo)

El grupo focal, en esta investigación, se llevó a cabo en la etapa de validación del producto creado, que, en este caso, es la plataforma digital, con el objetivo de medir su usabilidad y conocer lo que los expertos opinan sobre los contenidos totales de dicha plataforma.

Para ello, se usó como instrumento de la técnica, el taller de grupo focal, con la participación de un grupo de ocho personas expertas en *software*, docencia y talento humano, además de posibles usuarios. El taller inició con una planificación, con los siguientes contenidos:

- Contacto con profesionales para la participación en el taller.
- Fecha y hora del taller, que se realizó el miércoles 22 de julio a las 20h00 por la plataforma *Meet*.
- Programación de una sesión de *Meet*.
- Convocatoria y confirmación de participaciones.

Luego, para el desarrollo de la sesión, se envió el enlace para que accedan a la plataforma. Se inició la sesión con un saludo e indicaciones de la forma de trabajo a realizarse. Se les pidió que abran el enlace y se familiaricen con la plataforma. A continuación, se les compartió en pantalla, un cuadro en el cual se expuso las preguntas sobre los cuales se desarrolló el conversatorio.

Las investigadoras realizaron la redacción de los comentarios de los participantes, quienes, a su vez, retroalimentaron los contenidos. Se agradeció la colaboración del grupo. La sesión duró 90 minutos. Finalmente, se sistematizó la información, para, posteriormente analizarla para los arreglos correspondientes en la plataforma.

Tabla 23. Grupo focal

Pregunta	Respuesta conclusiva
1. ¿Qué opinión tienen sobre la usabilidad de la plataforma?	Indicaron que el manejo de la plataforma es muy fácil y comprensible, que se entiende cada una de las partes constitutivas de la empresa y de los servicios que presta.

2. ¿El logo de la empresa llama la atención?	Comentaron que, el nombre de la empresa no muestra una relación con el servicio que presta, puesto que da la sensación de que se trata de una empresa de estética. Sin embargo, al observar el logo, el color y el diseño en general de la plataforma, inmediatamente se aprecia el giro del negocio. En este sentido, el trabajo de marketing estaría orientado al posicionamiento de la marca, con este nombre.
3. ¿Qué opinión tienen sobre el diseño gráfico de la plataforma?	En cuanto al diseño gráfico, el grupo consideró que el color, la distribución, el uso de una geometría rectangular.
4. ¿Qué imagen proyecta la plataforma acerca de la empresa?	Supieron mencionar que, la tipografía, generan una sensación de respeto y de sobriedad. Es decir, se proyecta una imagen de una empresa seria, formal y que sabe lo que hace.
5. ¿Se comprende a qué público se dirige esta empresa?	Se indico que el público objetivo al que se dirige es del ámbito privado, quienes participaron en el grupo focal, preguntaron si existen alianzas estratégicas para ofertar los cursos a docentes, con certificaciones con aval que permitan ascensos profesionales. En este sentido, se explicó que, al tratarse de una empresa naciente, no se cuenta con esas alianzas y por ello, se planteó la exclusión del sector de la educación en el presente proyecto.
6. ¿El público podría tener una visión general de la empresa, con los datos que se encuentran en la plataforma?	Con los datos existentes en la plataforma, se comprende con claridad la razón de ser de la empresa y su oferta educativa.
7. ¿Se ven llamativos los nombres de los cursos y de los módulos que contienen?	Manifestaron que los nombres de los cursos son llamativos y que las imágenes que los acompañan también están alineadas con el concepto, aunque indicaron que se requiere uniformidad de color. Además, los docentes del grupo focal, indicaron que ciertos módulos debían cambiar de nombre, puesto que no correspondían a lo que se requiere en la capacitación.
8. ¿El público podría intuir fácilmente los contenidos de cada curso?	Los posibles usuarios de la plataforma, indicaron que los contenidos de los cursos son muy interesantes, puesto que llenarían las necesidades que tienen para su ejercicio laboral y para su salud mental.
9. ¿Cuáles serían los obstáculos para llevar a cabo los cursos?	En cuanto a los obstáculos para llevar a cabo los cursos, el principal problema que manifestaron, fue el costo del uso de las IAs, que podría incrementar, a su vez, el costo del curso para los participantes o los docentes. En este sentido, se analizó que, este curso debería centrarse en un conocimiento más didáctico sobre los alcances y limitaciones de las IAs y los usos gratuitos que existen. También, que se debe hacer hincapié en la ética de su uso, para evitar el plagio en todos los aspectos.
10. ¿Se comprenden las modalidades existentes y los mecanismos de pago?	Indicaron que están muy claros los costos y las formas de pago.

2.1.5.4. Análisis e Interpretación de Resultados

Una vez realizada la encuesta, se encontró que, el mayor porcentaje de rango de edad de las personas encuestadas, es de 20 a 30 años de edad, con el 42%, seguido por el rango de 31 a 40 años, con el 23%. Personas mayores de 40 años, hacen un total del 35%. Si bien, el porcentaje de jóvenes es mayor, también existe un buen número de personas de más edad. Por lo tanto, se puede inferir que el público objetivo al que se dirige este proyecto, sería, como se había establecido antes, personas de 20 a 60 años de edad; teniendo en cuenta que, la didáctica a utilizar en los cursos, debería hacer énfasis en las necesidades principalmente, de la juventud.

En cuanto al sexo, se encontró que un 78% de personas encuestadas, son mujeres. Eso indica que existe mayor participación y compromiso en el personal femenino. Desde luego, no se puede descartar a ninguna persona al ofertar los cursos, pero, al igual que lo dicho anteriormente, también la didáctica de los cursos, deberá tomar en cuenta, una orientación hacia particularidades relacionadas con las mujeres.

En lo relacionado con la formación académica, el 64% tiene título de tercer y cuarto nivel. Esto indica que, el lenguaje de los cursos, deberá considerar términos científicos, a manera de educación universitaria, pero, con aclaraciones comprensibles para quienes tienen bachillerato.

Por otra parte, tal como se había planteado el inicio de la investigación, se señaló que, la microempresa se orientaría hacia público del sector urbano del Distrito Metropolitano de Quito, asumiendo que tiene conexión a Internet. La encuesta indicó que, el 100% de las personas disponen de este servicio. Por lo tanto, no existiría restricción para la oferta de los cursos.

En cuanto a la capacitación en habilidades blandas y duras, hay un marcado interés de hacerlo, con un 73% de predisposición. Este porcentaje es un indicativo altamente motivante para ejecutar este proyecto y abordar esos temas en específico.

Un 49% de encuestados prefiere la modalidad de clases virtuales que combine acompañamiento de un docente y la posibilidad de tomarlas en diferido según sus necesidades; esta modalidad requiere que exista un tutor para orientar las inquietudes expuestas en la caja de comentarios. Por otro lado, el 26% prefiere acceder al curso de forma autónoma, siendo responsable de su proceso educativo.

El mayor peso de aceptación para los horarios del curso, es de 18:00 a 22:00, tanto de lunes a viernes, como, los fines de semana, estos resultados demuestran la necesidad de diseñar programas de capacitación que respondan a la disponibilidad de los usuarios. Esta mayoría en relación del resto de horarios, implica que los cursos deben impartirse en este horario nocturno, debido a que gran parte del público objetivo combina sus actividades académicas con responsabilidades laborales o personales durante el día, por lo que la flexibilidad horaria constituye un factor clave para favorecer la participación y permanencia de los cursos ofertados.

Es determinante que, los participantes a los cursos requerirán de foros y espacios de interacción. Si el 88% se manifiesta en esa dirección, los responsables del curso deben planificar su desarrollo en temas puntuales y de interés del cursante, bajo la tutoría de especialistas.

Existe un mayor interés, hacia la capacitación de inteligencia artificial aplicada al trabajo, puesto que, el 35% de los encuestados optaron por este tema. Estos indicadores infieren que los usuarios priorizan las competencias digitales. Por otro lado, una parte importante de los participantes considera necesario adquirir habilidades de liderazgo y gestión de equipos, para fortalecer el trabajo colaborativo. Asimismo, los temas de inteligencia emocional y manejo del estrés, ambos con un 14%, evidencia necesaria mejorar las relaciones interpersonales y mantener un ambiente laboral saludable.

El 96% de los encuestados están conscientes que este tipo de capacitaciones permiten el desarrollo profesional. Por la tanto, es un indicativo que para este tipo de capacitaciones se lleve a cabo y se ajuste a las exigencias del entorno laboral actual.

En cuanto a la capacidad tecnológica para la creación de la plataforma digital, las computadoras personales de las socias, cumplen con las condiciones mínimas de memoria RAM para generar la aplicación correspondiente. Por otra parte, se solicitó asesoramiento en informática para el diseño de la plataforma.

La información de la plataforma, debe considerar dos aspectos fundamentales: por una parte, todo lo relacionado con la microempresa y, por otra, todo lo relacionado con los cursos que se ofertan. Estos dos ámbitos deben estar diferenciados, para que los usuarios tengan claridad en sus búsquedas.

Una vez identificado el nivel académico que podrían tener los cursantes, el perfil de docentes para las capacitaciones, estaría relacionado con personas con amplia experiencia en educación con adultos, en institutos o universidades, con conocimientos en psicología, sociología, antropología, ciencias sociales y afines. El personal docente, debe manejar los recursos tecnológicos, usar aulas virtuales y programas de ofimática, como Word, Excel y de diseños visuales. Los instrumentos pedagógicos deben considerar un proyecto de educación no formal, con énfasis en modelos educativos como el constructivismo y el aprendizaje significativo, así como la aplicación de la metodología del Ciclo ERCA, es decir, que parte de la Experiencia, pasa por la Reflexión, luego realiza la Conceptualización, para terminar con la Aplicación. Este sería un punto de partida, pero, se debe considerar la libertad de cátedra para los docentes. (Rodríguez, et. al 2024)

De la entrevista de talento humano en relación con la encuesta, las empresas saben que necesitan trabajar sobre atención al cliente, pero los trabajadores en forma individual, quieren otras cosas. Hay que diversificar la oferta, de manera que se entregue un paquete para empresas y otro para personas individuales. Por ejemplo, quien está al frente en una empresa, desea que sus empleados aprendan sobre relaciones humanas, atención al cliente, normativa institucional y nacional; mientras que, a nivel individual, existe una creciente necesidad de aprender sobre inteligencia artificial. Por ello, el plan de mercado debe cubrir los requerimientos, cuando el cliente es corporativo o cuando se trata de personas particulares.

Una vez elaborada la plataforma, los comentarios con el grupo focal, giraron en torno a la usabilidad, la marca, la imagen que proyecta la empresa y la oferta de las capacitaciones. De esta manera, indicaron que el manejo de la plataforma es muy fácil y comprensible, que se entiende cada una de las partes constitutivas de la empresa y de los servicios que presta.

Se encontró que, el nombre de la empresa no muestra una relación con el servicio que presta, puesto que da la sensación de que se trata de una empresa de estética. Sin embargo, al observar el logo, el color y el diseño en general de la plataforma, inmediatamente se aprecia el giro del negocio. En este sentido, el trabajo de *marketing* estaría orientado al posicionamiento de la marca, con este nombre.

En cuanto al diseño gráfico, el grupo consideró que el color, la distribución, el uso de una geometría rectangular y la tipografía, generan una sensación de respeto y de sobriedad. Es decir, se proyecta una imagen de una empresa seria, formal y que sabe lo que hace.

Por otra parte, si bien, en la información sobre la empresa, se indica que su público objetivo es del ámbito privado, quienes participaron en el grupo focal, preguntaron si existen alianzas estratégicas para ofertar los cursos a docentes, con certificaciones con aval que permitan ascensos profesionales. En este sentido, se explicó que, al tratarse de una empresa naciente, no se cuenta con esas alianzas y por ello, se planteó la exclusión del sector de la educación en el presente proyecto.

El grupo focal indicó que, con los datos existentes en la plataforma, se comprende con claridad la razón de ser de la empresa y su oferta educativa. De igual manera, manifestaron que los nombres de los cursos son llamativos y que las imágenes que los acompañan también están alineadas con el concepto, aunque indicaron que se requiere uniformidad de color. Además, los docentes del grupo focal, indicaron que ciertos módulos debían cambiar de nombre, puesto que no correspondían a lo que se requiere en la capacitación.

Los posibles usuarios de la plataforma, indicaron que los contenidos de los cursos son muy interesantes, puesto que llenarían las necesidades que tienen para su ejercicio laboral y para su salud mental.

En cuanto a los obstáculos para llevar a cabo los cursos, el principal problema que manifestaron, fue el costo del uso de las IAs, que podría incrementar, a su vez, el costo del curso para los participantes o los docentes. En este sentido, se analizó que, este curso debería centrarse en un conocimiento más didáctico sobre los alcances y limitaciones de las IAs y los usos gratuitos que existen. También, que se debe hacer hincapié en la ética de su uso, para evitar el plagio en todos los aspectos.

Finalmente, la oferta totalmente virtual de los cursos, fue recibida con mucho entusiasmo, así como los horarios y las modalidades sincrónica y asincrónica, pues, consideran que es muy amigable con las condiciones de los trabajadores. Indicaron que están muy claros los costos y las formas de pago.

2.2. Análisis de la Oferta / Situación Actual

2.2.1. Perfil del Actor Principal

El actor principal en esta investigación, es el usuario de los cursos de capacitación, en toda la diversidad que representa. Como se dijo en acápites anteriores, los cursos de la empresa

BELLISFORGE, se dirigen a personas de entre 18 a 60 años de edad, hombres y mujeres que están trabajando o postulando en empresas privadas de las parroquias urbanas del Distrito Metropolitano de Quito.

Estos trabajadores se desempeñan en los ámbitos económicos relacionados con el comercio, los servicios y la industria. En el comercio, se encuentran vendedores de productos al por mayor o menor y personal de atención al cliente. En cuanto a servicios, allí se ubican las empresas administrativas y financieras, tales como: bancos, cooperativas de ahorro y crédito, empresas de seguros, microempresas de mantenimiento en general, analistas contables, gestores de finanzas, cajeros, oficiales, ejecutivos, personal de secretaría, conserjes, personal de limpieza. En la industria, están los trabajadores relacionados con la producción textil, de alimentos, bebidas, mecánica, elaboración de productos e insumos de limpieza, industria metal mecánica, materiales de construcción, elaboración de productos de madera, vidrio y aluminio, entre otros.

Como personal de apoyo para todas las actividades económicas, se encuentran también las empresas de seguridad privada, los restaurantes, las empresas de transporte, logística y distribución.

A nivel de organizaciones de trabajadores independientes, se encuentran las cooperativas de transportes, las asociaciones y otros gremios que requieren una capacitación constante, para el cumplimiento de normativas en sus personerías jurídicas.

2.2.2. Variables Psicográficas y Demográficas Pertinentes

Para hablar de las variables psicográficas y demográficas del público objetivo, es importante tomar en cuenta los resultados de la encuesta realizada. En este sentido, en lo relacionado con las variables psicográficas, el estilo de vida de las personas encuestadas, indica que están en diversas actividades, principalmente durante todo el día, de lunes a domingo y que tienen disponibilidad para asistir a los cursos, en el horario de 18h00 a 22h00. Además, tienen un comportamiento urbano, con acceso permanente a internet. Se trata de personas que manejan redes sociales y adquieren conocimientos con el uso de las tecnologías. El aprendizaje, para estas personas, llega de modo audiovisual.

La encuesta reflejó un interés por un aprendizaje interactivo, donde el aporte de los pares es importante. También, como existen personas con formación académica de tercer y

cuarto nivel, ya cuentan con conocimientos en distintas profesiones, por lo cual, podrán aprovechar los contenidos de los cursos en forma práctica y orientada hacia su perfil y necesidades puntuales. En estas capacitaciones, la aplicación de los conocimientos previos y el aprendizaje significativo, serán los métodos educativos más adecuados.

Por otra parte, en la encuesta, a nivel personal, se encontró un interés en el aprendizaje de la inteligencia artificial para aplicarla en el ámbito laboral. Esto indica que existe el conocimiento sobre la ayuda que puede ofrecer estas herramientas informáticas para la solución de problemas y que las personas buscan optimizar tiempo y recursos en el trabajo. Otro interés de capacitación es el liderazgo y gestión de equipos, lo que muestra la necesidad de aplicar principios de relaciones humanas para la mejora continua en el ambiente laboral.

En lo que respecta a las variables demográficas, tal como se había planteado al inicio de la investigación, el público objetivo está entre los 18 a 60 años de edad, es decir la edad adecuada para laborar.

La oferta de los cursos cubre dos ámbitos. Por un lado, se ofrece el servicio a las empresas y, por otro lado, a personas naturales. Considerando que los sueldos en el sector privado son inferiores a los sueldos del sector público, el nivel de ingresos del público objetivo es diverso, desde personas que perciben menos de un sueldo básico, hasta personas que ganan USD 1.500.

En la encuesta, la mayor parte de personas son mujeres y se infiere que, debido a la alta competencia para acceso laboral, las mujeres buscan capacitación constante, para mantener su hoja de vida actualizada.

2.3. Plan de Acción o Propuesta

2.3.1. Producto, Servicio o Intervención Propuesta

BELLISFORFE ofertará los servicios de capacitación, que serán dirigidos en línea a personas naturales, emprendedores, profesionales y empresas que busquen mejorar y fortalecer sus competencias personales y laborales.

Estos cursos serán dirigidos por profesionales especializados, mediante una metodología dinámica que tendrá clases en vivo, recursos digitales, actividades prácticas y evaluaciones. Por lo tanto, cada curso tendrá una duración de 40 horas, con modalidad 100%

virtual, con 4 módulos por materia, con un examen final, dando la facilidad a cada uno de los usuarios, de acceder desde cualquier lugar, siempre y cuando tengan conexión a internet.

Existen dos modalidades, tanto para la oferta de paquetes empresariales, como para personas naturales. La primera es sincrónica y las clases se realizarán durante 10 horas semanales, en 5 sesiones de 2 horas. La segunda modalidad es asincrónica, en la que, los estudiantes acceden a la plataforma de manera progresiva, para estudiar el material didáctico existente, módulo por módulo, según la disponibilidad de tiempo, culminando su proceso con exámenes de cada módulo. Los horarios serán los siguientes:

- Lunes a viernes de 18h00 a 20h00
- Lunes a viernes de 20h00 a 22h00
- Sábado y domingo de 18h00 a 22h00

Los participantes pueden elegir el horario regular, es decir, de lunes a viernes, o el horario intensivo de sábados y domingos. Sin embargo, existirá un solo curso disponible en cada horario regular y dos para el intensivo, por cada oferta. Los cursos que se ofrecerán en la plataforma se observan en la tabla a continuación.

