

FACULTAD DE NEGOCIOS

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

PLAN DE NEGOCIO

CENTRO DE CAPACITACIÓN Y CONSULTORÍA "PROACTIVA"

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL
DE CONTADOR PÚBLICO

AUTOR: MIGUEL VELASCO SILVA

ASESOR: MGR. SALVADOR CALDERON FERREIRA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: PROSPECTIVA DE MERCADOS Y TERRITORIOS

IQUITOS, PERÚ
2025

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación lo dedico principalmente a mis familiares y seres queridos, quienes me acompañaron a lo largo de mi formación profesional y me brindaron las fortalezas para continuar con mis objetivos personales y profesionales que me he propuesto.

A las empresas y profesionales, quiénes cuentan con un emprendimiento y que requieren el apoyo, para alcanzar la competitividad en el mercado y ser creadores del desarrollo de la región y del país.

Miguel Velasco Silva

AGRADECIMIENTO

A mi familia, por haberme dado la oportunidad de formarme en esta prestigiosa universidad y haber sido mi apoyo durante todo mi proceso de formación profesional.

Agradezco a los todos docentes que, quiénes su sabiduría, conocimiento y apoyo, motivaron a desarrollarme como profesional y persona.

Miguel Velasco Silva

FACULTAD DE NEGOCIOS

UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ

ACTA DE SUSTENTACIÓN

Con Resolución Decanal N° 812-2025-UCP-FAC.NEGOCIOS, del 10 de noviembre del 2025 se designó jurado.

Con Resolución Decanal N° 144-2026-UCP-FAC.NEGOCIOS, del 17 de marzo de 2026, se autorizó la sustentación.

Siendo las 11.00 horas del día 31 de marzo se constituyó de modo presencial el Jurado para escuchar la presentación y defensa del Trabajo de Suficiencia Profesional PLAN DE NEGOCIO CENTRO DE CAPACITACIÓN Y CONSULTORÍA "PROACTIVA".

Presentado por:

VELASCO SILVA MIGUEL
Para optar el título profesional de Contador Público

Luego de escuchar la sustentación y formuladas las preguntas, el Jurado pasó a la deliberación en privado, llegando a la siguiente conclusión:

La sustentación es: APROBADO POR UNANIMIDAD

A las 12.30 horas culminó el acto público.

En fe de lo cual los miembros del Jurado firman el acta y comunican en acto público.

Lic. Est. Julio Oswaldo Goicochea Espino, Dr.
Presidente del Jurado

Lic. Adm. Jorge Pérez Santillán, Mag.
Miembro del Jurado

CPC. Luis Alberto Barriga Roa
Miembro del Jurado

"Año de la Esperanza y el Fortalecimiento de la Democracia"

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DE LA UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ – UCP

El presidente del Comité de Ética e Integridad Científica

Hace constar que:

El Trabajo de Suficiencia titulado:

"PLAN DE NEGOCIO CENTRO DE CAPACITACIÓN Y CONSULTORIA" "PROACTIVA""

Del alumno: **MIGUEL VELASCO SILVA,** de la Facultad de Negocios, pasó satisfactoriamente la revisión por el Software Antiplagio, con un porcentaje de **10% de similitud**. Se expide la presente, a solicitud de la parte interesada para los fines que estime conveniente.

San Juan, 18 de febrero del 2026.

Presidente del Comité de Ética e Integridad Científica
Mgr. Arq. Jorge L. Tapullima Flores

JLTF/C.E.I.C-A
052-2026

INFORME DE ANÁLISIS
magister

UCP_CONTABILIDAD_2026_TSP_MIGUEL_VELASCO_V1

10% Textos sospechosos

- < 1% **Similitudes**
  - 0 % similitudes entre comillas
  - 0 % entre las fuentes mencionadas
- 4% **Idiomas no reconocidos**
- 7% **Textos potencialmente generados por la IA**

Nombre del documento: UCP_CONTABILIDAD_2026_TSP_MIGUEL_VELASCO_V1.pdf
ID del documento: d4352eddc5b2139f760773669c55ce7279be3bbf
Tamaño del documento original: 747,58 kB

Depositante: Chris Angela Ramirez Flores
Fecha de depósito: 16/2/2026
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 16/2/2026

Número de palabras: 5715
Número de caracteres: 39.849

Ubicación de las similitudes en el documento:

Fuente

Fuente con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	**repositorio.unapiquitos.edu.pe** | Proyectos II http://repositorio.unapiquitos.edu.pe/handle/20.500.12737/5997	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (15 palabras)

ÍNDICE GENERAL

Página
DEDICATORIA II
AGRADECIMIENTO III
ACTA DE SUSTENTACIÓN IV
CONSTANCIA DE ANTI PLAGIO V
ÍNDICE GENERAL VII
ÍNDICE DE TABLAS VIII
ÍNDICE DE FIGURAS IX