Tabla 24. Cursos, contenidos, modalidades y horarios

Nº	Nombre	Contenido	Fecha	Horarios
1	Inteligencia Emocional	<ul style="list-style-type: none"> • Autoconocimiento y autocontrol emocional. • Gestión de las emociones. • Reconocimiento de emociones en los demás. • Relaciones Interpersonales. 	Regular: 1 - 25 de septiembre de 2026.	Lunes a viernes 18h00-20h00
			Intensivo: 5 de septiembre al 4 de octubre de 2026.	Lunes a viernes 20h00-22h00
2	Servicio y Atención al Cliente	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción a la atención al cliente. • Interculturalidad e Inclusión. • Comunicación y manejo de clientes. • Estrategias para mejorar la experiencia y fidelización. 	Regular: 1 - 25 de septiembre de 2026.	Lunes a viernes 18h00-20h00
			Intensivo: 5 de septiembre al 4 de octubre de 2026.	Lunes a viernes 20h00-22h00
3	Inteligencia Artificial	<ul style="list-style-type: none"> • Fundamentos de la Inteligencia Artificial. 	Regular: 5 – 30 de octubre de 2026.	Sábados y Domingos 18h00-22h00

	Aplicada al Trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Tipos de IA según las necesidades. • Uso de prompts de IA para mejorar la productividad laboral. • Ética en el uso de la inteligencia artificial en el entorno de trabajo. 		Lunes a viernes 20h00-22h00
			Intensivo: 10 de octubre al 8 de noviembre de 2026.	Sábados y Domingos 18h00-22h00
4	Comunicación Efectiva	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación verbal. • Comunicación no verbal. • Escucha activa y retroalimentación. • Técnicas para mejorar la comunicación en equipos de trabajo. 	Regular: 5 – 30 de octubre de 2026.	Lunes a viernes 18h00-20h00
			Intensivo: 10 de octubre al 8 de noviembre de 2026.	Lunes a viernes 20h00-22h00
5	Manejo del Estrés Laboral	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación de factores de estrés en el trabajo. • Técnicas de manejo del estrés y bienestar emocional. • Manejo del tiempo y los esfuerzos. • Estrategias para fortalecer la resiliencia laboral. 	Regular: 9 de noviembre al 4 de diciembre de 2026.	Lunes a viernes 18h00-20h00
			Intensivo: 21 de noviembre al 20 de diciembre de 2026.	Lunes a viernes 20h00-22h00
6	Liderazgo y Gestión de Equipos	<ul style="list-style-type: none"> • Fundamentos del Liderazgo • Mecanismos de estímulo al trabajador. • Motivación y desarrollo de equipos de trabajo. • Gestión de conflictos y toma de decisiones. 	Regular: 9 de noviembre al 4 de diciembre de 2026.	Lunes a viernes 18h00-20h00
			Intensivo: 21 de noviembre al 20 de diciembre de 2026.	Lunes a viernes 20h00-22h00
				Sábados y Domingos 18h00-22h00

Fuente: Elaboración propia

Inteligencia Emocional. - Es la capacidad de gestionar emociones propias, así como de comprender las de quienes nos rodean.

Servicio y Atención al Cliente. - Gestiona la asistencia que brinda una empresa antes, durante y después de una compra. Las experiencias de los clientes con una empresa les ayudan a formarse opiniones sobre la marca que pueden compartir con otros, usando estrategias para resolver conflictos, fidelizar consumidores, medir la satisfacción y mejorar la comunicación en canales físicos o digitales.

Inteligencia Artificial Aplicada al Trabajo. - Enseña a los profesionales a utilizar herramientas y algoritmos de IA como asistentes para optimizar sus tareas diarias en el trabajo, para una mejor gestión del tiempo y los recursos. Su objetivo principal es enseñar al alumno a delegar las labores repetitivas y monótonas en la máquina, liberando tiempo para enfocarse en la estrategia, la empatía y la creatividad humana.

Comunicación Efectiva. – Este curso enseña a transmitir mensajes de forma clara, directa y sin malentendidos. Es clave en el ámbito personal, académico o profesional. Su objetivo es que el receptor entienda exactamente la intención del emisor, desarrollando habilidades como la escucha activa, asertividad, empatía y el dominio del lenguaje verbal y no verbal.

Manejo del Estrés Laboral. - El manejo del estrés laboral enseña a identificar y gestionar las demandas del entorno de trabajo un estrés significativo está causado por tener demasiado o poco trabajo o por hacer un trabajo que no lo satisface. El curso proporciona herramientas prácticas para evitar el agotamiento, mejorar la organización del tiempo, establecer límites entre la vida personal y profesional, y aplicar técnicas de relajación ante situaciones de alta presión.

Liderazgo y Gestión de Equipos. - El liderazgo es la habilidad que tienen los profesionales para tomar decisiones e influir en otras personas que forman parte de su equipo de trabajo o de su entorno laboral. Enseña a inspirar, motivar y desarrollar el talento humano, al mismo tiempo que abarca la planificación estratégica, la gestión de proyectos, la resolución de conflictos y el manejo de indicadores de desempeño, también combina habilidades blandas y técnicas de organización para orientar a un grupo hacia objetivos comunes.

Al finalizar cada curso, la empresa BELLISFORGE entregará un certificado a los usuarios que hayan aprobado con una calificación mínima de 70/100, cumpliendo las 40 horas de asistencia.

2.3.2. Costos / Accesibilidad

Según el estudio de mercado y analizando cursos virtuales que brinda la competencia, se encuentra, por ejemplo, la plataforma. Liderazgo Capacitación y Eventos (2026) ofrece cursos en línea, ofrece a los clientes la libertad de aprender desde cualquier lugar y al propio ritmo. Los cursos tienen una duración de 40 a 60 horas académicas con un costo de USD 60 cada uno.

La plataforma (CEC-EPN, 2026) ofrece cursos dirigidos a personas naturales de manera presencial, online y virtual. En la modalidad en línea el costo de los cursos es variable, por ejemplo, un curso de 12 a 16 horas cuesta aproximadamente USD 64, un curso de 24 horas, USD 99.

Tomando en cuenta estas referencias, el costo para personas naturales sería de USD 60 por cada curso. Para el caso de paquete empresarial, el costo de cada curso, independientemente del número de participantes, será de USD 600 más IVA.

2.3.3. Comunicación y Difusión

Para la comunicación y difusión de los servicios de la microempresa BELLISFORGE se establece un plan de *marketing*, con las fases que se indican a continuación:

- Creación de marca. – Inicia con el diseño del logotipo y el desarrollo de la identidad corporativa, que incluye la misión, la visión, la política.
- Diseño de la plataforma digital. – Esta plataforma contiene la estructura de la empresa con los datos de la creación de marca, el organigrama, además de los servicios que oferta, con los costos, formas de pago y procesos de inscripción. La usabilidad debe facilitar el acceso rápido y efectivo para los clientes. Además, las aulas virtuales, los materiales didácticos y las evaluaciones.
- Diseño de material publicitario. – Elaboración de afiches y videos promocionales, para la difusión en redes sociales, tales como: Facebook, Instagram, WhatsApp, Tik Tok, etc.
- Visitas a empresas. – Mediante una calendarización, se realizará una serie de visitas a propietarios y administradores de empresas, con el fin de promocionar los paquetes dirigidos al personal.

2.3.4. Distribución o Implementación

BELLISFORGE implementará estrategias de distribución y fidelización, que permitan consolidar la plataforma de capacitación en línea, captando y reteniendo usuarios mediante una experiencia digital de calidad.

Por ello, se precisa introducir la plataforma al mercado de manera gradual, identificando oportunidades de mejora durante su desarrollo, realizando una fase piloto con grupo mínimo de usuarios y proveedores. Un primer acercamiento al público objetivo, será la invitación a una clase gratuita en línea, con temas relacionados con cada uno de los cursos existentes. Esta sería una estrategia de captación de clientela y de posicionamiento de la marca en el mercado.

Asimismo, para lograr la visibilidad de la plataforma se utilizará diversos canales digitales, gestionando la implementación del posicionamiento SEO “optimización en buscadores”, para aparecer en los primeros resultados de búsqueda.

Luego, se continuará con las campañas de publicidad, creación y difusión de contenido en redes sociales personales de las socias, familiares y propia de la empresa, alianzas estratégicas con empresas, emprendedores y organizaciones.

También, se brindará información, recursos de apoyo y orientación a usuarios y proveedores, respecto al uso adecuado de la plataforma, mediante manuales digitales, videos con tutoriales, chat de soporte. Esto, para identificar, si el usuario logra adaptarse a la plataforma y cuál es el nivel de satisfacción.

Para el posicionamiento en el mercado, BELLISFORGE desarrollará mejora continua a la plataforma, servicios ofertados, personal docente y administrativo, mediante la integración de nuevas tecnologías, actualización de herramientas, con el fin de fortalecer la competitividad y permanencia. Por otra parte, se ofertará una plataforma de capacitación con atención personalizada, flexible, de fácil uso, cursos rápidos y cortos, que se adapta a las necesidades y horarios de los usuarios.

Sin embargo, para que BELLISFORGE logre un alcance y fidelización de usuarios, debe desarrollar estrategias de fidelización de clientes, como, programas de recompensas, incentivos por el uso frecuente de la plataforma, descuentos y beneficios a usuarios frecuentes y descuentos por referidos. La confianza y satisfacción durante todo el proceso de aprendizaje, posibilita el crecimiento de usuarios permanentes, recomendaciones y referencias de nuevos clientes.

2.4. Posibilidades desde el Punto de Vista del Entorno

2.4.1. Ventaja Diferencial o Propuesta de Valor

En la actualidad, el uso de herramientas tecnológicas está en constante crecimiento y para BELLISFORGE esto representa una posibilidad de posicionamiento, debido a la necesidad de capacitación de las personas naturales y las empresas.

Al ser una plataforma flexible y tal como se evidenció en la encuesta planteada anteriormente, los usuarios prefieren recibir clases con acompañamiento de un docente, en el

horario de 18:00 a 22:00 horas, y a su vez, también desean clases asincrónicas, ya sea por trabajo o tareas diarias. La empresa es una solución para los usuarios que optan por capacitaciones que se adapten a su estilo de vida. Por otro lado, BELLISFORGE al incorporar herramientas tecnológicas con el uso de inteligencia artificial, sistemas de pagos digitales y al ser adaptable a diferentes dispositivos electrónicos, favoreciendo la experiencia del usuario y generando competitividad en el mercado.

La competencia ofrece su plataforma y servicio de capacitación 24/7, atención personalizada, materiales didácticos, como son empresas ya constituidas tienen muchos usuarios, poseen variedad de opciones.

BELLISFORGE, facilita el acceso y procesos de la plataforma, brinda atención personalizada y se enfoca en las competencias y las relaciones humanas. Brinda a los usuarios una plataforma de acceso rápido, fácil, atención personalizada, seguridad en pagos y datos, servicios y profesionales de calidad, que se adaptan a las necesidades de los usuarios y del mercado.

2.4.2. Análisis de Fuerzas o Factores del Entorno

Un factor determinante, es el desempleo que afecta el mercado. Esto, genera una mayor demanda de usuarios que buscan actualizar sus hojas de vida, mediante capacitaciones para mejorar su empleabilidad. De igual manera, para las empresas, se vuelve más atractivo un perfil con mejores competencias y a su vez, cumplen con requisitos que solicitan los diferentes organismos de control.

Sin embargo, al no existir un ingreso estable, la cantidad de clientes reduciría afectando la demanda de cursos y servicios de capacitación. Asimismo, las empresas reducen costos para este tipo de capacitaciones y dan prioridad a otros aspectos de sus necesidades operativas.

El servicio que ofrece BELLISFORGE es viable, debido a que, existe una creciente demanda de talento humano. Las empresas capacitan a sus trabajadores para mejorar la productividad y cumplir la normativa laboral en la formación del personal. Mientras que, varias personas quieren actualizar sus conocimientos para tener acceso a mejores oportunidades laborales. Por otra parte, existen plataformas digitales que se encuentran posicionadas en el mercado, con usuarios fidelizados, esto representa un obstáculo para atraer clientes y limita el crecimiento de la plataforma.

En los datos se observó que las personas más interesadas en los cursos están entre los 20 a 30 años; también, el público femenino representa un mayor porcentaje de interés por los cursos y posee una formación académica de tercer y cuarto nivel. Estos usuarios representan un factor social clave, puesto que determina los temas, recursos y métodos de aprendizaje. Por lo tanto, los cursos de capacitación deberán enfocarse en diferentes perfiles, desde jóvenes que buscan fortalecer su empleabilidad hasta trabajadores que requieren actualización y desarrollo profesional. De igual manera, se debe considerar personas que actualmente trabajan o están buscando trabajo, de diferentes grados de conocimiento y crear contenidos de temas generales. Sin embargo, también representa un desafío, debido a las diferencias en adaptación tecnológica, disponibilidad de tiempo y preferencias de aprendizaje. Por lo tanto, BELLISFORGE ofrecerá contenidos accesibles, flexibles y alineados con las necesidades de cada usuario.

Los avances tecnológicos favorecen el funcionamiento de la operatividad de la plataforma, facilitando la participación de los usuarios. El uso de dispositivos digitales amplía el alcance de BELLISFORGE, permitiendo el ingreso de los usuarios desde cualquier ubicación y en el horario más conveniente mientras disponga de una red a internet. Asimismo, tener a disposición los recursos tecnológicos necesarios, facilita la gestión de la plataforma y, la incorporación de herramientas mejora los procesos de aprendizaje.

A pesar de las ventajas, la tecnología también representa un reto, puesto que, algunas personas o empresas no cuentan con acceso ilimitado a internet o dispositivos adecuados, lo que dificultaría la participación en los cursos. Además, el constante avance tecnológico obliga a realizar actualizaciones periódicas a la plataforma y destinar recursos a su mantenimiento, seguridad y funcionalidad para mantener un servicio de calidad.

La competencia motiva a la empresa a mejorar sus servicios de manera constante, desarrollar cursos innovadores con herramientas tecnológicas, mantener una oferta de capacitación actualizada, fomentar la búsqueda de alianzas estratégicas y el fortalecimiento de la calidad del servicio, establecer una ventaja competitiva y ofrecer una mejor experiencia a los usuarios. Por otra parte, la presencia de nuevos competidores y plataformas ya establecidas en el mercado, representa un factor determinante que puede influir en el desarrollo de BELLISFORGE, debido a que, actualmente, existen empresas o instituciones que ofrecen capacitaciones con características similares, dirigidas a organizaciones y personas interesadas en fortalecer sus conocimientos y competencias, obligando a la plataforma a invertir más en estrategias de *marketing* para lograr mayor participación en el mercado.

Como aliados estratégicos se contaría con docentes y demás profesionales especialistas en *software*, *marketing* y secretaría, que aporten recursos, prestación de servicios, soporte técnico y herramientas para impartir los cursos. Esto, representa la capacidad operativa de BELLISFORGE, debido a la integración de profesionales especializados y proveedores estratégicos, que permite a la empresa garantizar procesos internos eficientes, plataformas actualizadas y un buen servicio al cliente con una adecuada gestión y mejora continua con sus proveedores. Sin embargo, al ser una empresa naciente no se puede establecer sueldos fijos al personal, por ello, se los contrataría mediante servicios profesionales. Por otra parte, se debe establecer alianzas que garanticen la continuidad de los cursos y el desarrollo de la empresa.

Las empresas que cuentan con trayectoria brindan a los usuarios la opción de adquirir ofertas, promociones y precios más bajos. Por otro lado, existen empresas que ofertan los servicios a precios excesivamente bajos y con publicidad engañosa, afectando la percepción de clientes y su captación. BELLISFORGE podría verse en la necesidad de implementar descuentos o incrementar su inversión en publicidad y estrategias de fidelización. Esto podría incrementar los costos de operación y reducir el margen de rentabilidad, especialmente durante los primeros años de funcionamiento de la empresa.

El cumplimiento de requisitos legales y normativas de diferentes organismos de control, aumentan la necesidad de capacitaciones de mejora continua, lo que permite ofrecer cursos que satisfagan la necesidad de empresas y profesionales. Asimismo, el interés de los usuarios por actualizarse e incrementar su conocimiento, hace que se amplíe el mercado y favorezca el desarrollo de la plataforma. Por ello, se requiere que la plataforma, los programas de capacitación y los contenidos de los cursos se mantengan en constante innovación, para asegurar que la información siga siendo relevante y cumpla con las exigencias del entorno.

Los avances en la inteligencia artificial y la aparición de nuevas tácticas, han hecho que el mercado de la capacitación tenga cambios continuos. Algunas empresas aprovechan estas tecnologías para generar contenido en menor tiempo, automatizando y disminuyendo los costos operativos, lo que permite ofrecer servicios a precios más bajos. Existe el riesgo de que algunos participantes del mercado opten por prácticas poco éticas o desleales para capacitar y afecten el desarrollo de la plataforma generando presión sobre los costos y dificultando la captación de usuarios. Por otra parte, BELLISFORGE conservará la calidad de sus cursos, la innovación, el respeto a principios éticos y un servicio que beneficie a sus usuarios.

Las socias cuentan con conocimiento en talento humano, experiencia en contabilidad, administración y servicio al cliente, docentes y colaboradores profesionales, lo cual permite desarrollar servicios especializados, contenidos generales y específicos, crear confianza en los clientes y generar ventaja competitiva para la empresa. Asimismo, la plataforma de capacitación, es compatible con cualquier dispositivo tecnológico, brinda atención personalizada con procesos de mejora continua y certificación al final de cada curso. Sin embargo, para la usabilidad de la plataforma, se debe contar con conexión a internet y un dispositivo con capacidad para acceder a los cursos, revisar contenidos y participar en las actividades requeridas por el docente.

BELLISFORGE cuenta con experiencia y conocimientos de las socias sobre el mercado laboral, lo que permite identificar las necesidades, preferencias y comportamientos de empresas y usuarios, facilitando el diseño de cursos de capacitación actualizados y de calidad. Sin embargo, presenta amenazas propias de una empresa naciente como el poco reconocimiento de marca, presupuesto limitado y la necesidad de posicionarse en el entorno laboral.

Al ser una empresa en etapa inicial tiene la posibilidad de administrar los cursos en forma eficiente y controlar sus procedimientos de manera directa. Las socias al ser quienes gestionan y prestan sus servicios, convirtiendo ese costo, en una inversión, principalmente, en los primeros años y permitiendo que los otros recursos disponibles, vayan para el fortalecimiento de la plataforma. Sin embargo, esto aumenta la carga laboral, limita la capacidad para cumplir una demanda creciente y retrasa avances de nuevos servicios o la expansión de la plataforma hasta tener más recursos.

2.4.3. Barreras o Restricciones Identificadas

Las barreras que se puede identificar para el desarrollo de la plataforma de capacitación en línea, pueden ser:

- Competidores ya posicionados en el mercado con reconocimiento y fidelización de usuarios y empresas.
- *Coaches e influencers* que imparten capacitación con contenidos vacíos, con o sin experiencia certificada, afectando la credibilidad de capacitación en línea.

- Personas naturales y empresas que prefieren la capacitación presencial, por considerar que tiene mejor calidad del aprendizaje.
- Restricciones para llegar al sector público, debido a los requisitos complejos en los procesos de contratación.

Estos impedimentos implican la necesidad de demostrar el valor de la plataforma y la calidad de contenidos de los cursos, mediante:

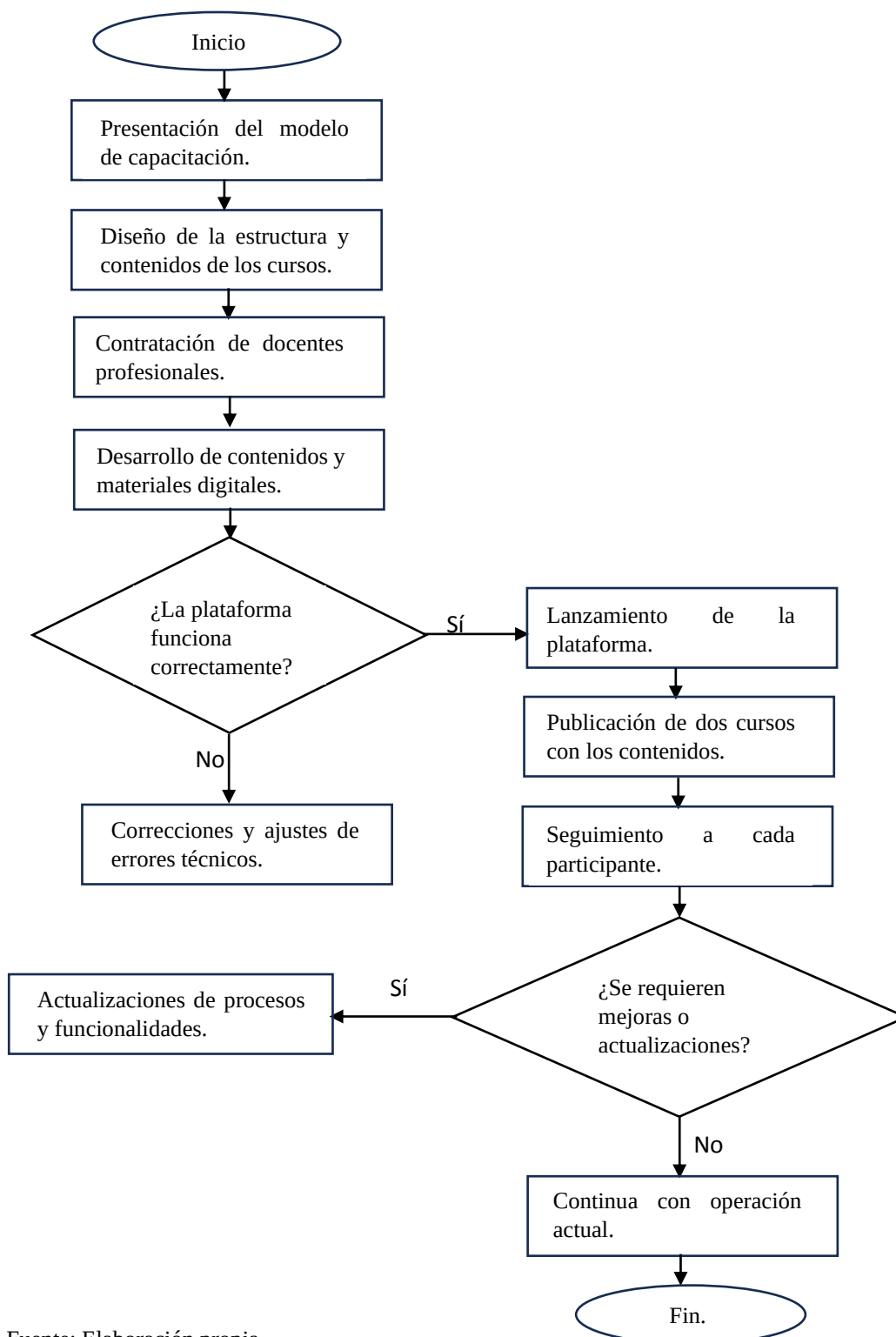
- Estrategias para el posicionamiento de la marca, publicidad, diversificación de contenidos y programas de fidelización de clientes.
- Docentes calificados, con certificaciones y programas sobre la base de competencias laborales.
- Una formación de calidad mediante cursos, contenidos, material didáctico y dinámico, demostrando que el aprendizaje en línea puede ser significativo y efectivo.
- Al ser una empresa nueva, no se cuenta todavía con alianzas fuertes de captación de clientes, por ello, se considera que, en 5 años, se podría recuperar la inversión y generar ganancias para la consolidación de empresa, así como para un posicionamiento en el mercado.

CAPÍTULO III: Aspectos Técnicos Y Operativos

3.1. Procesos y Control de Calidad

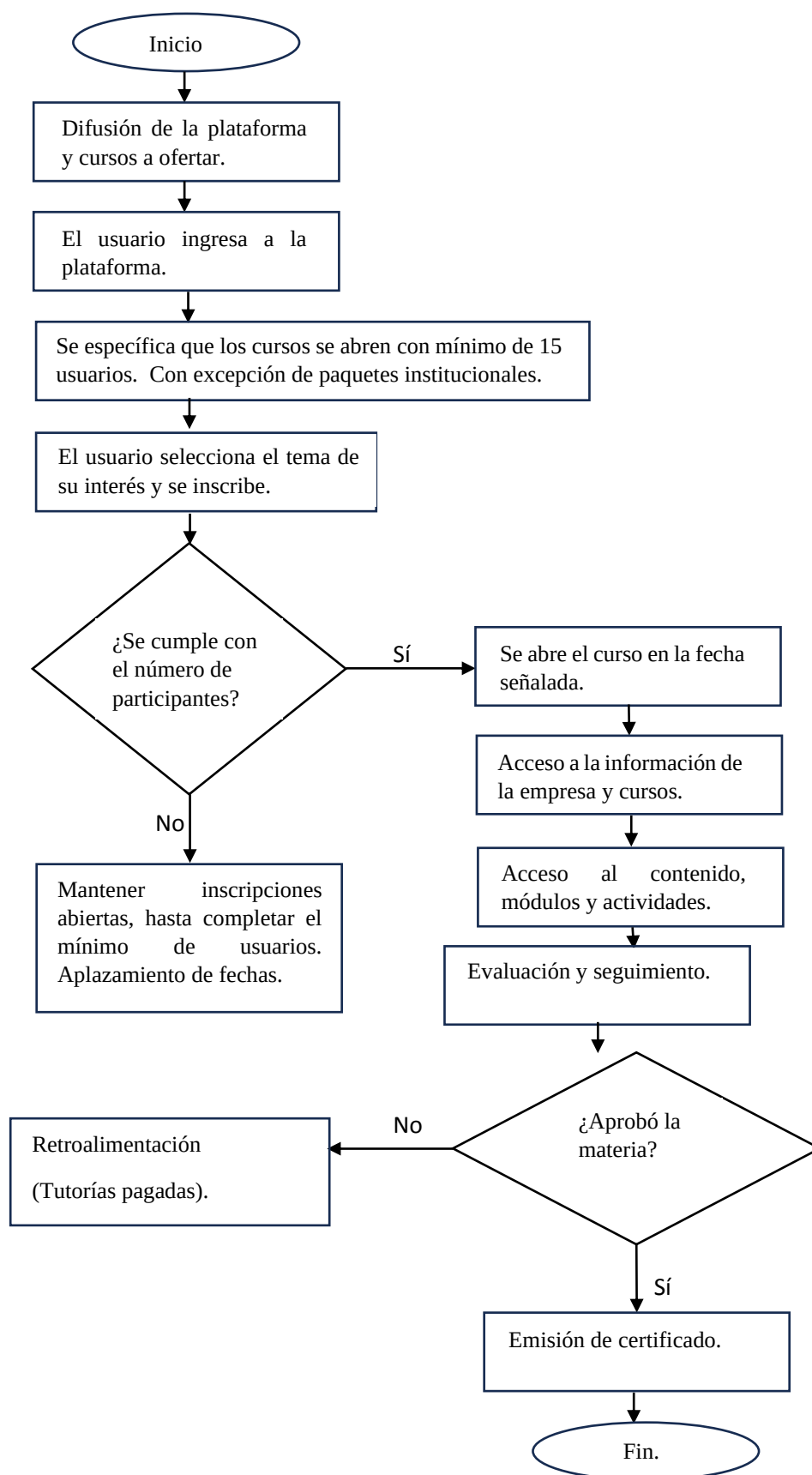
3.1.1. Diagramas de Flujo del Proceso

Gráfico 18. Diagrama de flujo del proceso y diseño de la plataforma



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 19. Diagrama de flujo del proceso de ingreso de usuarios



Fuente: Elaboración propia

3.1.2. Mecanismos de Control y Seguimiento

Un mecanismo de control y seguimiento de la microempresa BELLISFORGE sería una evaluación anual de cada una de las áreas existentes, mediante el uso de una lista de chequeo en función de la Norma ISO 9001:2015, que permite una visión amplia de la organización, en todos los aspectos. (ISO 9001:2015)

Esta evaluación se obtendrá mediante la determinación del nivel de cumplimiento de cada uno de los ítems de los requisitos 4 al 10 de esta normativa, que son: contexto de la organización, liderazgo, planificación, apoyo, operación, evaluación del desempeño y mejora.

La mencionada norma indica parámetros a nivel general. Sin embargo, para las necesidades de esta microempresa, se han desarrollado los ítems, en función de las características particulares de ese caso específico, como se muestra en la tabla a continuación. El chequeo de esta lista, permitirá, cada año, identificar los incumplimientos, generar documentos para un funcionamiento más ordenado y diseñar mecanismos para la implementación de la mejora continua.

Tabla 25. Formato de matriz de lista de chequeo

BELLISFORGE				
LISTA DE VERIFICACIÓN SOBRE LA BASE DE LA NORMA ISO 9001:2015				
Organización: BELLISFORGE.SA				
Objetivo: Determinar el nivel de cumplimiento de la organización, con respecto a los requerimientos de calidad de la norma.				
Criterios de evaluación:				
C Cumple	CP Cumple parcialmente			NC No cumple
Requisito 4: Contexto de la organización				
4.1 Conocimiento de la organización y de su contexto				
Ítem	C	CP	NC	Anotaciones
Las socias y los docentes conocen qué es un sistema de gestión de la calidad.				
El personal conoce la visión y misión de la organización.				
4.2 Comprensión de las necesidades y expectativas de las partes interesadas				
Cada docente y empleado identifica sus roles y funciones.				
Las socias conocen con claridad todos los cursos que ofertan.				
Existen registros de los ingresos.				
Existen registros de pagos.				
Existen documentos de seguimiento de docentes.				
Los docentes conocen las funciones de las socias.				
Se identifica claramente las autoridades en cada área.				
Existen manuales de funciones de cada cargo.				
Existen perfiles profesionales.				
4.3 Determinar el alcance del sistema de gestión de la calidad				

Se tiene información de cada uno de los cursos.				
Se registra procedimiento de cada una de las áreas.				
Se aplican encuestas de satisfacción a los estudiantes.				
Se documentan los comentarios de las encuestas a los clientes.				
Se documenta la solución de problemas los clientes.				
4.4 Sistema de gestión de calidad y sus procesos				
Existe un expediente de cada curso realizado.				
Existe un expediente de cada estudiante.				
Existe un registro de las planificaciones por áreas y cursos.				
Se registran los cambios realizados en las planificaciones.				
Se evalúan riesgos de incumplimiento de la gestión de la calidad.				
Existe un registro de cumplimiento de las planificaciones.				
Requisito 5: Liderazgo				
5.1 Liderazgo y compromiso				
Se realizó rendición de cuentas a todas las partes interesadas.				
Se cumplen las expectativas de los estudiantes.				
La organización cumple con las obligaciones con el SRI.				
La organización ha presentado documentación al SEPS.				
La organización cumple con requisitos de los organismos de control.				
5.2 Política				
Se cuenta con un documento sobre políticas de calidad.				
Todo el personal de la organización conoce los objetivos de las políticas de calidad.				
Todo el personal conoce el documento de políticas de calidad.				
Existe capacitación sobre políticas de calidad a las partes interesadas.				
5.3 Roles, responsabilidades y autoridades en la organización				
Existe diferenciación de roles y funciones de cada colaborador.				
Existe heteroevaluación de los cursos realizados.				
Existe comunicación entre docentes para la planificación de los cursos.				
Requisito 6: Planificación				
6.1 Acciones para abordar riesgos y oportunidades				
Existe un análisis de factores externos de la organización.				
Existe un análisis de factores internos de la organización.				
Se cuenta con estrategias para abordar riesgos y aprovechar ventajas.				
6.2 Objetivos de calidad y planificación para lograrlos				
Los objetivos de calidad permiten el cumplimiento de la planificación.				
Se tiene un documento para seguimiento de actividades por cada objetivo de calidad.				
Los objetivos tienen todos sus componentes: qué, recursos, responsables, indicadores y plazos.				
6.3 Planificación de los cambios				
Se ha identificado y registrado la razón de los cambios.				
Se tiene un documento de consecuencias de los posibles cambios.				
Se ha establecido recursos para ejecutar cambios.				
Se ha registrado la reasignación de autoridades y funciones.				
Requisito 7: Apoyo				
7.1 Recursos				
Existe un registro de otras habilidades del personal.				
Existen registros de capacitaciones al personal.				
Los puestos de trabajo coinciden con el perfil profesional.				
Existe fácil acceso a la información entre el personal de la empresa.				
Existe un documento de seguridad, salud e higiene en el trabajo.				

Existe un registro de apoyo a los docentes y el personal.				
7.2 Competencia				
Se realizan capacitaciones al personal, sobre los cursos que se ofertan.				
7.4 Comunicación				
Existe comunicación directa entre empleados.				
Las comunicaciones se envían en forma oportuna.				
Las comunicaciones se envían directamente a la persona que corresponde.				
Existe un registro de las comunicaciones.				
7.5 Información documentada				
Existen respaldos digitales de todos los documentos físicos.				
Existen documentos en peligro de deterioro.				
Los documentos reservados, están debidamente protegidos.				
Se cuenta con registro de la documentación, indicando el lugar donde se encuentra cada documento.				
La información se encuentra disponible en forma permanente.				
Existe un control de cambios de la información.				
Se cuenta con protección ante daños de documentos físicos por causas ambientales.				
Requisito 8: Operación				
8.1 Planificación y control operacional				
Existe un documento de planificación con consideración de riesgos.				
En el documento de planificación se indican los recursos de cada actividad.				
Existen documentos de cada una de las actividades planificadas.				
8.2 Requisitos para los servicios				
Se registran las atenciones a los clientes.				
Se tiene un registro del tiempo de atención a clientes.				
Se tiene registro de gestión de quejas de los clientes.				
Se protege la confidencialidad de datos de las partes interesadas.				
Requisito 9: Evaluación del desempeño				
9.1 Seguimiento, medición, análisis y evaluación				
Existe un documento de seguimiento, medición, análisis y evaluación.				
Existe un análisis de satisfacción de clientes.				
9.2 Auditoría interna				
La auditoría interna cumple con los requisitos de la Norma ISO 9001:2015.				
La auditoría interna tiene firma de la autoridad de la organización.				
Existen propuestas de mejoras en esta auditoría.				
9.3 Revisión por la dirección				
Existen documentos sobre revisión de los resultados de la auditoría.				
Requisito 10: Mejora				
10.1 Generalidades				
Existe un documento sobre oportunidades de mejora.				
Existe un documento sobre reducción de riesgos.				
Existe un documento sobre acciones de mejora.				
Existe un documento sobre el seguimiento de las acciones de mejora y/o reducción de riesgos.				
10.2 No conformidad y acción correctiva				
Existe documento de no conformidades.				
En el documento de no conformidades están identificadas las causas, responsables y acciones correctivas.				

En el documento de no conformidades, se identifican responsables para las acciones correctivas.				
10.3 Mejora Continua				
Se motiva a las partes interesadas a identificar e implementar mejoras en los servicios.				
Se implementan acciones de mejora específicas para aprovechar oportunidades.				
Se documentan los resultados de las acciones.				

Fuente: Elaboración propia, con adaptación de indicadores de la Norma ISO 9001:2015

3.2. Capacidad Operativa

3.2.1. Capacidad de Ejecución o Producción

En la etapa piloto de este proyecto, se contratará y se capacitará a los dos primeros docentes, sobre el uso de la plataforma. A continuación, se les solicitará el material con el cual se trabajará con los estudiantes para las dos modalidades.

Al mismo tiempo, se realizará el material gráfico, con el cual se desarrollará una campaña publicitaria en diferentes redes sociales, para los dos primeros cursos. Se realizarán, también, visitas a empresas, con el fin de promocionar los seis cursos que se ofertan, para que puedan elegir aquellos que más les convenga.

Se llevará a cabo el proceso de inscripciones y se iniciará la primera etapa del proyecto, tanto en los horarios regulares, como en los intensivos. Además, se establecerá el seguimiento para la modalidad asincrónica.

Durante el desarrollo de estos primeros cursos, se iniciará la segunda etapa, con la contratación de los dos siguientes docentes, para los siguientes dos cursos. Los docentes podrían ser los mismos anteriores. Se procederá con las mismas estrategias para captar clientela, como se indicó antes. Finalmente, en el desarrollo de esta segunda etapa, se volverá a iniciar con todo lo anterior.

Al tratarse de una microempresa de dos socias, en el primer año, no se podría ofertar más de dos cursos al mismo tiempo. Además, por la disponibilidad de tiempo de los estudiantes, se mantendrían los horarios en la noche, de lunes a domingo, en la modalidad sincrónica. Para poder realizar los pagos a los docentes, el cupo mínimo para abrir cada curso, entre las dos modalidades, sería de 15 personas.

Después del primer año y, con un nuevo estudio de mercado, se analizará la posibilidad de incrementar horarios y ampliar la oferta de todos los cursos al mismo tiempo.

3.2.2. Dimensionamiento del Proyecto

En el primer año, se utilizarán los recursos tecnológicos de las socias y de los docentes, quienes trabajarán desde sus propios domicilios, pues, todos los cursos son virtuales. Se estableció que esta empresa dirigirá su actividad a público ubicado en las parroquias urbanas del Distrito Metropolitano de Quito.

Tanto las actividades administrativas, es decir, secretaría, contabilidad, inscripciones, contrataciones; así como las actividades de apertura de mercado, como la difusión en redes y las visitas a las empresas, las realizarán las socias. Esto quiere decir, que la inversión será, principalmente de sus funciones laborales.

Por otra parte, se contratará a una persona experta en diseño gráfico y otra en informática, para la creación de la plataforma; además, un experto en *marketing* para la elaboración de material gráfico, y a tres docentes para la ejecución de los seis cursos ofertados. Estas contrataciones representan una inversión económica, con la cual se debe contar al momento de poner en marcha los cursos.

3.3. Infraestructura y Recursos

3.3.1. Espacios, Equipos o Recursos Necesarios

Como se mencionó anteriormente, la empresa no contará con un local físico, las actividades administrativas y operativas se desarrollarán desde el domicilio de cada una de las socias bajo una modalidad de trabajo remoto. Las socias aportarán los equipos tecnológicos y los recursos digitales necesarios para el diseño, desarrollo y administración de la plataforma, así como para la elaboración de los contenidos de los cursos. Además, la infraestructura tecnológica permitirá gestionar las inscripciones, procesar los pagos de los participantes, administrar y emitir los certificados correspondientes al finalizar los cursos, garantizando el adecuado funcionamiento de la empresa.

Las herramientas a utilizar son:

- Plataforma LMS como *Moodle* y *Canvas*.

- *Microsof Office* para almacenar la base de datos.
- Sistema de respaldo de información.
- Herramientas de videoconferencia (*Zoom, Google Meet o Microsoft Teams*).
- Correo institucional y propios de la empresa.
- Computadores portátiles y de escritorio.
- Cámara web.
- Celulares inteligentes.
- Contratación de dominios para los servicios que requiere la plataforma.

En cuanto a los recursos humanos, como ya se había mencionado, se contratará el siguiente personal:

- Una persona experta en diseño gráfico y una persona experta en informática, para el diseño de la plataforma y las capacitaciones a las socias.
- Una persona experta en *marketing*, para la elaboración de material gráfico y el diseño de estrategias de mercado.
- Tres docentes, para la elaboración de material didáctico e impartición de los cursos.

Las socias realizarán las actividades administrativas y de coordinación académica, además de la ejecución de las diferentes estrategias de mercado.

3.3.2. Distribución y Organización Física o Lógica

Al tratarse de una microempresa que ofrece servicios totalmente virtuales, la organización se visibiliza en la plataforma virtual, donde se encuentra información sobre la constitución y la razón de ser de BELLISFORGE, y todo lo correspondiente a los cursos, con los horarios, las fechas, las modalidades, las formas de pago, los contenidos de cada curso, las evaluaciones, los mecanismos de comunicación, entre otras cosas. De esta manera se garantiza un inicio estructurado y eficaz.

3.3.2.1. Creación de marca

En primer lugar, se elaboró el imagotipo, para lo cual se generó un manual de marca, como se muestra a continuación.

Tabla 26. Manual de marca



Fuente: Diseño gráfico de Kelin Naula, 2026

3.3.2.2. Creación de la plataforma BELLISFORGE

Se realizó el diseño de la plataforma utilizando el *software Figma*, donde se desarrollaron las siguientes herramientas y funcionalidades que forman parte de su estructura y funcionamiento.

Para ello, se diseñó la interfaz de usuario (UI) y la planificación de la experiencia de usuario (UX) para la plataforma, desarrollada como un prototipo de alta fidelidad como es el *software Figma*. Se realizó la estructuración completa de la arquitectura visual y de navegación del sistema, estableciendo una interfaz responsiva, intuitiva y de fácil acceso a las diferentes capacitaciones que oferta la empresa. Se establecieron lineamientos de diseño sobre la base de principios de jerarquía visual, consistencia, accesibilidad, reutilización de componentes y usabilidad, desarrollando una identidad gráfica institucional con una paleta cromática en tonalidades moradas, tipografía *Sans Serif*, iconografía *Material Symbols* y un estilo visual minimalista, es decir, con uso de formas geométricas.

Se diseñaron interfaces públicas y privadas de la plataforma, incluyendo la página principal, catálogo de cursos, sección empresarial, página de contacto, autenticación de usuarios, recuperación de contraseña y perfiles de usuario. Se diseñó un flujo completo de inscripción compuesto por pantallas secuenciales que guían al usuario desde el registro de la cuenta hasta la confirmación de la inscripción, con formularios de validación visual, botones de acción primarios y secundarios, tarjetas informativas, además de selección para modalidades y horarios, pantallas de confirmación, estados de inscripción, notificaciones de disponibilidad del curso y proceso de pago. Cada interfaz fue conectada mediante prototipado interactivo para simular el comportamiento real de la plataforma y garantizar una navegación continua entre las diferentes vistas.

El sistema cuenta con componentes reutilizables, variantes, estilos compartidos y retículas de distribución. La interacción sigue patrones de diseño *web* contemporáneos, incluyendo barras de navegación, menús laterales, tarjetas de contenido, acordeones, pestañas de navegación, formularios, barras de progreso, indicadores visuales, estados de botones, mensajes de confirmación y elementos de retroalimentación para el usuario.

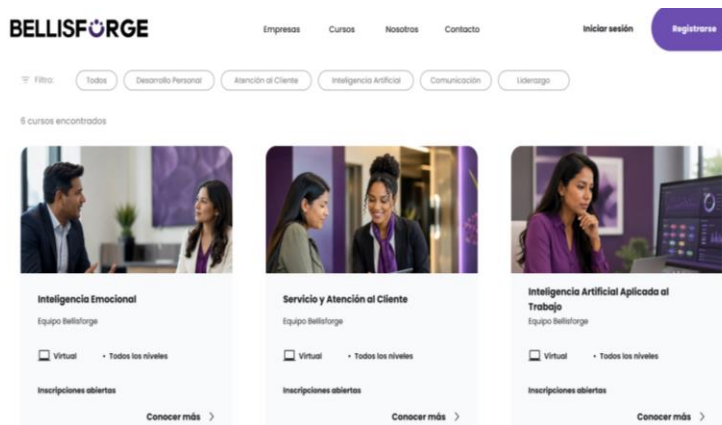
La visualización de la plataforma se indica en los gráficos a continuación, desde la página de inicio y cómo se despliega la información al presionar cada una de las pestañas, tanto de la empresa, como de los servicios de capacitación.

Gráfico 20. Página de inicio BELLISFORGE



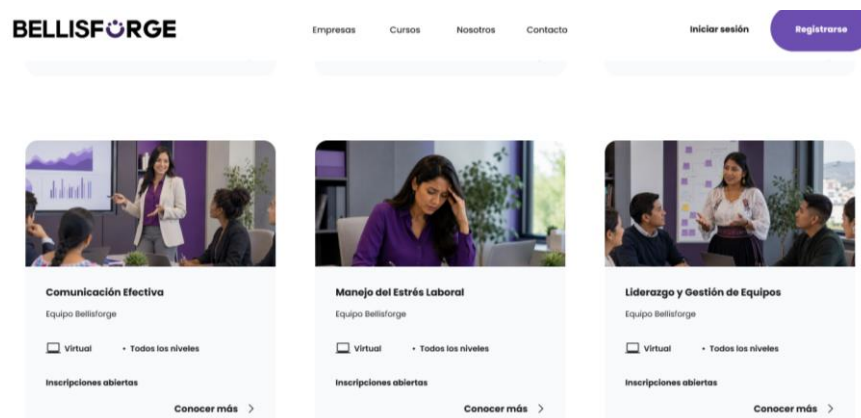
Fuente: Diseño gráfico de Kelin Naula, 2026

Gráfico 21. Pestaña cursos empresariales



Fuente: Diseño gráfico de Kelin Naula, 2026

Gráfico 22. Cursos disponibles



Fuente: Diseño gráfico de Kelin Naula, 2026

3.4. Análisis de Recursos y Proveedores

3.4.1. Insumos, Materiales o Herramientas Necesarias

Para el funcionamiento de la plataforma, se debe contar con equipo adecuado y una conexión a internet estable, que garantice sesiones de clases ininterrumpidas e interactivas.

Las socias cuentan con equipos de cómputo donde administrarán y gestionarán la plataforma con información de usuarios, profesores, actividades académicas y material de apoyo. Por lo que, sus equipos cuentan con las siguientes características:

Equipo Socia 1

- Computadora de escritorio marca DELL
- Procesador: Intel(R) Core (TM) i3-4150T @ 3.00GHz 3.00 GHz
- RAM Instalado: 8GB
- Tipo de sistema: Sistema operativo de 64bits, x64

Equipo Socia 2

- Computadora portátil marca LENOVO
- Procesador: 12th Gen Intel (R) Core (TM) i5-1235U
- RAM: Instalado 16,0 GB, velocidad: 3200 MT/s
- Tipo de sistema: Sistema operativo 64bits, procesador x64

Por otra parte, es necesario que los docentes cuenten con equipos que permitan un fácil acceso a la plataforma, y, además, gestionar y crear material didáctico. Deberán contar con cámara web de calidad de mínimo 720p, micrófono y parlantes aptos para una comunicación clara durante las clases. Asimismo, es importante que dispongan de una red a internet con velocidad de 25Mbps de descarga y 5 Mbps de subida, ya sea mediante fibra óptica o una red Wifi.

De igual manera, los estudiantes deben contar con un dispositivo electrónico para el ingreso a la plataforma y realizar las actividades requeridas de cada curso. También, se

recomienda que sus equipos tengan un procesador Intel Core I3 décima generación, sistema operativo actualizado y un navegador que sea compatible con la plataforma. Si desean ingresar desde un dispositivo celular, es necesario que cumplan con las características necesarias teléfono inteligente sea Android o iOS de memoria mínima de 4GB con cámara frontal, micrófono, altavoz y red de internet mediante Wifi o redes móviles 4G/5G.

Disponer de estas herramientas tecnológicas, permite que la plataforma funcione de manera adecuada. que los docentes y estudiantes tengan la capacidad de acceder a los materiales de los cursos, tareas y evaluaciones, así como establecer una comunicación asertiva con los docentes a lo largo del proceso de capacitación.

3.4.2. Criterios de Selección

Al tratarse de una empresa que oferta cursos de capacitación, los criterios de selección más relevantes, son los relacionados con la contratación de los docentes. Se espera contratar a tres docentes en función del perfil profesional de cada quien, permitiendo que impartan más de un curso, con el fin de generar un sentido de pertenencia hacia la organización. Los perfiles profesionales para cada curso, son:

- Inteligencia Artificial Aplicada al Trabajo. – Formación de tercer nivel en *software*, sistemas, cine, audiovisuales, que certifique conocimientos en inteligencia artificial. Experiencia en docencia, manejo de herramientas tecnológicas y elaboración de material didáctico virtual.
- Para el resto de cursos, es decir: Inteligencia Emocional, Servicio y Atención al Cliente, Comunicación Efectiva, Manejo del Estrés Laboral, Liderazgo y Gestión de Equipos, el perfil es el siguiente: Formación en tercer nivel en psicología, talento humano, trabajo social, antropología o afines. Experiencia en docencia, manejo de herramientas tecnológicas y elaboración de material didáctico virtual.

3.5. Normativa Aplicable

3.5.1. Normas Técnicas, Sanitarias, Ambientales o Sectoriales

Como se mencionó en un acápite anterior, una de las normas con las que se desarrollarán los mecanismos de control y seguimiento de la calidad de la organización, es la Norma ISO 9001:2015, con el fin de evaluar en forma constante la gestión y garantizar la

mejora continua, así como, para contar con las evidencias que permitan las auditorías internas y externas, para la certificación ante los organismos de control.

Al aplicar la lista de chequeo, se identifican los cumplimientos parciales y no cumplimientos, de manera que se establecen las necesidades a cubrir, de manera que se realicen en forma constante las estrategias de mejora. Este análisis se puede ejecutar una y otra vez, puesto que el funcionamiento de una organización es cíclico. Esta norma se fundamenta metodológicamente en el ciclo PHVA, Planificar, Hacer, Verificar y Actuar. (Salazar, et. al 2020)

3.5.2. Medidas de Seguridad y Cumplimiento

Para fomentar un trabajo adecuado de la organización, es necesario asegurar el cumplimiento de normativas vigentes en las leyes nacionales y los organismos de control, como se explica a continuación.

3.5.2.1. Ley Orgánica de Protección de Datos Personales

Pesántez, et. al (2021) indica que, la Constitución del Ecuador exige la protección de datos personales, con el fin de supervisar y garantizar el cumplimiento de los principios y derechos, en relación con la protección de datos personales en el país. Por ello, BELLISFORGE garantizará la protección de información de los usuarios y proveedores, implementando:

- Políticas de privacidad para informar a los usuarios sobre la recopilación, manejo y archivo de sus datos.
- Verificación de accesos, para mantener la privacidad de la información.
- Autorización de los usuarios y proveedores para el uso de sus datos.

3.5.2.1. Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SUPERCIAS)

Los representantes legales de las compañías tienen la obligación de colaborar con los procesos de intervención, proporcionando la documentación requerida y cumpliendo las disposiciones emitidas por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (SUPERCIAS, 2022)

La empresa se constituirá legalmente mediante los controles de este organismo y desarrollará la prestación de servicios con el propósito de satisfacer las necesidades de sus clientes, generar rentabilidad y contribuir al desarrollo económico y social, cumpliendo con las disposiciones legales, laborales y tributarias establecidas en la Constitución del Ecuador.

3.5.2.2. Servicio de Rentas Internas (SRI)

Para el cumplimiento de las obligaciones tributarias durante el ejercicio laboral, según el artículo 83 de la Constitución, todos los habitantes del Ecuador tienen la responsabilidad de contribuir al financiamiento del Estado mediante el pago de los tributos previstos en la ley. (Constitución de la República del Ecuador, et. al 2016)

Toda empresa en línea debe cumplir con las obligaciones tributarias establecidas en la legislación ecuatoriana, entre ellas la declaración y pago del Impuesto a la Renta, cuando corresponda.

3.6. Localización o Ámbito de Aplicación

3.6.1. Macro Localización

La macro localización para la difusión de los cursos de capacitación, estaría en las parroquias urbanas del Distrito Metropolitano de Quito, que son un total de 32. El público objetivo son los trabajadores de cualquier ámbito laboral, del sector privado. Se excluye el sector educativo y el de la salud, debido a las normativas específicas que manejan en esas áreas y a restricciones de organismos de control.

3.6.2. Micro Localización

De las parroquias urbanas del Distrito Metropolitano de Quito, se excluyen los sectores residenciales de muy alta plusvalía como: Quito Tennis, Batán Alto, González Suárez, Rumipamba e Ñaquito. También, para visitas presenciales a empresas, por razones de seguridad, se excluyen sectores como: La Libertar, San Roque, La Colmena, entre otros.

Los sectores de mayor concentración de fábricas, son Ponceano, al norte y Guajaló al sur de Quito. En el resto de parroquias urbanas, se encuentran microempresas de todo tipo de productos y servicios, así como emprendedores y asociaciones de diversa índole.

En las parroquias de ubicación de las socias, son La Forestal y Turubamba. Los aliados estratégicos se encuentran en La Argelia y Guamaní. Si bien, se encuentran en el sur, por el carácter virtual del servicio, su campo de acción, se puede desplegar en toda la ciudad.

3.6.3. Factores de Decisión

La viabilidad para la puesta en marcha de la microempresa, considera una inversión económica posible de realizar, además de la inversión intelectual de las socias y la participación inicial de aliados estratégicos, que pueden esperar pagos en un tiempo determinado. Al contar con los recursos tecnológicos y contratar a docentes que cuenten con equipos adecuados, los costos para emprender con el proyecto, disminuyen radicalmente.

De la misma forma, si bien, el trabajo de las socias debe ser remunerado, en primera instancia, se establecen sus actividades administrativas y de promoción de los cursos, como una inversión, para recuperar en un mediano plazo.

En función del análisis de factores, realizado anteriormente, la toma de decisiones está relacionada con el tipo de público al que se dirigen las capacitaciones, que es el sector privado, excepto las áreas de salud y educación. Además, mientras no exista una capitalización suficiente de la empresa, no se establecerá un lugar físico para su funcionamiento.

3.7. Matriz de Impacto y Mitigación

3.7.1. Impactos Sociales, Ambientales y Económicos

A nivel social, la capacitación en la Inteligencia Artificial, todavía es vista con recelo por parte de los trabajadores, como una competencia laboral y, por otra parte, los empleadores, la ven como si reemplazara la inteligencia humana. Aunque ambas visiones son erróneas, estos sesgos en torno a las IAs, generan resistencia y falsas expectativas en el público objetivo. En cuanto a las otras capacitaciones, existe el riesgo de la intención de precarización laboral por parte de los empleadores.

A nivel ambiental, el impacto de esta empresa es mínimo, debido a que, en su funcionamiento, no requiere de una logística muy amplia de cadena de producción, sino de la movilización de las socias para las visitas a clientes. Para estimar la emisión de CO₂, se toman en cuenta el transporte de las socias a las empresas y el uso de los equipos tecnológicos en un

año, como se muestra en la tabla a continuación. No se considera la obsolescencia de equipos, debido a que, en el transcurso de un año, todavía están funcionales y no generan basura.

A nivel económico, la participación de las personas en los cursos, no es incluyente, puesto que tiene un costo, que, en principio, pagarían los propios interesados. Si bien, a nivel empresarial, recibirían este beneficio, pero, para personas naturales, deben contar con el recurso económico para acceder a estos conocimientos.

Tabla 27. Impacto ambiental de emisión de CO₂

Actividad	Emisión CO ₂ por hora	Horas diarias de uso	Horas anuales	Total
Traslado en transporte público, visitas a empresas.	0,029 kg	8	48	1,39
Uso de computadoras de las socias (x2).	0,0135 kg	20	6.600	89,10
Uso de computadoras de los docentes (x3).	0,020 kg	10	2.000	40,00
Uso de dispositivos tecnológicos de estudiantes (x300)	2 kg	3	50	100,00
Total				230,492

Fuente: Elaboración propia

Estas cifras indican una emisión de carbono extremadamente baja, según los estándares de contaminación establecidos por las normativas internacionales. Por ello, el proyecto, en términos de impacto ambiental, es completamente viable.

3.7.2. Plan de Mitigación

Para mitigar los impactos a nivel social, la capacitación de en Inteligencia Artificial, debe difundirse como una herramienta para optimizar la eficiencia del trabajador y no como un reemplazo de las actividades humanas en el ámbito laboral. A nivel ambiental, si bien, el impacto es mínimo, se prevé la contratación de servicios de *Moodle* en la nube, para que no sea necesario mantener las máquinas prendidas todo el tiempo. A nivel económico, para que el desarrollo de los cursos pueda ser más incluyente, se podría establecer, a mediano plazo, un sistema de padrinazgos para promover becas. Esto se podría generar en alguna fundación o empresa que financie los cursos, cada cierto tiempo, mediante los mecanismos de deducibilidad del Impuesto a la Renta por promover proyectos sociales, culturales o deportivos.

CAPÍTULO IV: Estudio Económico y Evaluación

4.1. Estructura Económica del Proyecto

4.1.1. Plan de Inversiones

Para determinar la viabilidad de la oferta de servicios de capacitación en línea, es necesario calcular cuánto es la inversión total de la puesta en marcha de la empresa. Por ello, se debe establecer alianzas y colaboraciones con instituciones que financien a microempresas en desarrollo, proyectar costos operativos e ingresos a futuro, diseñar un plan estratégico para evaluar si el proyecto justifica el uso de los recursos y genera ganancias para mantenerse en el mercado, cumpliendo las normativas legales vigentes.

Según lo expuesto anteriormente, al ser una empresa en línea, en la etapa preliminar la empresa no contará con infraestructura física, las operaciones se realizarán desde los domicilios de cada una de las socias. Por otro lado, las socias aportarán con el 32% para la puesta en marcha de la empresa en la etapa inicial, otorgando un valor de USD 4.440,00 lo cual, no solo se refiere a aporte monetario, sino se aportará bienes como: computadora, laptop, celulares, impresora, muebles y enseres, lo cual está valorado en USD 2.440,00 reduciendo el aporte monetario a USD 2.000,00.

Tabla 28. Activos fijos de la empresa

Activo fijo	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Observación
Computadora	1	200,00	200,00	Aporte de socias, en especie.
Laptop	1	500,00	500,00	Aporte de socias, en especie
Impresora	1	180,00	180,00	Aporte de socias, en especie
Celulares (2 socias)	2	600,00	1.200,00	Aporte de socias, en especie
Sillas ergonómicas	2	130,00	260,00	Aporte de socias, en especie
Mesas de escritorio	2	50,00	100,00	Aporte de socias, en especie
Total activos fijos			2.440,00	

Fuente: Elaboración propia

Para el desarrollo de la plataforma, se contrató a una especialista en diseño gráfico. La elaboración de contenidos académicos para los cursos lo realizarán los docentes encargados de impartir los cursos, como parte de la actividad propia de su contrato, que incluye las clases.

En la puesta en marcha de la microempresa se plantea el registro de marca comercial, la cual se realiza en el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI), para proteger los derechos de la plataforma la asignación de la marca tiene un valor de USD 208 con una duración de 10 años de protección. Además, se debe realizar una búsqueda de fonética el cual tiene un costo de USD 16, para verificar la disponibilidad de la marca.

Para que la página sea visible y accesible las 24 horas del día para proveedores y usuarios, se debe contratar un servicio de *Hosting* para *Moodle*. Debido a su capacidad de almacenamiento se optó por el *Hostinger* KVM 4 de 200 GB NVMe, con un costo de USD 12,99 al mes, con certificado SSL usualmente emitido por Let's Encrypt, el cual el proveedor lo incluye sin costo en el servicio de *hosting*. Adicionalmente, para que sea fácil recordar y encontrar la plataforma, se adquirirá un dominio con extensión .com, con un costo de USD 12,99 al año. También, se contratará un proveedor de internet de alta gama, con una velocidad 750 Mbps, con un costo de USD 710.64 anuales, contemplado para ambos domicilios.

Tabla 29. Activos intangibles de la empresa

Activos Intangibles	Valor
Desarrollo de la plataforma	300,00
Registro de marca (SENADI)	208,00
Búsqueda fonética	16,00
Dominio extensión.com (1 año)	12,99
Hostinger KVM 4 (200 GB NVMe) 1 año	155,88
Certificado SSL	0,00
Firmas electrónicas (2 socias)	50,00
Total activos intangibles	742,87

Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, se cuenta con alianzas estratégicas como: docentes, especialista en *marketing*, *software* y diseño gráfico que cuentan con disponibilidad de tiempo y experiencia en el campo aplicado. Su participación permitirá optimizar los tiempos de ejecución y la puesta en marcha de la empresa, la contratación se desarrollará bajo criterios de profesionalismo, asignación de funciones y el salario se establecerá de acuerdo con las responsabilidades asumidas.

De igual manera, las socias realizarán los trabajos administrativos y académicos, mientras se consolide la plataforma.

También, se debe contar con capital, para financiar los servicios básicos y de internet, para realizar las operaciones de manera óptima. Para este cálculo, se toma como referencia, el funcionamiento de la empresa por tres meses.

Tabla 30. Capital de trabajo

Capital de trabajo	Valor
Honorarios docentes	4.800,00
Honorarios socia académica	1.500,00
Honorarios socia administrativa	1.500,00
Honorarios de especialista en <i>Marketing</i>	800,00
Honorarios de especialista en <i>Software</i>	800,00
Internet (2 socias)	210,00
Servicios básicos (2 socias)	132,00
Total capital de trabajo	9.742,00

Fuente: Elaboración propia

Además, la microempresa debe acatar y regirse a diferentes organismos de control para su óptimo funcionamiento, como la SUPERCIAS, para cumplir con las disposiciones del ordenamiento jurídico vigente; por otra parte, el Registro de la Patente Municipal inicial, su apertura se realiza en el Municipio de Quito.

Entre los gastos operativos, se considera la contratación de un abogado especialista en derecho societario, para la elaboración de las minutas de la empresa y notarizarlos en la entidad correspondiente.

Una vez aprobada la escritura por SUPERCIAS, se debe ingresar el documento en el Registro Mercantil de Quito, para otorgarle personería jurídica legal a la microempresa. De igual manera, se debe cancelar las tasas notariales y los honorarios jurídicos de ley.

Asimismo, la empresa debe cumplir con obligaciones tributarias, como el Servicio de Rentas Internas (SRI), para gestionar el RUC, acceder a los servicios digitales para los respectivos pagos y realizar las declaraciones correspondientes.

Tabla 31. Gastos preoperativos

Gastos preoperativos	Valor
Honorarios jurídicos	600,00
Tasas notariales	325,00
Patente municipal	20,00
Registro mercantil	29,00
Total gastos preoperativos	974,00

Fuente: Elaboración propia

Se muestra a continuación el resumen del plan de inversión, para la puesta en marcha de la microempresa.

Tabla 32. Resumen plan de inversión

RESUMEN DEL PLAN DE INVERSIÓN	
Concepto	Valor
Activos fijos	2.440,00
Activos intangibles	742,87
Capital de trabajo	9.742,00
Gastos preoperativos	974,00
INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO	13.898,87

Fuente: Elaboración propia

4.1.2. Fuentes de Financiamiento

En relación con el financiamiento se contempló varias instituciones financieras como BanEcuador, cooperativas y otros bancos. La alternativa más conveniente es la Cooperativa JET. BELLISFORGE gestionaría un préstamo de USD 10.000 para cubrir el 68% de la inversión inicial, con una tasa nominal del 15,60%, con un plazo de 36 meses y una cuota mensual fija de USD 357,07. Esta alternativa resulta adecuada para una microempresa naciente, debido a que proporciona estabilidad en los pagos y facilita la administración de los recursos económicos durante el proceso de crecimiento empresarial.

De igual manera, las socias aportarán con el 32% para la etapa inicial un valor de USD 4.440,00 en este concepto, no solo se refiere a aporte monetario, sino se aportará bienes como se especificó anteriormente, reduciendo el aporte a USD 2.000,00.

4.1.3. Presupuesto de Ingresos

Como se indicó en acápite anteriores, se espera abrir cada uno de los cursos, con un mínimo de 15 personas. El presupuesto de ingresos, durante el primer año de funcionamiento de la empresa, considera un número total de 32 cursos para la modalidad sincrónica, en los horarios regulares e intensivos y un total de 16 cursos para la modalidad asincrónica. Este cálculo del número de cursos toma en cuenta que, cada 5 semanas se llevarán a cabo 2 capacitaciones distintas, dirigidas a 6 grupos diferentes.

Los cursos dirigidos a personas naturales tendrán un costo de USD 60 por usuario. Este pago permite el acceso a la plataforma, contenidos y funcionalidades propias de participantes, esto incluye: clases virtuales, material didáctico, material dinámico, recursos multimedia, actividades, herramientas de soporte y seguimiento académico, examen final y certificado de aprobación, estas opciones estarán disponibles para cualquier usuario matriculado, siempre que cuenten con acceso a internet.

De igual manera, se presenta el ingreso neto por ventas deduciendo el IVA recaudado. Así se establece cuál es el ingreso neto por los servicios ofertados. Estos valores se definieron mediante el análisis en torno a la competencia. Asimismo, se consideró la capacidad operativa de la microempresa, el alcance de la plataforma para ofertar los cursos y la demanda obtenida en el estudio del proyecto.

Tabla 33. Ingresos por matrículas

INGRESOS					
Concepto	# personas	Costo por cada matrícula	Costo total	Egreso IVA (-15%)	Ingreso
Matrículas individuales en horarios regulares, modalidad sincrónica.	240	60,00	14.400,00	1.879,20	12.520,80
Matrículas individuales en horarios intensivos, modalidad sincrónica.	240	60,00	14.400,00	1.879,20	12.520,80
Matrículas individuales en modalidad asincrónica.	240	60,00	14.400,00	1.879,20	12.520,80
Ingresos Totales					37.562,40

Fuente: Elaboración propia

4.1.4. Presupuesto de Costos

El presupuesto de costos corresponde a la proyección anual de los costos necesarios para la operación y funcionamiento de la microempresa.

Para determinar el costo de los cursos de BELLISFORGE se tuvo en cuenta los pagos a los instructores de USD 10 por hora de clase, por las 40 horas de duración total, que sería de USD 400. En este caso, se tendrán 32 cursos de la modalidad sincrónica, entre los horarios regulares y los horarios intensivos.

Asimismo, los docentes deben diseñar el contenido académico y desarrollar el material didáctico y las respectivas evaluaciones, especialmente de la modalidad asincrónica, en la cual, también se considera un costo de USD 400 de cada uno de los cursos, que en este caso son 6, que se repetirán varias veces. Otro costo que se considera, son todos los activos intangibles, que es un solo pago anual.

Tabla 34. Presupuesto de Costos

PRESUPUESTO DE COSTOS					
Concepto	Costo por cada curso	# Total de cursos	Costo parcial	Egreso IVA (15%)	Costo total
Pagos a docentes modalidad sincrónica	400,00	32	12.800,00	1.920,00	14.720,00
Pagos a docentes modalidad asincrónica	400,00	6	2.400,00	360,00	2.760,00
Activos intangibles					742,87
Costos Totales					18.222,87

Fuente: Elaboración propia

4.1.5. Presupuesto de Gastos

En el transcurso del primer año, los gastos se relacionan con el pago de honorarios de las socias, quienes estarían laborando a tiempo parcial, en todas las actividades administrativas, de coordinación académica, manejo de la plataforma, publicidad y visitas a empresas. Los honorarios de los especialistas en *software*, *marketing* y diseño gráfico, serán por servicios profesionales para actividades puntuales, en un rango de tiempo específico, no necesariamente durante el transcurso de todo el año. Esto implica, por ejemplo, el diseño de material publicitario, diseño de certificados, mantenimiento de la plataforma, entre otros.

Los gastos preoperativos son todos aquellos que permiten el funcionamiento legal de la empresa, para el inicio de las actividades, que son necesarios en el primer año y que se pueden ajustar en los siguientes. Entre ellos, está también, el pago del préstamo para la puesta en marcha de la empresa, con las cuotas mensuales establecidas en el financiamiento. Además, los gastos operativos, como los servicios básicos, de internet y el transporte público para la movilización de las socias para las visitas empresariales.

Tabla 35. Presupuesto de Gastos

PRESUPUESTO DE GASTOS						
Concepto	Mensual por cada persona	# Personas	# Meses	Subtotal	Egreso IVA (15%)	Total
Honorarios administrativos	380,00	2	12	9.120,00	1.368,00	10.488,00
Honorarios de especialista en <i>software</i>	100,00	1	4	400,00	60,00	460,00
Honorarios de especialistas en <i>marketing</i> y diseño gráfico	100,00	2	4	800,00	120,00	920,00
Gastos preoperativos				974,00		974,00
Pago de préstamo de cooperativa	357,07	1	12	4.284,84		4.284,84
Servicio de internet	35,00	1	12	420,00	0	420,00
Servicios básicos	22,00	1	12	264,00	0	264,00
Transporte	10,00	2	12	240,00	0	240,00
Gastos Totales						18.050,84

Fuente: Elaboración propia

4.1.6. Estado de Resultados Proyectado

Al comparar los ingresos que se generarían en el primer año, con todos los egresos, por concepto de costos y gastos, se encuentra que existe un margen de utilidad, que permite la sobrevivencia de la empresa.

Tabla 36. Estado de Resultados Proyectado

UTILIDAD			
Ingresos	Egresos		Utilidad (Ingresos – Egresos)
	Costos	Gastos	
37.562,40	18.222,87	18.050,84	1.288,69

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en la tabla, la utilidad es de USD 1.288,69 en el primer año. Esto indica que, si bien, no se contaría con un capital amplio para el funcionamiento del siguiente año, pero no se refleja saldo negativo.

4.1.7. Punto de Equilibrio

Con los cálculos realizados anteriormente, se establece que, la empresa, en el primer año, deberá realizar un mínimo de 48 cursos, dirigidos a 15 personas por cada curso, con un total de 720 personas, para que no exista pérdida y que se pueda mantener la empresa en funcionamiento.

Como se consigue una utilidad de USD 1.288,69, es posible continuar para el segundo año, tomando en cuenta que ya se han establecido los mecanismos para la captación de clientela. Estas cifras deberían subir, año tras año, para el crecimiento empresarial.

Es importante tomar en cuenta que se trata del primer año, donde todavía, la empresa está posicionándose en el mercado. Esta cifra es positiva, puesto que, en ese año, tanto las socias, como los docentes y el personal de apoyo estarían percibiendo honorarios, por lo tanto, no se estaría trabajando a pérdida. A partir del tercer año, se podrá tener liquidez, para cumplir obligaciones a mayor plazo que el segundo.

4.1.8. Flujo de Caja Proyectado

En el plazo de 5 años, para el flujo de caja proyectado, se tomarían en cuenta muchos de los ingresos y egresos especificados en el primer año, con ciertos cambios, en función de las necesidades puntuales. A partir del segundo año, existen rubros que ya no se deberían pagar, tales como: desarrollo de la plataforma, registro de marca, honorarios jurídicos y tasas notariales. Pero, existen costos y gastos que se incrementarían, tales como honorarios del personal, costos de servicios básicos, internet y otros.

Además, cada año, se actualizarían los materiales didácticos, los contenidos de los cursos y los cuestionarios de aprobación. Esto implica mantener el costo de los honorarios de los docentes. Se establece, a partir del tercer año, el incremento de horarios para atención a empresas, lo que implica el incremento del número de cursos; asimismo, el aumento de honorarios para todo el personal. En el segundo año, se incrementaría el internet, en un plan con mayor cobertura, por lo que se incrementaría a USD 450. Se proyecta una subida de USD

10 cada año. En el servicio de telefonía celular, se establecería un plan anual de USD 20 mensuales, pero proyectando para las dos socias a partir del tercer año. A partir del tercer año, los honorarios de los docentes, se incrementaría a USD 425 por cada curso; los honorarios de las socias, a USD 550 mensuales, considerando que también se incrementaría el tiempo de trabajo, aunque no llegue a tiempo completo. Los costos de los cursos incrementarían a USD 65 en el tercer año y a USD 70 el cuarto y el quinto año.

El tiempo de trabajo del personal de *software*, *marketing* y diseño gráfico, se incrementaría y también el costo por sus servicios. El tercer, cuarto y quinto año, se proyecta el trabajo de 5 meses, por USD 120 cada mes, considerando que son actividades puntuales y no un trabajo permanente.

En el segundo año no se tendría el gasto de las firmas electrónicas de las socias, pero en el tercer año, nuevamente aparecería este rubro, para 3 años, que sería de USD 90 para las dos socias. En cuanto a compras, en el tercer año, se proyecta una compra de una nueva computadora, por un costo de USD 1.500. Eso constituye una inversión, para mantener el servicio con criterios de calidad tecnológica.

Tabla 37. Flujo de Caja Proyectado

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo inicial		1.288,69	4.060,38	12.663,42	26.944,17
ENTRADAS DE EFECTIVO					
Ingresos netos por cursos	37.562,40	37.562,40	50.868,00	55.368,00	55.368,00
Otros ingresos	0	0	0	0	0
Total ingresos	37.562,40	37.562,40	50.868,00	55.368,00	55.368,00
SALIDAS DE EFECTIVO					
Costos del servicio	18.222,87	17.664,87	17.804,87	22.401,00	22.401,00
Gastos preoperativos	974	49	49	50	50
Gastos operativos	12.792,00	12.792,00	18.626,25	18.636,25	18.216,25
Pago préstamo	4.284,84	4.284,84	4.284,84	0	0
Compra de activos	0	0	1.500,00	0	0
Otros egresos	0	0	0	0	0
Total egresos	36.273,71	34.790,71	42.264,96	41.087,25	40.667,25
Flujo neto de efectivo	1.288,69	2.771,69	8.603,04	14.280,75	14.700,75
Saldo final	1.288,69	4.060,38	12.663,42	26.944,17	41.644,92

Fuente: Elaboración propia

Con este flujo de caja proyectado, al término de 5 años, se tendría una liquidez de USD 41.644,92. En ese momento, se podría planificar el arrendamiento de un local físico, para mejorar el funcionamiento interno de la empresa, de manera que las socias, los docentes y el resto del personal, pueda tener un entorno favorable para el desempeño de sus actividades y que los estudiantes tengan contacto directo con sus profesores. Con ello, se otorgaría un valor agregado y se podría ampliar la cobertura, con el inicio de clases presenciales.

4.1.9. Balance Proyectado

Para conocer la situación económica de la microempresa al finalizar un período determinado y el proceso financiero a futuro, se realiza este balance proyectado para verificar si se dispone de solvencia económica mostrando la evolución de los activos, pasivos y patrimonio. Su elaboración permite analizar la estabilidad económica del proyecto, verificar el crecimiento esperado y apoyar la toma de decisiones financieras para garantizar la sostenibilidad de la empresa. Asimismo, se observa lo que realmente posee la empresa, la disponibilidad del efectivo al finalizar cada año calculándolo desde el flujo de caja antes detallado. La deuda adquirida con la Cooperativa JET de USD 10.000 como monto inicial del crédito, se debe registrar el saldo pendiente de la deuda al cierre de cada año.

De igual manera, las utilidades que genere cada año la microempresa constituirán la liquidez para el mismo funcionamiento. La inversión que se realizará, será en el tercer año, con la compra de la computadora.

Asimismo, la utilidad proyectada se determinó a partir del flujo neto de efectivo, considerando que la proyección financiera no incorpora depreciaciones, amortizaciones, ni otros rubros contables. Por ello, el flujo neto coincide con la utilidad del ejercicio en cada período.

El siguiente balance, muestra una evolución favorable de la situación patrimonial de la empresa durante los cinco años de evaluación. Asimismo, se evidencia una disminución progresiva de las obligaciones financieras derivadas del préstamo adquirido para la puesta en marcha del proyecto. De igual manera, el patrimonio refleja un crecimiento sostenible como resultado de una gestión y operación adecuada de la empresa, lo que fortalece su estructura financiera y demuestra una adecuada capacidad para generar valor y respalda su sostenibilidad financiera en el mediano plazo.

Tabla 38. Balance Proyectado

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO					
Caja y bancos	1.288,69	4.060,38	12.663,42	26.944,17	41.644,92
Equipo de Oficina	2.080,00	2.080,00	3.580,00	3.580,00	3.580
Muebles y Enseres	360	360	360	360	360
Desarrollo de la plataforma	300	300	300	300	300
Registro de marca	208	208	208	208	208
TOTAL ACTIVO	4.236,69	7.008,38	17.111,42	31.392,17	46.092,92
PASIVO					
Préstamo por pagar	7.465,03	4.210,02	354,24	0	0
TOTAL PASIVO	7.465,03	4.210,02	354,24	0	0
PATRIMONIO					
Capital social	4.440,00	4.440,00	4.440,00	4.440,00	4.440,00
Utilidades acumuladas	0	1.288,69	4.060,38	12.663,42	26.944,17
Utilidad del ejercicio	1.288,69	2.771,69	8.603,04	14.280,75	14.700,75
TOTAL PATRIMONIO	5.728,69	8.500,38	17.103,42	31.384,17	46.084,92
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	13.193,72	12.710,40	17.457,66	31.384,17	46.084,92

Fuente: Elaboración propia

4.2. Evaluación del Proyecto

En este punto, se analizará si el proyecto genera beneficios económicos necesarios para recuperar la inversión y producir liquidez para su sostenibilidad. Por ello, se aplicarán los siguientes indicadores financieros que permiten medir la ejecución del proyecto:

- Valor Actual Neto (VAN) permite saber si el proyecto genera valor en términos absolutos e indica si conviene invertir en BELLISFORGE. Para calcular el VAN, se utilizó una tasa de descuento del 18,52 %, correspondiente a los costos y gastos totales del financiamiento obtenido en la simulación del crédito.

Se calculó en *Excel* la fórmula VNA, se colocó la tasa de descuento y los valores desde el año 1 hasta al año 5, a esta ecuación se le restó la inversión inicial y se obtuvo el VAN de este proyecto.

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t}$$

Siendo:

- I_0 la inversión inicial, con signo negativo, porque es dinero que egresa.
- F_t el flujo de caja del periodo total (en este caso, de 5 años).
- k la tasa de descuento (que, en este caso, es del 18,52% que es el financiamiento establecido por el crédito de la cooperativa).
- t el periodo de flujo de caja (que son 5 años).

Tabla 39. Cálculo VAN

INVERSIÓN		13.898,87			
TASA DE DESCUENTO		18.52 %			
PERÍODO	1	2	3	4	5
INGRESOS	37.562,40	37.562,40	50.868,00	55.368,00	55.368,00
EGRESOS	36.273,71	34.790,71	42.264,96	41.087,25	40.667,25
TOTAL	1.288,69	2.771,69	8.603,04	14.280,75	14.700,75
VAN= \$7.852,59					

Fuente: Elaboración propia

Cuando el VAN es mayor que cero, se puede hablar de un proyecto rentable. Por lo tanto, con este criterio, sí se obtiene rentabilidad, desde el primer año y crece en el término de 5 años.

- Tasa Interna de Rendimiento (TIR). Es el valor futuro o valor anual en una serie de ingresos y egresos. Es un índice de rentabilidad ampliamente aceptado, el cual demostrará si conviene invertir en este proyecto.

Para calcular el TIR, se tomó en valor negativo la inversión inicial, puesto que, se debe considerar el año cero, y se toma los demás años para obtener el resultado TIR en porcentaje. Este cálculo se realizó usando la fórmula TIR en *Excel*.

Tabla 40. Cálculo TIR %

VALORES PARA EL TIR					
Inversión (Año 0)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
-13898,87	1288,69	2771,69	8603,04	14280,75	14700,75
TIR= 34%					
Tasa de Descuento = 18,52%					
TIR – Tasa de Descuento = 15,48%					

Fuente: Elaboración propia

El resultado de TIR = 34% es superior a la tasa de descuento, que es el 18,52%. Con el porcentaje favorable del 15,48%, se deduce que el proyecto es rentable.

- Rentabilidad Sobre el Patrimonio (ROE por sus siglas en inglés). Para conocer cuál es esta rentabilidad, se toma los valores de la utilidad neta y el patrimonio total, con la siguiente fórmula:

Patrimonio = Capital Social + Utilidad del Ejercicio + Utilidades Acumuladas.

El Capital Social es el monto que invierten las socias en el año 0, que, en este caso es de USD 4.400 y se considera el mismo monto todos los años.

La Utilidad el Ejercicio es el resultado del flujo de caja.

Las Utilidades Acumuladas son las sumatorias de las utilidades de cada año, con el año anterior.

Tabla 41. Cálculo ROE

Indicador	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad del ejercicio	1288,69	2771,69	8603,04	14280,75	14700,75
Patrimonio total	5728,69	8500,38	17103,42	31384,17	46084,92
ROE	0,2249537	0,3260666	0,50300115	0,45503035	0,00318993
	22%	33%	50%	46%	32%

Fuente: Elaboración propia

Con los porcentajes obtenidos, se muestra que sí existe rentabilidad.

- Rentabilidad Sobre el Activo (ROA por sus siglas en inglés), representa la capacidad de la empresa para producir utilidades. Para ello, se utiliza la siguiente fórmula:

$$ROA = \left(\frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{Activos Totales}} \right) \times 100$$

La Utilidad Neta es la utilidad obtenida en el ejercicio del año.

El Activo Total es la sumatoria de los activos fijos y los corrientes, es decir de los bienes y dinero disponible al finalizar cada año.

Tabla 42. Cálculo ROA

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad Neta	1288,69	2771,69	8603,04	14280,75	14700,75
Activo Total	4236,69	7008,38	17111,42	31392,17	46092,92
ROA	0,30417378	0,39548227	0,502765989	0,45491439	0,31893727
	30%	40%	50%	45%	32%

Fuente: Elaboración propia

Con estas cifras, se concluye que, la empresa tiene capacidad para producir utilidades y no solamente para mantenerse vigente cada año.

- Plan de Recuperación. Para el plan de recuperación se debe medir el tiempo en el cual la empresa tardaría en recuperar la inversión. Para calcularlo, se inicia con la inversión inicial en negativo se suma con el flujo neto de efectivo para evidenciar si la inversión se recupera antes, durante o después del plan realizado.

Tabla 43. Plan de Recuperación

Año	Flujo del año	Flujo acumulado
0	-13.898,87	-13.898,87
1	1.288,69	-12.610,18
2	2.771,69	-9.838,49
3	8.603,04	-1.235,45
4	14.280,75	13.045,30
5	14.700,75	27.746,05

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en la tabla, hasta culminado el tercer año, todavía se tienen cifras negativas, que significa que no se ha recuperado la inversión. Sin embargo, en el cuarto año ya se recupera la inversión y en el quinto año, se tiene utilidades importantes.

PLAN DE CONTINGENCIA Y SALIDA

Matriz de Situaciones Adversas

Con esta matriz se identifica y establece estrategias preventivas y correctivas para minimizar su impacto y garantizar la continuidad de las operaciones. Esto permite anticiparse a los problemas, reducir sus efectos negativos y asegurar el cumplimiento de los objetivos estratégicos de la empresa.

Tabla 44. Matriz de Situaciones Adversas

IDENTIFICACIÓN DEL RIESGO		ANÁLISIS DEL RIESGO		EVALUACIÓN DEL RIESGO	
Nº	Situación adversa	Causa	Efecto	Probabilidad	Nivel de riesgo
1	Usuarios con mala conexión a Internet endosan el problema a la plataforma institucional.	Deficiente servicio de Internet del usuario o fallas del proveedor de conectividad.	Reclamos, insatisfacción del cliente y afectación de la imagen institucional.	Alta	
2	Alta competitividad en el negocio de plataformas de capacitación en línea, puede elevar costos y bajar rentabilidad.	La competencia ofrece descuentos, horarios más flexibles y acompañamiento personalizado.	Reducción de rentabilidad, de clientes y mayor inversión en marketing y promociones.	Alta	
3	Presencia de <i>coaching</i> o consultores que ofrecen contenidos poco técnicos pero muy llamativos.	Crecimiento de asesores independientes con fuerte presencia en redes sociales y estrategias comerciales agresivas.	Preferencia de algunos usuarios por estos servicios y disminución de la contratación de cursos especializados.	Media	
4	Fallas técnicas o interrupciones de la plataforma virtual.	Problemas del servidor, mantenimiento o errores del sistema.	Suspensión temporal del servicio, pérdida de confianza y posibles reembolsos.	Baja	
5	Renuncia o indisponibilidad de docentes o especialistas.	Motivos personales, laborales o incumplimiento contractual.	Retrasos en el desarrollo de cursos y afectación de la calidad del servicio.	Baja	
6	Incremento de los costos operativos.	Aumento de precios en <i>hosting</i> , <i>software</i> , licencias, publicidad o servicios tecnológicos.	Disminución del margen de utilidad y necesidad de reajustar el presupuesto.	Media	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 45. Nivel de Riesgo

NIVEL DE RIESGO
Riesgo Bajo
Riesgo Moderado
Riesgo Alto
Riesgo Exagerado

Fuente: Elaboración propia

Medidas de Mitigación y Alternativas

En este punto, se tomó en cuenta las acciones preventivas y correctivas que la microempresa implementará para reducir la probabilidad de ocurrencia de un riesgo o disminuir su impacto en caso de que se presente. Se prevén estas medidas, para mantener la actividad de la empresa en forma permanente, en busca de credibilidad de la clientela.

Tabla 46. Medidas de Mitigación y Alternativas

No.	Situación adversa	Medidas de mitigación	Alternativa
1	Usuarios con mala conexión a Internet	Informar los requisitos técnicos antes de iniciar el curso, grabar todas las clases y ofrecer material descargable.	Permitir que el estudiante acceda posteriormente a las grabaciones y brindar soporte técnico personalizado.
2	Alta competitividad	Actualizar periódicamente los contenidos, diferenciar la oferta académica, mejorar la atención al cliente y fortalecer la marca.	Diseñar nuevos cursos especializados, ofrecer paquetes corporativos y promociones temporales.
3	Competencia de <i>coaching</i> o consultores	Garantizar que los cursos sean impartidos por profesionales calificados, con contenidos actualizados y metodología práctica.	Resaltar certificaciones, experiencia profesional y casos reales de éxito en las campañas publicitarias.
4	Mercado limitado al sector privado	Diversificar la oferta en el sector privado, como: emprendedores, estudiantes y profesionales independientes.	Diseñar programas específicos para nuevos segmentos de mercado.
5	Fallas de la plataforma	Realizar mantenimiento preventivo, copias de seguridad y monitoreo permanente del servidor.	Activar servidores de respaldo y utilizar plataformas alternativas para continuar las clases.
6	Incremento de costos operativos	Revisar periódicamente el presupuesto, negociar con proveedores y optimizar el uso de recursos tecnológicos.	Reestructurar temporalmente el presupuesto y priorizar los gastos esenciales hasta estabilizar la operación.

Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES

Se identificó las diversas necesidades de capacitación, mediante una encuesta 100 personas, de distintas edades y perfiles profesionales. Con ello, se estableció que los cursos a ofertar serían: Inteligencia Artificial Aplicada al Trabajo, Inteligencia Emocional, Liderazgo y Gestión de Equipos, Servicio y Atención al Cliente, Manejo del Estrés Laboral y Comunicación Efectiva. De estos cursos, se evidenció que los empleados sienten la necesidad de capacitarse en inteligencia artificial y en inteligencia emocional; mientras que, los jefes de las empresas, prefieren formación de sus empleados en atención al cliente y comunicación efectiva.

Se diseñó el prototipo de la plataforma de la empresa BELLISFORGE, con la información correspondiente a la empresa y a los servicios que presta. Para ello, se creó un manual de marca y la visualización de la página web, con página de inicio, pestañas de acceso a la visión, misión, valores, perfiles de las socias, los cursos que se ofertan, los costos, el registro de inscripción, horarios, modalidades y contactos.

Se evaluó el prototipo de la plataforma, mediante la técnica de grupo focal, con el cual se determinó que la usabilidad resultó muy fácil, el diseño minimalista y el uso del color morado, fue atractivo para los posibles usuarios, por la imagen de seriedad y de solvencia académica. Si bien, el nombre de la empresa no se relaciona directamente con el servicio que presta, con el diseño del logo se aprecia el giro de la organización. El prototipo cuenta con información suficiente y clara, para la comprensión de los cursos ofertados, las modalidades, horarios, costos y formas de pago.

Se desarrolló el manual de estratégico y corporativo de la empresa BELLISFORGE, en el cual se detalla ampliamente la naturaleza y estructura organizacional, la política, las características del personal y de las socias, las características de las capacitaciones propuestas, sus principales contenidos, el análisis de factores internos y externos, las estrategias para el posicionamiento y la continuidad en el mercado en el plazo de 5 años y el análisis económico.

Con una inversión inicial de USD 13.898,87, de la cual, USD 10.000 serían financiado mediante préstamo a una tasa de descuento de 18,52%, desarrollando 48 cursos en el primer año de funcionamiento, se tendría una utilidad de USD 1.288,69. En el tercer año, incrementando el número de cursos a 60, se podría realizar una inversión con la compra de una nueva computadora. Al término de 5 años, se tendría un saldo final de USD 41.644,92. Esta última cifra indica un crecimiento considerable de la empresa. De esta manera, con un VAN

de USD 7.852,59 y un TIR del 34% y un porcentaje favorable del 15,48% se concluye, que existe rentabilidad.

Al establecer esta capacidad de generar utilidades, en el transcurso de los años, la empresa puede crecer y realizar inversiones en equipos, materiales, insumos, infraestructura, que le permita ampliar el mercado y posiblemente, ampliar también otras ofertas de capacitación y otras modalidades, como puede ser la presencial.

RECOMENDACIONES

Se recomienda, a futuros investigadores de temas similares o a diferentes tipos empresas, que desarrollen el manual estratégico y corporativo de la empresa, para contar con un análisis profundo de su funcionamiento, sus características, su entorno y el estudio económico, con el fin de conocer las posibilidades reales de su crecimiento y las metas que se pueden proponer.

En cuanto a la ejecución de entrevistas, se recomienda a nuevos investigadores, que busquen informantes de calidad, es decir, que tengan conocimientos especializados en el tema a tratar, con el fin de recabar información relevante, puesto que aporta saberes puntuales para nutrir el estudio con mayor eficacia.

De igual manera, aplicar la técnica de grupo focal, permite contar con información cualitativa que permite ampliar el espectro del tema, con retroalimentaciones de aspectos no considerados por el investigador. Se recomienda esta técnica, especialmente para evaluaciones de productos creados.

Se recomienda a las socias de la empresa BELLISFORGE mantenerse en una capacitación continua, tanto en ámbito de la administración, como en la docencia. Además, que sean también participantes de los cursos que ofertan, de manera que, en un mediano plazo, puedan, eventualmente, ser instructoras en su propia empresa. De esta manera, podrían enfrentar situaciones adversas, para mitigar riesgos.

BIBLIOGRAFÍA

- Administrador, & Administrador. (2024, November 4). El emprendimiento: ¿qué es y para qué sirve? Descubre la clave para que tu proyecto se mantenga a flote. Ventana | EBC. <https://www.ebc.mx/ventana/emprendimiento-que-es-y-para-que-sirve/>
- Aguilera, C. (2026a, January 13). 5 software para capacitación de personal. Blog De E-learning. <https://www.ispring.es/blog/software-capacitacion-de-personal>
- Aguilera, C. (2026b, February 12). ¿Qué es capacitación y desarrollo? La clave del éxito empresarial. Blog De E-learning. <https://www.ispring.es/blog/capacitacion-y-desarrollo>
- Alvarado, E. (2024a, October 9). ¿Qué son las herramientas digitales? Aprovecha la tecnología en tu negocio. Zenvia. <https://zenvia.com/es/blog/herramientas-digitales/>
- Amores, Y. (2026, June 29). LMS: qué es y sus beneficios clave para empresas | isEazy. isEazy. <https://www.iseazy.com/es/guias/lms-learning-management-system/>
- Anáhuac Online. (2025, September 8). ¿Qué es LMS? Descubre todo lo que necesitas saber. <https://online.anahuac.mx/contenidos-educativos/educacion-virtual/que-es-lms/>
- Aspasia. (2025). Capacitación online. <https://grupoaspasia.com/glosario/capacitacion-online/>
- Boletines 2025 - intersri - Servicio de Rentas Internas. (n.d.). <https://www.sri.gob.ec/boletines-2025>
- Cdmx, I. (2022, June 1). ¿Qué es la competitividad empresarial? - IMEF CDMX. IMEF CDMX. <https://cdmx.imef.org.mx/blog/que-es-la-competitividad-empresarial/>
- CEC-EPN. (2026). Inicio-Cursos. <https://www.cec-epn.edu.ec/cursos/>
- Cerem, Comunicación. (2024, December 16). Competitividad empresarial: ¿Cómo ayuda a las organizaciones? <https://www.cerem.es/blog/competitividad-empresarial-como-ayuda-a-las-organizaciones/>
- Chiavenato, I. (2007). Administración de recursos humanos (Jesús Mares Chacón & Marcela I. Rocha Martínez, Eds.; P. Mascaró Sacristán, M. D. C. Hano Roa, F. Solares

Altamirano, & J. L. Rodríguez Tepezano, Trans.; Octava) [eBook]. McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Chiavenato, I. (2009). Gestión del talento humano (M. P. Guzmán Brito, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, & Universidad Nacional Autónoma de México, Eds.; Elsevier Editora Ltda., Trans.; Tercera). McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Clavijo, C. (2022, June 30). Competitividad empresarial: qué es, importancia, tipos y ejemplos. HubSpot Blog. <https://blog.hubspot.es/sales/competitividad-empresarial>

Colman, H. (2026, January 12). ¿Qué es un LMS y por qué es esencial para el aprendizaje corporativo? Blog De E-learning. <https://www.agring.es/blog/what-is-lms>

Constitución de la República del Ecuador, & SRI, S. (2016). [Artículo 83 de la Constitución de la República del Ecuador y Resolución del SRI N° NAC-DGERCGC16-067] [Legal]. Business Solutions C. Ltda.
http://www.businesssolutions.ec/pdf/FEB2016_Noticia_Nuevo_formulario_102_Renta_personas_naturales.pdf

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR. (2008). pueblo soberano del Ecuador. In Registro Oficial (art 66, n 19).
https://www.ecuadorencifras.gob.ec/LOTAIP/2017/DIJU/octubre/LA2_OCT_DIJU_Constitucion.pdf

Coppola, M. (2025, August 18). Plataforma digital: tipos, accesos, usos y utilidades. HubSpot Blog. <https://blog.hubspot.es/website/que-es-plataforma-digital>

Dueñas, S. J. D. (2023, March 30). ¿Qué son las herramientas digitales? - Adex. Adex. <https://adex.edu.pe/nota/que-son-herramientas-digitales/>

Empresariales, D. E. C. (2023). 4 factores fundamentales de la competitividad empresarial. <https://blog.up.edu.mx/doctorado-en-ciencias-empresariales/4-factores-fundamentales-de-la-competitividad-empresarial>

Epim, A. (2026, June 17). ¿QUÉ ES E-LEARNING? EPIM. <https://epim-educacion.com/e-learning/>

Esep. (2022, 5 diciembre). Competencias laborales: qué son y cuál es su importancia. ESEP.

<https://esep.com.ar/blog/competencias-laborales-que-son-y-cual-es-su-importancia/>

Figueroa Hernández, C. F. (2025). Plan de mejora para la atención al cliente del almacén de la Asociación de Empleados Pronaca, ubicado en la ciudad de Quito. In Ana Tulcán & Sebastián Pérez, UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL [Thesis].

<https://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/4439/1/UISRAEL-EC-MASTER-ADME-GP-PRO-348.242-2025-012.pdf>

GACETA TRIBUTARIA DIGITAL No: 0091-M. (2021). In GACETA TRIBUTARIA DIGITAL.

https://www.quito.gob.ec/documents/Portal_tributario/2021/Gaceta_Digital_No_91M_2021.pdf

García, A. O., & Pérez, J. C. H. (2012). LAS COMPETENCIAS LABORALES: UNA CONSTRUCCIÓN RECÍPROCA ENTRE LO INDIVIDUAL y LO GRUPAL.

Redalyc.org. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29223246011>

Giraldo, M. A., Castillo, B. M., & Serrano, M. A. (2013). El factor del talento humano en las organizaciones. Ingeniería Industrial.

<https://www.redalyc.org/pdf/3604/360433593002.pdf>

Guzmán-Sánchez, X., & Esquivel-Rivero, Y. (2025). Uso de herramientas digitales innovadoras para optimizar la enseñanza y el aprendizaje del inglés en bachillerato. 593 Digital Publisher CEIT, 10(3), 196–203.

<https://doi.org/10.33386/593dp.2025.3.3133>

Guzzetti, P. C. (2020). Plataforma virtual: una herramienta didáctica para el Proceso de Enseñanza Aprendizaje. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 2, 860–877. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v4i2.122

Hr, R. (2026, 30 junio). Talento humano: ¿Qué es? ¿Cuál es su importancia en empresas? | Runa HR. Runa HR. <https://runahr.com/mx/recursos/hr-management/que-implica-la-gestion-del-talento-humano/>

Impuesto a la Renta - intersri - Servicio de Rentas Internas. (n.d.).

<https://www.sri.gob.ec/impuesto-renta>

- ISO (Organización Internacional de Normalización), ISO, T. 176, & ISO/TC 176. (2015). Norma internacional ISO 9001:2015. In Secretaría Central de ISO, Translation Working Group, T. 176 ISO, Spanish Translation Task Force (STTF), ISO/TC 176, COPANT (Comisión Panamericana de Normas Técnicas), & INLAC (Instituto Latinoamericano de la Calidad), Sistemas De Gestión De La Calidad - Requisitos (Quinta edición). https://sgc.inab.gob.gt/consultas/images/estrategicos/e2-gestion-de-calidad/normativa/Norma_ISO_9001-2015pdf.pdf
- Liderazgo Capacitación y Eventos. (2026, 14 julio). Cursos y diplomados online en Ecuador | Liderazgo Capacitación. <https://www.liderazgo-online.com/>
- Lopez, J. (2024, April 16). Empresas de servicios, aprende a identificarlas. Grupo IOE. <https://grupoioe.es/empresas-de-servicios/>
- Magaña, K. N. Á., Prats, G. M., & Álvarez, A. D. G. (2021). La importancia del control interno en el área de ingresos de una empresa comercial. Publicaciones E Investigación, 15(1). <https://doi.org/10.22490/25394088.4692>
- Molina, J., Oña, J., Tipán, M., & Topa, S. (2019). Análisis financiero en las empresas comerciales de Ecuador. REVISTA DE INVESTIGACIÓN SIGMA, 5(01), 8. <https://doi.org/10.24133/sigma.v5i01.1202>
- Moncayo, M. (2018, 17 diciembre). Análisis de los procesos de registro y control de la propiedad intelectual en el Ecuador. <https://eumed.net/rev/oel/2018/12/propiedad-intelectual-ecuador.html>
- Muñoz Chávez, X. & SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS. (2001). REGLAMENTO DE INTERVENCION POR LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS. In Resolución De La Superintendencia De Compañías 12. https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/Intervencion-cias.pdf
- Pesántez Benítez, J., Poz, H. D., & Duque, J. R. (2021). NACIONAL, A., PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR, LEY ORGÁNICA DE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES. In Registro Oficial.

- Reales, J. M. (2025, July 9). Modalidades de aprendizaje virtual: tecnología, innovación y desafíos. EvolMind. https://www.evolmind.com/blog/modalidades-de-aprendizaje-virtual-tecnologia-innovacion-desafios/#elementor-toc_heading-anchor-0
- Rodríguez, L. (2018). PLAN DE CONTINGENCIAS. https://sinia.minam.gob.pe/sites/default/files/siar-huancavelica/archivos/public/docs/plan_de_contingencia.pdf
- Rodríguez-Ayala, A. E., Ayala-Tigmasi, R. A., Anchundia-Aristega, Y. X., Días-Pilatasig, M. J., & Arias-Arias, J. L. (2024). Journal of Economic and Social Science Research / Vol. 04 / Núm. 04 / pág. 278 ISSN: 2953-6790 Octubre–Diciembre2024. Análisis del modelo ERCA y su aporte en las planificaciones curriculares. <https://doi.org/10.55813/gaea/jessr/v4/n4/147>
- Runa HR. (2026, March 21). Competencias laborales: ¿Qué son? ¿Cuáles hay? | It-Tools. Runa HR. <https://runahr.com/mx/recursos/hr-management/competencias-laborales/>
- Salazar, J., Mora, N., Romero, W., & Ollague, J. (2020). Diagnóstico de la aplicación del ciclo PHVA según la ISO 9001:2015 en la empresa INCARPALM. 593 Digital Publisher CEIT, 5(6–1), 459–472. <https://doi.org/10.33386/593dp.2020.6-1.440>
- SÁNCHEZ ORBEA, S. C. (2023). PLAN DE MEJORA EN LA PERCEPCIÓN DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA CERVECERÍA ARTESANAL SR 55 EN LA CIUDAD DE QUITO. In Ana Lucía Tulcán, UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL. <https://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/3813/1/UISRAEL-EC-MASTER-ADME-378.242-2023-017.pdf>
- Sánchez Padilla, L. V., & Peñarreta Guevara, J. D. (2022). Estudio comparativo de los Learning Management Systems (LMS). <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/11350/1/UNACH-EC-FCEHT-PCEINF-0009-2023.pdf>
- SEO Cómo triunfar en buscadores. (2024, 24 MARZO). Google Books. https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=rJ0bIFsEcjcC&oi=fnd&pg=PA7&dq=SEO&ots=b6_Ou8i67e&sig=9NVpLkF_VAMMJrIcA2MJHxOyig&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

- Simisterra, Q. E. P., Rosa, M. R. A., & Suárez, L. S. C. (2018). La viabilidad de un proyecto, el valor actual neto (VAN) y la tasa interna de retorno (TIR). In PRO-SCIENCES: REVISTA DE PRODUCCIÓN, CIENCIAS E INVESTIGACIÓN. <https://core.ac.uk/download/pdf/233603324.pdf>
- SUPERCIAS - Institución. (2022). <https://www.supercias.gob.ec/portalscv/Institucion.php>
- Tecana American University. (2025). ¿Qué es el Aprendizaje Digital? <https://tauniversity.org/que-es-el-aprendizaje-digital>
- Tejada Zabaleta, A. (2003). Los modelos actuales de gestión en las organizaciones. gestión del talento, gestion del conocimiento y gestión por competencias [Journal-article]. Psicología Desde El Caribe, núm. 12, 115–133. <https://www.redalyc.org/pdf/213/21301208.pdf>
- Toapanta, K., & Toapanta, K. (2025, August 8). ¿Tu empresa está preparada para el futuro? Descubre la importancia de la capacitación. ITSQMET. <https://itsqmet.edu.ec/capacitacion/>
- Uzcátegui Sánchez, C., 1, POZO Sulbaran, B., 2, ESPINOZA Sotomayor, M. F., 3, & BELTRÁN Vega, A., 4. (2018). Principales métodos de evaluación de proyectos de inversión para futuros emprendedores en el Ecuador. In HOME Revista ESPACIOS (Vol. 39, Issue 24, p. 23). <https://www.revistaespacios.com/a18v39n24/a18v39n24p23.pdf>
- Vital, M. (2021). Plataformas educativas y herramientas digitales para el aprendizaje Educational Platformsand Digital Tools for Learning. Vida Científica Boletín Científico de la Escuela, 9(18). <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/prepa4/article/view/7593/8211>

ANEXOS

Anexo A. Instrumento de encuesta

19/02/20, 20:30

Encuesta

Encuesta

Manual para la creación de la plataforma de capacitación en línea "Bellaforge" en la ciudad de Quito, periodo 2026.

La presente encuesta forma parte de una investigación académica.

Su objetivo es recolectar datos para diseñar una plataforma digital y brindar servicios enfocados al talento humano. La participación es voluntaria y anónima; los datos serán utilizados exclusivamente con fines académicos.

Instrucciones:

- Lea cada pregunta con atención y marque con una X la opción que Ud. considere pertinente.

* Indica que la pregunta es obligatoria

1. Correo electrónico *

2. Marca solo un óvalo.

☐ Opción 1

3. Seleccione su rango de Edad *

Marca solo un óvalo.

☐ De 20 a 30

☐ De 31 a 40

☐ De 41 a 50

☐ De 51 en adelante

4. Sexo *

Marca solo un óvalo.

☐ Masculino

☐ Femenino

5. Instrucción *

Marca solo un óvalo.

☐ Bachillerato

☐ Técnico/Tecnológico

☐ Licenciatura/Ingeniería

☐ Cuarto nivel: Maestría/PhD

6. ¿Dispone de servicio de internet? *

Marca solo un óvalo.

☐ Si

☐ No

7. ¿Le interesa seguir cursos de capacitación digital para mejorar habilidades blandas y duras? *

Marca solo un óvalo.

☐ Si

☐ No

☐ TAL VEZ

11/03/20, 20:30

Encuesta

8. ¿Qué modalidad prefiere para seguir las clases virtuales? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ En vivo, con acompañamiento de un docente.
- ☐ Prefiero acceder de forma autónoma según mis necesidades.
- ☐ Ambas opciones.

9. ¿En qué días y en qué horarios le gustaría recibir clases virtuales?

Marca solo un óvalo por fila.

	Entre las 6:00 a 10:00	Entre las 10:00 a 14:00	Entre las 14:00 a 18:00	Entre las 18:00 a 22:00	Entre las 22:00 a 24:00
Lunes	☐	☐	☐	☐	☐
Martes	☐	☐	☐	☐	☐
Miércoles	☐	☐	☐	☐	☐
Jueves	☐	☐	☐	☐	☐
Viernes	☐	☐	☐	☐	☐
Sábado	☐	☐	☐	☐	☐
Domingo	☐	☐	☐	☐	☐

10. ¿Le gustaría tener foros o espacios de interacción? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Sí.
- ☐ No.

11. ¿Sobre qué temas le gustaría tener clases virtuales? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Inteligencia emocional.
- ☐ Servicio y atención al cliente.
- ☐ Inteligencia Artificial aplicada al trabajo.
- ☐ Comunicación efectiva.
- ☐ Manejo de estrés laboral.
- ☐ Liderazgo y gestión de equipos.
- ☐ Otros:
- ☐ _____

12. ¿Este tipo de capacitaciones son necesarias para su desarrollo profesional? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Verdadero
- ☐ Falso

Google no creó ni aprobó este contenido.

Google Formularios

Anexo B. Instrumento de Entrevistas

Formato de entrevistas

Manual para la creación de la plataforma de capacitación en línea "Bellisforge" en la ciudad de Quito, período 2026.

Objetivo de la entrevista: Recopilar la opinión de expertos sobre las necesidades, información y aspectos fundamentales para el diseño de una plataforma de capacitación en línea dirigida a empresas privadas.

Datos del entrevistado #1

Perfil: El profesional entrevistado, es Supervisor de Operaciones de la Empresa Papa John's y tiene a su cargo 24 impulsores/vendedores.

Preguntas:

1. ¿Cuáles son los principales problemas que usted encuentra en la ejecución de las labores diarias en los empleados a su cargo?
2. ¿Cuáles serían las actitudes esperadas por usted, por parte de los empleados en las labores diarias?
3. ¿Qué comportamientos o actitudes de los empleados, representan un riesgo para la fidelización del cliente?
4. ¿Cuáles son las estrategias que la empresa implementa para garantizar la buena atención al cliente?
5. ¿Qué tipo de capacitaciones son necesarias en la empresa en este momento?

Datos del entrevistado #2

Perfil: La profesional entrevistada es docente, licenciada en ciencias de la educación, con experiencia en educación general básica y en educación virtual en escuelas de conducción.

Preguntas:

1. ¿Cuáles serían los recursos didácticos más eficaces para una capacitación virtual, con clases sincrónicas?

2. ¿Cuáles componentes se deberían usar en una plataforma virtual para capacitaciones sobre talento humano, dirigidas a personas que trabajan y tienen poco tiempo disponible?
3. ¿Cuáles serían los recursos didácticos más eficaces para una capacitación virtual, con clases totalmente asincrónicas?
4. ¿Qué consideraciones se deben tomar en cuenta para realizar los reactivos para las evaluaciones de opción múltiple?
5. ¿Cuáles serían otras formas de evaluación, que permitan medir el aprendizaje de manera cualitativa, donde se exponga el compromiso de la persona para potenciar su mejora continua?

Datos del entrevistado #3

Perfil: El profesional entrevistado es licenciado en ciencias de la educación en el área de la informática, con dominio en el diseño en software.

Preguntas:

1. ¿Qué capacidades de hardware y recursos de memoria RAM se requieren en el servidor para soportar la infraestructura de la plataforma virtual y la carga concurrente de estudiantes y docentes en los cursos?
2. ¿Cuál sería el software más adecuado para el diseño de la plataforma virtual para los cursos de capacitación?
3. ¿Cómo se puede lograr que los estudiantes tengan fácil acceso a la plataforma con dispositivos como un celular?
4. ¿Cuáles serían las recomendaciones para el mantenimiento de la plataforma?
5. ¿Qué recomendaría para contar con seguridad información, de manera que no se vulneren los datos de la empresa y de los usuarios?

Anexo C. Guía del Focus Group

Objetivo: Recopilar las opiniones y expectativas de los participantes respecto a la propuesta para la creación de una plataforma de capacitación en línea, en la ciudad de Quito, período 2026.

La sesión se llevo a cabo, mediante Google Meet la cual tuvo una duración de 90 min.

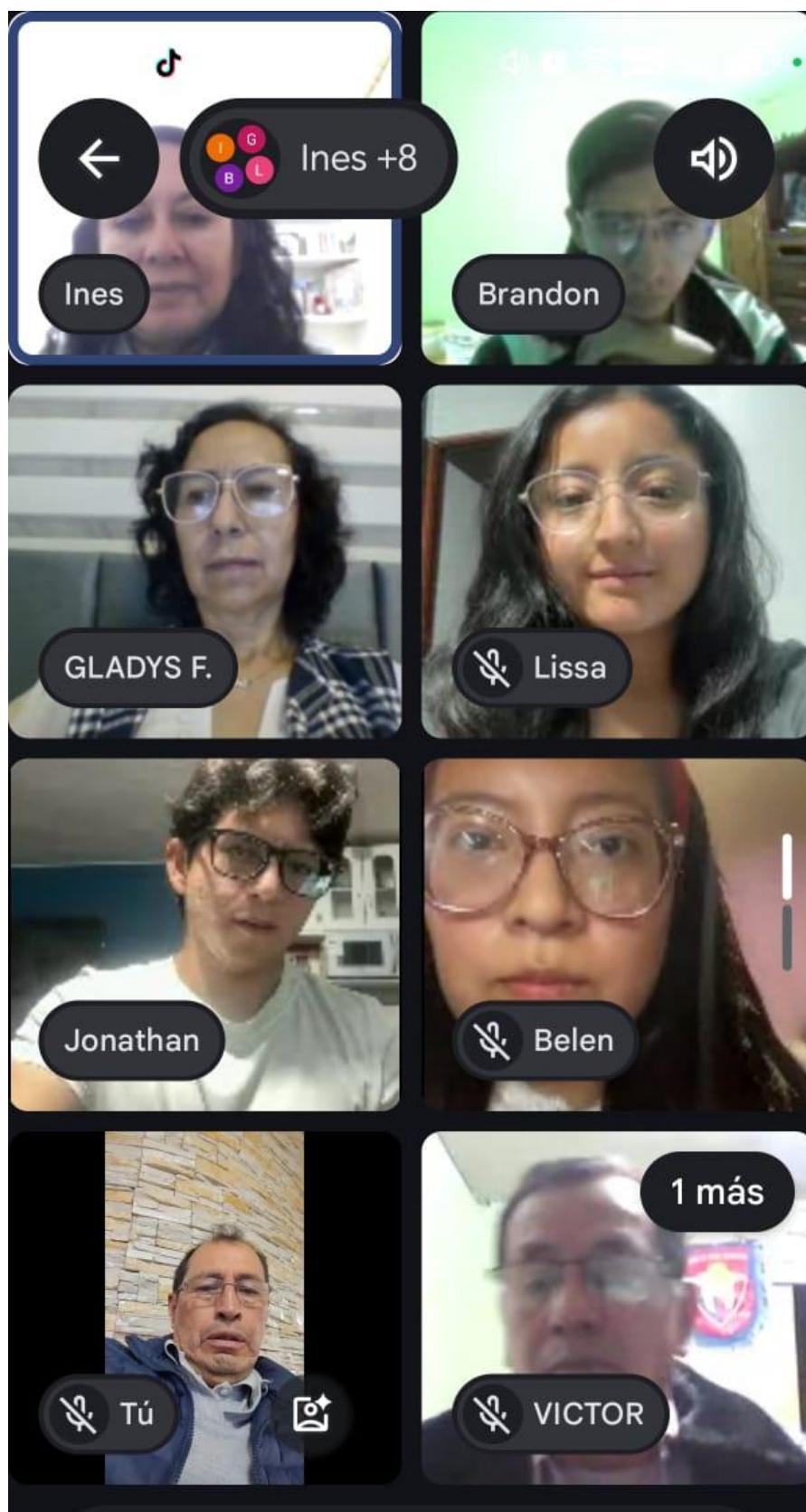
Participantes:

- Especialista en *Software*.
- Profesional de Talento Humano.
- Especialistas en docencia.
- Profesional interesado en capacitación continua.
- Posibles usuarios.

Preguntas:

1. ¿Qué opinión tienen sobre la usabilidad de la plataforma?
2. ¿El logo de la empresa llama la atención?
3. ¿Qué opinión tienen sobre el diseño gráfico de la plataforma?
4. ¿Qué imagen proyecta la plataforma acerca de la empresa?
5. ¿Se comprende a qué público se dirige esta empresa?
6. ¿El público podría tener una visión general de la empresa, con los datos que se encuentran en la plataforma?
7. ¿Se ven llamativos los nombres de los cursos y de los módulos que contienen?
8. ¿El público podría intuir fácilmente los contenidos de cada curso?
9. ¿Cuáles serían los obstáculos para llevar a cabo los cursos?
10. ¿Se comprenden las modalidades existentes y los mecanismos de pago?

Anexo D. Evidencia del Grupo focal mediante sesión de Meet para validación de la plataforma virtual



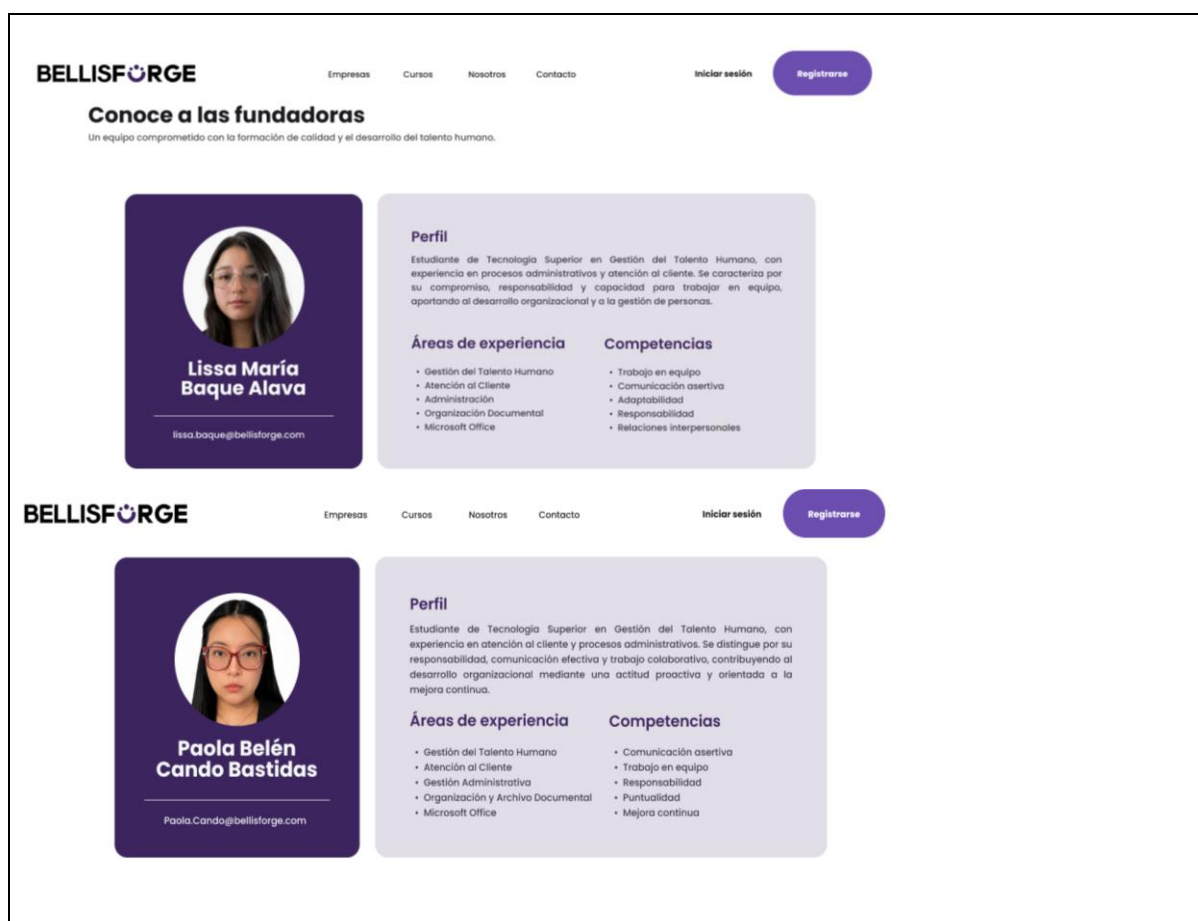
Fuente: Captura de pantalla obtenida durante el desarrollo del Focus Group. Elaboración propia, 2026

Anexo E. Manual de marca



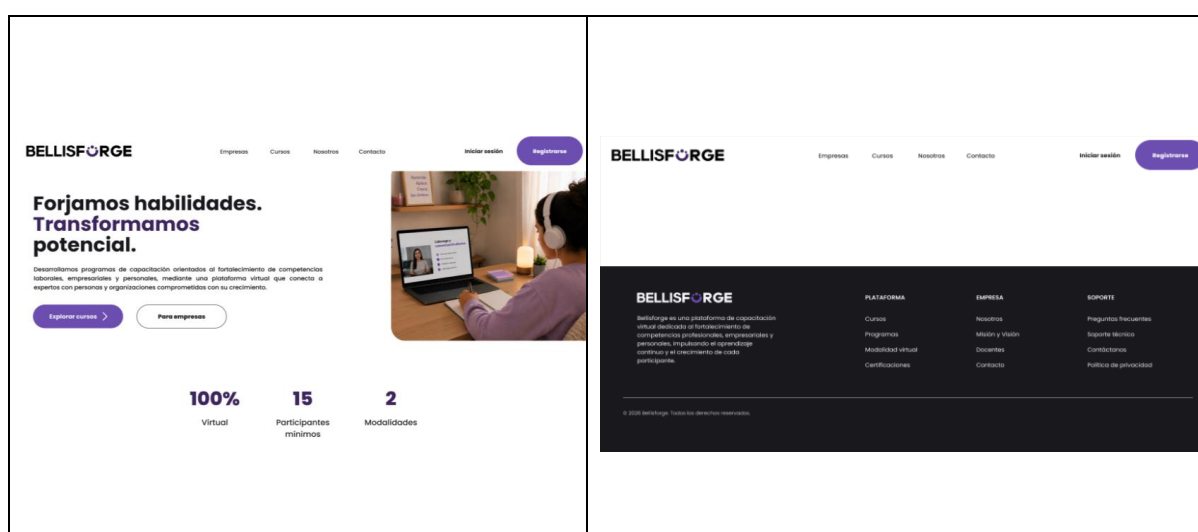
Anexo F. Prototipo y diseño de la plataforma BELLISFORGE

Fundadoras



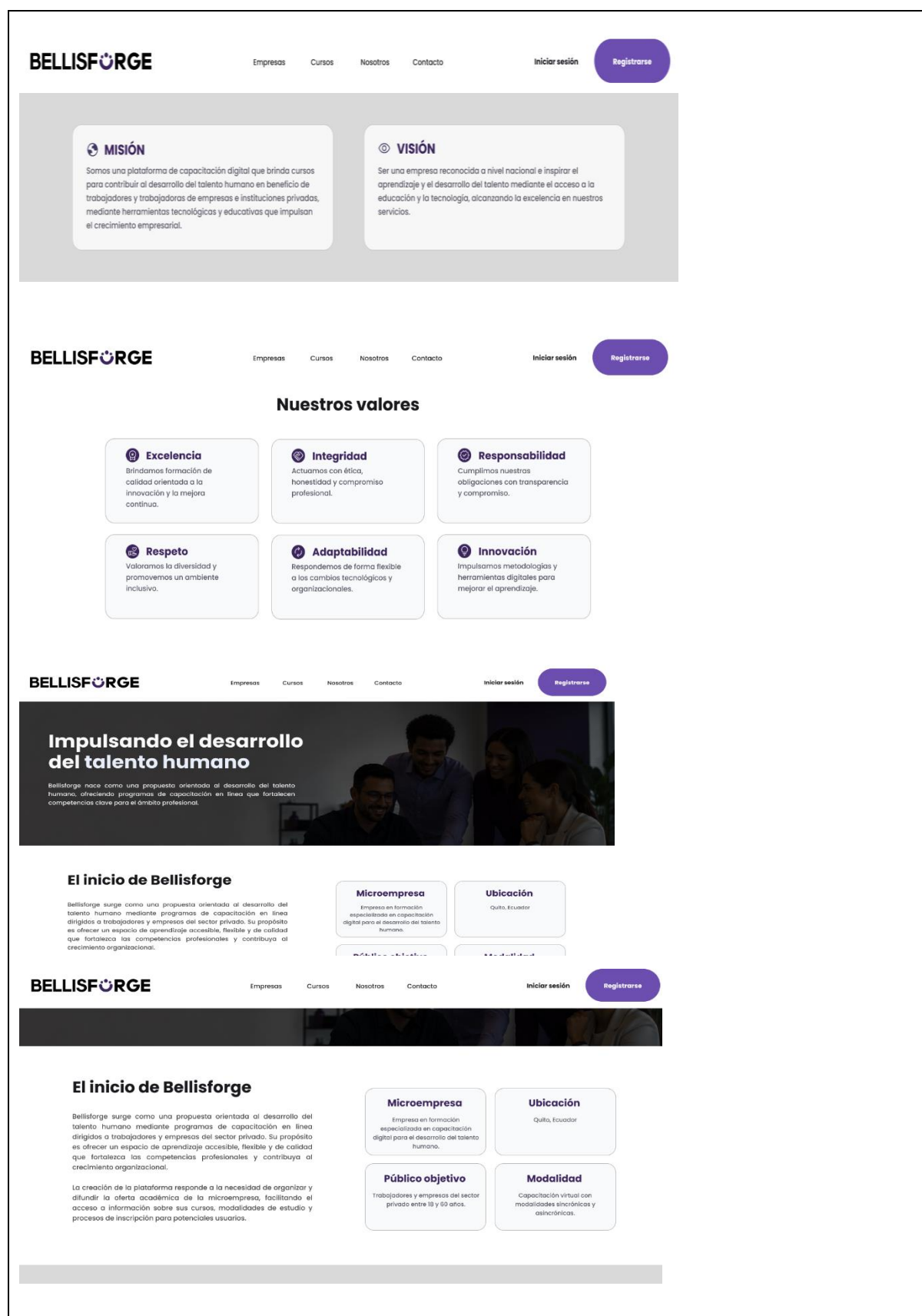
Fuente: Diseño gráfico de Kelin Naula, 2026

Página de inicio BELLISFORGE



Fuente: Diseño gráfico de Kelin Naula, 2026

Pestaña Nosotros



Fuente: Diseño gráfico de Kelin Naula, 2026

Iniciar sesión, registrarse y formas de pago

The image displays three distinct wireframe designs for the BellisForge website, each featuring the brand logo and a navigation bar.

- Top Wireframe (Login):** Titled "Bienvenido de nuevo" (Welcome back), it includes a login form with fields for "CORREO ELECTRÓNICO" (Email) and "CONTRASEÑA" (Password), a "¿Olvidaste tu contraseña?" (Forgot your password?) link, and an "Iniciar sesión" (Login) button. A link to "¿No tienes una cuenta? Regístrate" (Don't have an account? Register) is also present.
- Middle Wireframe (Registration):** Titled "Crea tu cuenta" (Create your account), it features a registration form with fields for "NOMBRE" (Name), "APELLIDO" (Surname), "CORREO ELECTRÓNICO" (Email), and "CONTRASEÑA" (Password). It includes a "Crear cuenta" (Create account) button and a link to "¿No tienes una cuenta? Inicia sesión" (Don't have an account? Login). To the right, a purple box titled "Aprende, crece y transforma tu futuro profesional" (Learn, grow and transform your professional future) lists benefits of the programs.
- Bottom Wireframe (Payment):** Titled "Reserva tu inscripción" (Reserve your enrollment), it shows a payment method selection area with icons for Visa, Mastercard, PayPal, and Transferencia Bancaria. Below this is a "Método de pago" (Payment method) section with fields for "TITULAR DE LA TARJETA" (Cardholder name), "NÚMERO DE TARJETA" (Card number), "VENCIMIENTO" (Expiration date), and "CVV". To the right, a "Resumen del pedido" (Order summary) box displays the course "Inteligencia Emocional", a subtotal of 10, a discount of 0, and a total of \$10.00 USD, with a "Confirmar pago" (Confirm payment) button.

Fuente: Diseño gráfico de Kelin Naula, 2026

Proceso Académico, Impulsa tu Desarrollo Profesional

The image displays two wireframe designs for the BellisForge website, both featuring the brand logo and a navigation bar.

- Left Wireframe (Process):** Titled "¿Cómo funciona?" (How it works), it features a four-step process titled "Tu crecimiento profesional, paso a paso." (Your professional growth, step by step). The steps are:
 - 01 Insíbete** (Sign up): "Selecciona el curso y completes tu registro en la plataforma." (Select the course and complete your registration on the platform.)
 - 02 Inicio del curso** (Course start): "Una vez conformado el grupo, recibes acceso al programa." (Once the group is formed, you receive access to the program.)
 - 03 Aprendizaje** (Learning): "Accede a clases virtuales, actividades, recursos y evaluaciones durante el proceso de formación." (Access virtual classes, activities, resources and evaluations during the training process.)
 - 04 Certificación** (Certification): "Apruebas las evaluaciones y obtienes tu certificado de participación o aprobación." (You pass the evaluations and obtain your certificate of participation or approval.)
- Right Wireframe (Course Selection):** Titled "¿Listo para forjar tu futuro?" (Ready to forge your future?), it includes a "No sé qué curso elegir" (I don't know what course to choose) link, a "Reservar curso" (Reserve course) button, and a "Más información" (More information) button.

Fuente: Diseño gráfico de Kelin Naula, 2026

Pestaña Empresas, Programas, modalidades y solicitud de desarrollo organizacional

BELLISFORGE

Empresas
Cursos
Nosotros
Contacto

Iniciar sesión
Regístrate

Capacita a tu equipo.
Impulsa el crecimiento de tu organización.

\$600 + IVA

Por curso empresarial

40 horas

Duración académica

Virtual

2 Modalidades

Certificación

Por aprobación de curso

La plataforma BellisForge ofrece programas de capacitación empresarial dirigidos a organizaciones que buscan fortalecer las competencias de su talento humano. Cada curso combina contenidos prácticos, acompañamiento profesional y certificación por aprobación para contribuir al desarrollo continuo de las colaboradoras.

Seleccionar programa

Ver cursos individuales

Filtros

Todos

Desarrollo Personal

Atención al Cliente

Inteligencia Artificial

Comunicación

Liderazgo

Programas disponibles para empresas

Selecciona el programa que mejor se adapte a las necesidades de capacitación de tu organización. Todos los cursos incluyen sesiones sincrónicas y asincrónicas.

Modalidades de estudio disponibles

Conoce las modalidades antes de realizar tu registro.

Modalidad sincrónica

Clases en vivo con el instructor

✓ Clases en tiempo real
✓ Interacción directa con el docente

Modalidad asincrónica

Aprende a tu propio ritmo

✓ Acceso flexible a la plataforma.
✓ Recursos y materiales digitales disponibles.

Inteligencia Emocional

Equipo BellisForge

Virtual

Todos los niveles

Inscripciones abiertas

Conocer más

Servicio y Atención al Cliente

Equipo BellisForge

Virtual

Todos los niveles

Inscripciones abiertas

Conocer más

Inteligencia Artificial Aplicada al Trabajo

Equipo BellisForge

Virtual

Todos los niveles

Inscripciones abiertas

Conocer más

Modalidades de estudio disponibles

Conoce las modalidades antes de realizar tu registro.

Modalidad sincrónica

Clases en vivo con el instructor

✓ Clases en tiempo real
✓ Interacción directa con el docente
✓ Resolución de dudas en vivo
✓ Actividades colaborativas
✓ Certificado de aprobación

Recomendado para organizaciones que buscan el acompañamiento de especialistas colaborativas y guías.

Modalidad asincrónica

Aprende a tu propio ritmo

✓ Acceso flexible a la plataforma.
✓ Recursos y materiales digitales disponibles.
✓ Actividades y evaluaciones en línea.
✓ Avanza según tu disponibilidad.
✓ Certificado de aprobación.

Ideal para empresas que requieren flexibilidad en los tiempos de capacitación de su personal.

Comunicación Efectiva

Equipo BellisForge

Virtual

Todos los niveles

Inscripciones abiertas

Conocer más

Manejo del Estrés Laboral

Equipo BellisForge

Virtual

Todos los niveles

Inscripciones abiertas

Conocer más

Liderazgo y Gestión de Equipos

Equipo BellisForge

Virtual

Todos los niveles

Inscripciones abiertas

Conocer más

Solicita el programa para empresas

Cuéntanos sobre tu organización y te contactamos en menos de 24 horas.

TU NOMBRE

EMPRESA U ORGANIZACIÓN

CORREO CORPORATIVO

TELÉFONO DE CONTACTO

CURSO DE INTERÉS

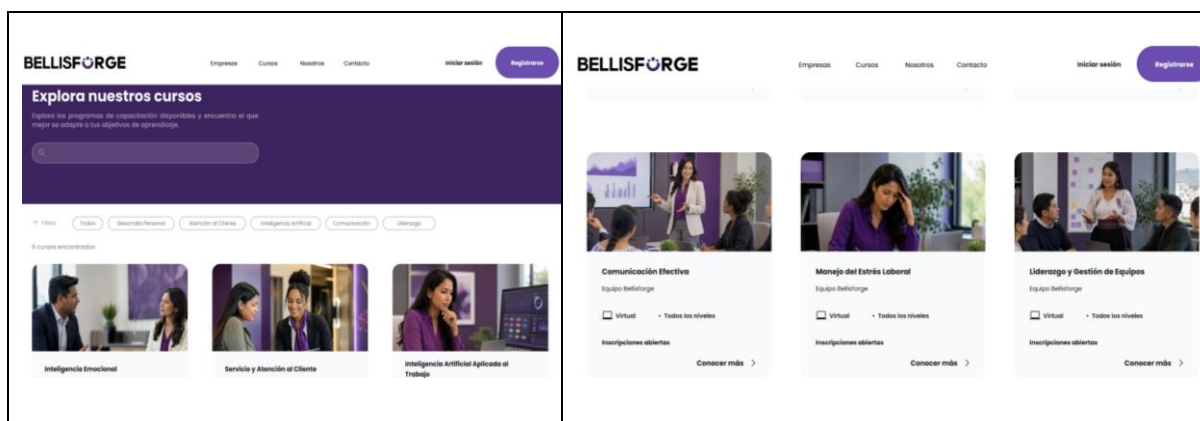
NÚMERO DE COLABORADORES

¿EN QUÉ PODAMOS AYUDARTE?

Enviar solicitud

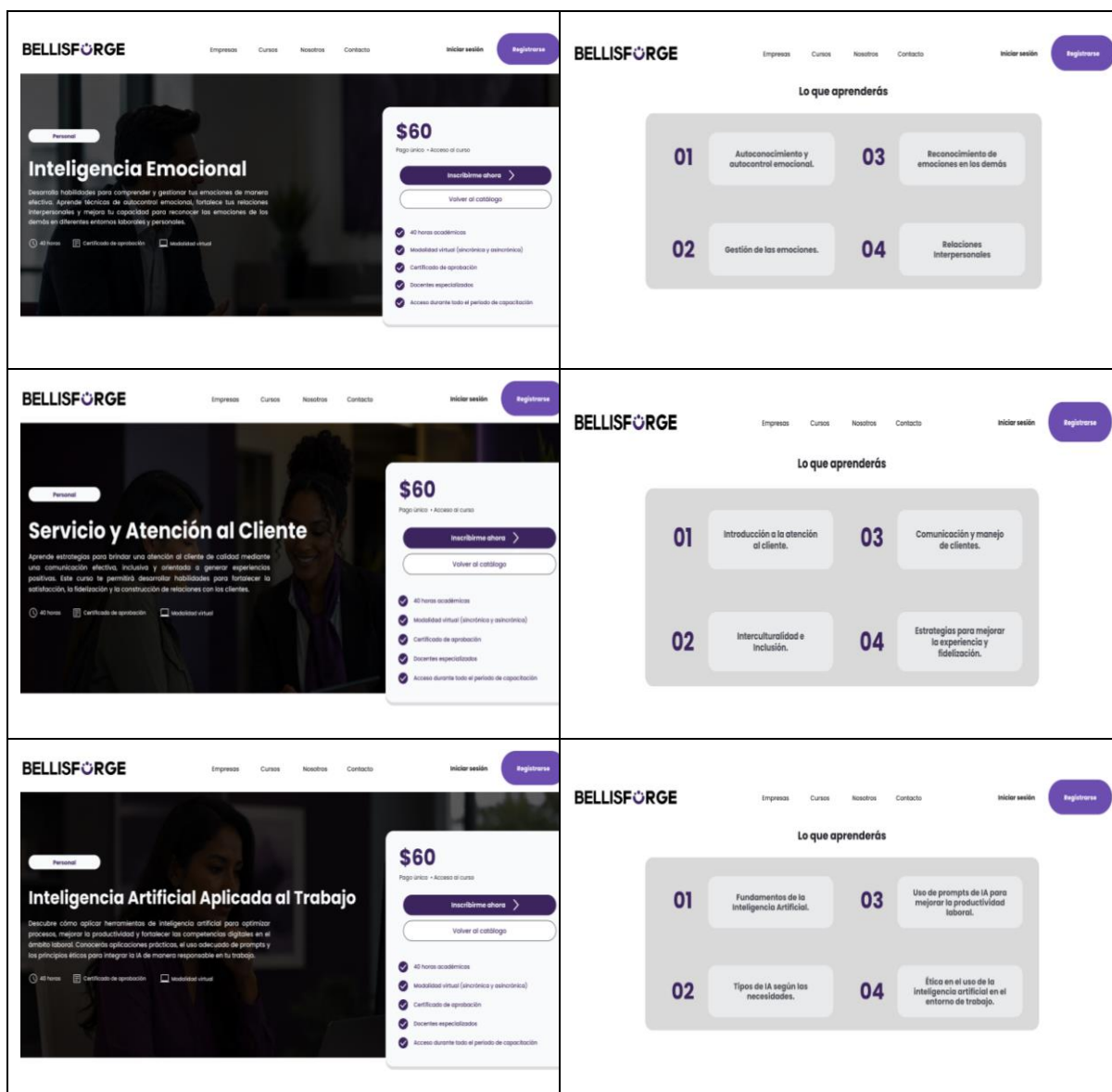
Fuente: Diseño gráfico de Kelin Naula, 2026

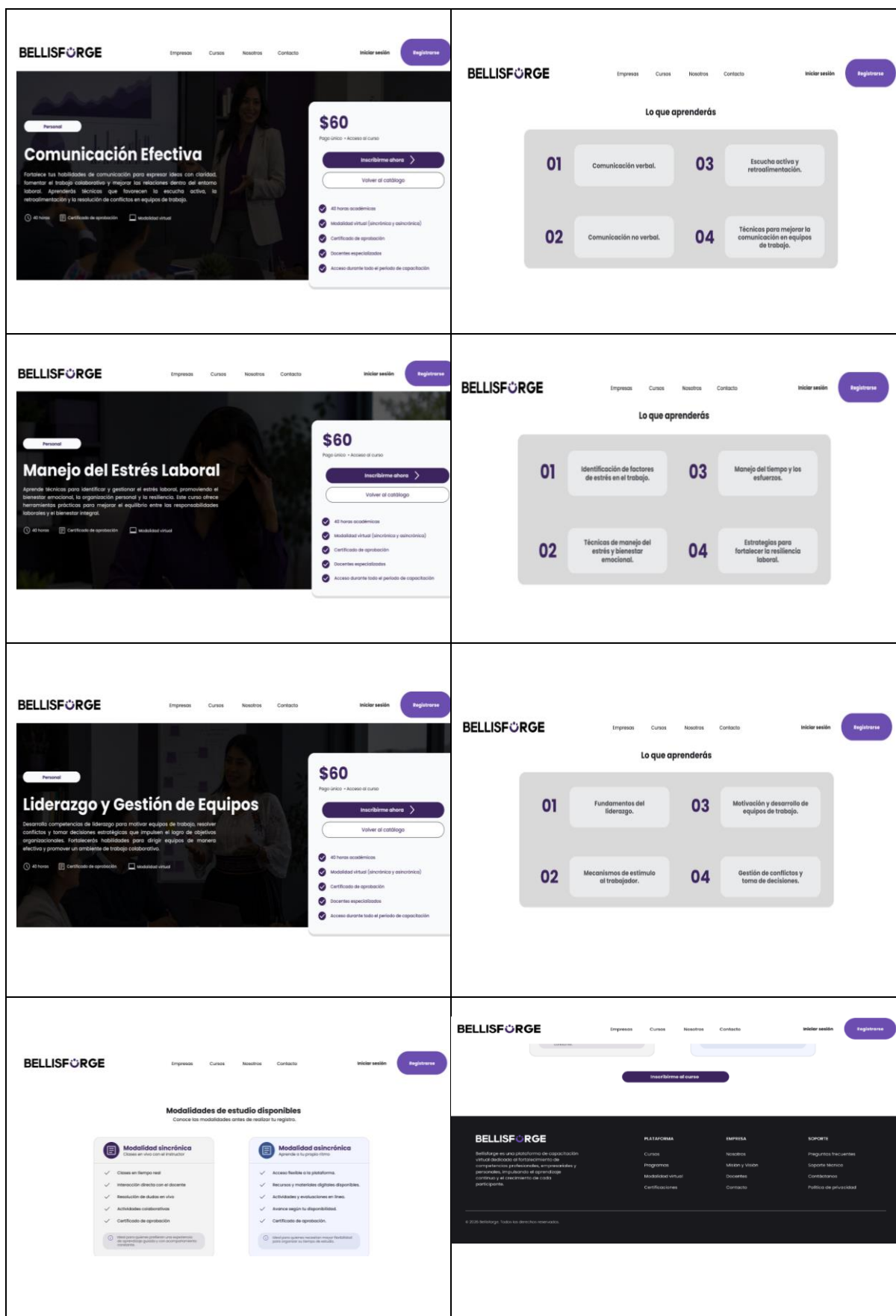
Pestaña Cursos Individuales



Fuente: Diseño gráfico de Kelin Naula, 2026

Detalles de los cursos, módulos y contenidos.





Fuente: Diseño gráfico de Kelin Naula, 2026

Contáctanos - Solicita información

[Empresas](#)
[Cursos](#)
[Nosotros](#)
[Contacto](#)
[Iniciar sesión](#)
[Regístrate](#)

Estamos aquí para ayudarte

¿Tienes preguntas sobre nuestros cursos o programas empresariales? Nuestro equipo está disponible para brindarte información y acompañarte durante el proceso de capacitación.

Envíanos un mensaje

MOTIVO DE CONSULTA

☐ Cursos
 ☐ Empresas
 ☐ Inscripciones
 ☐ Certificados
 ☐ Soporte
 ☐ Otro

NOMBRE COMPLETO

CORREO ELECTRÓNICO

MENSAJE

[Enviar mensaje](#)

CORREO INSTITUCIONAL
BellisForge@hotmail.com
Atención de consultas generales.

TELÉFONO
XXX-XXX-XXX-XXXX
Atención de consultas generales.

HORARIO DE ATENCIÓN
Lunes - Viernes
08:00 - 18:00

[Empresas](#)
[Cursos](#)
[Nosotros](#)
[Contacto](#)
[Iniciar sesión](#)
[Regístrate](#)

Envíanos un mensaje

MOTIVO DE CONSULTA

☐ Cursos
 ☐ Empresas
 ☐ Inscripciones
 ☐ Certificados
 ☐ Soporte
 ☐ Otro

NOMBRE COMPLETO

CORREO ELECTRÓNICO

MENSAJE

[Enviar mensaje](#)

CORREO INSTITUCIONAL
BellisForge@hotmail.com
Atención de consultas generales.

TELÉFONO
XXX-XXX-XXX-XXXX
Atención de consultas generales.

HORARIO DE ATENCIÓN
Lunes - Viernes
08:00 - 18:00

[Empresas](#)
[Cursos](#)
[Nosotros](#)
[Contacto](#)
[Iniciar sesión](#)
[Regístrate](#)

[Enviar mensaje](#)

Lunes - Viernes
08:00 - 18:00

BellisForge es una plataforma de capacitación virtual dedicada al fortalecimiento de competencias profesionales, empresariales y personales, impulsando el aprendizaje continuo y el crecimiento de cada participante.

PLATAFORMA

Cursos

Programas

Modalidad virtual

Certificaciones

EMPRESA

Nosotros

Misión y Visión

Docentes

Contacto

SOPORTE

Preguntas frecuentes

Soporte técnico

Contactanos

Política de privacidad

© 2018 BellisForge. Todos los derechos reservados.

Fuente: Diseño gráfico de Kelin Naula, 2026