RESUMEN 1
ABSTRACT 2
I. INFORMACION GENERAL 3
1.1 Nombre del negocio 3
1.2 Localización 3
1.3 Actividad- empresarial. 4
1.4 Idea de negocio 4
II. PLAN DE MARKETING. 5
2.1 Necesidades de los clientes. 5
2.2 Demanda actual y tendencias. 7
2.3 La oferta competitiva. 9
2.4 Programa de marketing 10
2.4.1 El producto 10
2.4.2 El precio 10
2.4.3 La promoción 12
2.4.4 La cadena de distribución 15
III. PLAN DE OPERACIONES 17
3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento. 17
3.2 El proceso de servicio 18
IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS 19
4.1 La organización 19
4.2 Puestos, tareas y funciones 19
4.3 Condiciones laborales 21
4.4 Régimen tributario 22
V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO 23
5.1 Estudio económico. 23
5.2. Gastos administrativos y comerciales 24
5.3. Costos de venta 24
5.4. Gastos a incurrir en el funcionamiento del negocio 26
5.5. Estudio financiero. 27
5.5.1 Financiamiento 27
5.5.2 Tributación y estados financieros proyectados 28
5.5.3 Flujo de Caja e indicadores de rentabilidad. 30
CONCLUSIONES 31
BIBLIOGRAFÍA 32

ÍNDICE DE TABLAS

Página

Tabla 1. Clasificación Industrial Internacional Uniforme – (CIUU) del negocio.04

Tabla 2. Cuadro de distribución de trabajadores asalariados formales MTPE…...07

Tabla 3. Definición del tamaño de la demanda anual de servicios de programas formativos, ciudad de Iquitos, año 2024……08

Tabla 4. Precios comparativos de centros de capacitación formativa, ciudad de Iquitos, año 2024……09

Tabla 5. Precio de introducción al mercado……...……....11

Tabla 6. Régimen laboral del negocio a implementar, año 2025.....…21

Tabla 7. Comportamiento del mercado: tendencias y participación..... …23

Tabla 8. Ingreso por ventas.....…23

Tabla 9. Gastos administrativos del negocio a desarrollar .....…24

Tabla 10. Costo de venta de negocio a desarrollar .....…24

Tabla 11. Cuadro de expectativa de venta según proyectado.....…25

Tabla 12. Cuadro de disgregación de costos .....…25

Tabla 13.Gastos comerciales del negocio a desarrollar ..... …25

Tabla 14.Gastos pre operativos.....…26

Tabla 15.Inversión en activos fijos..... …26

Tabla 16. Depreciación y amortización en activos fijos..... …26

Tabla 17. Programa de endeudamiento.....….27

Tabla 18. Cálculo de tributación…….28

Tabla 19. Estado de situación financiera……..29

Tabla 20. Estado de resultado integral……..29

Tabla 21. Flujo de caja e indicadores de rentabilidad……..….30

Tabla 22. VAN, TIR y B/C……..….30

ÍNDICE DE FIGURAS

Página

Figura N° 01. Logo del negocio 03

Figura N° 02. Localización del negocio..... 03

Figura N° 03. Provisión del centro de capacitación y consultoría "PROACTIVA" a través del Recurso humano ……17

Figura N° 04. Proceso del servicio centro de capacitación y consultoría "PROACTIVA", año 2025 18

Figura N° 05. Organigrama de centro de capacitación y consultoría "PROACTIVA", año 2025 19

RESUMEN

Plan de negocio centro de capacitación y consultoría “PROACTIVA", año 2025.

Miguel Velasco Silva

El negocio se enmarca en el rubro de servicios formativos, satisfacerá las necesidades de desarrollo de personas como de empresas, abarcará desde capacitaciones empresariales enfocadas en habilidades técnicas y blandas hasta asesorías individuales y consultoría organizacional.

El público objetivo incluye empresas, pequeñas y medianas, que desean fortalecer a sus equipos, y personas como profesionales, emprendedores y estudiantes interesados en adquirir competencias que impulsen su desempeño. Estará organizada como microempresa, en función a su reducida cantidad de personal, de acuerdo a su actividad a desarrollar e ingresos proyectados, corresponde pertenecer a (MyPE tributario).

En el aspecto financiero, la empresa obtendrá un financiamiento para capital de trabajo, y pagará en un periodo de 3 años. Con respecto a la rentabilidad el presente tiene un VAN económico de S/. 133,749 y una TIR de 278%: asimismo, cuenta con un VAN Financiero de S/. 109,946, y una TIR de 736%.

Palabras claves: plan de negocio, capacitaciones formativas

ABSTRACT

Business Plan for the Training and Consulting Center “PROACTIVA”, 2025

Miguel Velasco Silva

The business operates in the training services sector, aiming to meet the development needs of both individuals and companies. It will offer a range of services from corporate training focused on technical and soft skills to individual coaching and organizational consulting.

The target audience includes small and medium-sized companies seeking to strengthen their teams, as well as individuals such as professionals, entrepreneurs, and students interested in acquiring skills that enhance their performance. It will be organized as a microenterprise, based on its small number of staff, and according to its projected activity and income, it will belong to the (MyPE Tax) Regime.

It will be organized as a microenterprise due to its limited personnel, operating under the *General Regime*. Financially, the company will obtain working capital financing to be repaid over three years. The project shows an economic VAN of S/. 133,749 and an TIR of 278%, as well as a financial VAN of S/. 109,946 and an TIR of 736%.

Keywords: business plan, training programs

I. INFORMACION GENERAL

1.1 Nombre del negocio

Centro de capacitación y consultoría "PROACTIVA" SRL.

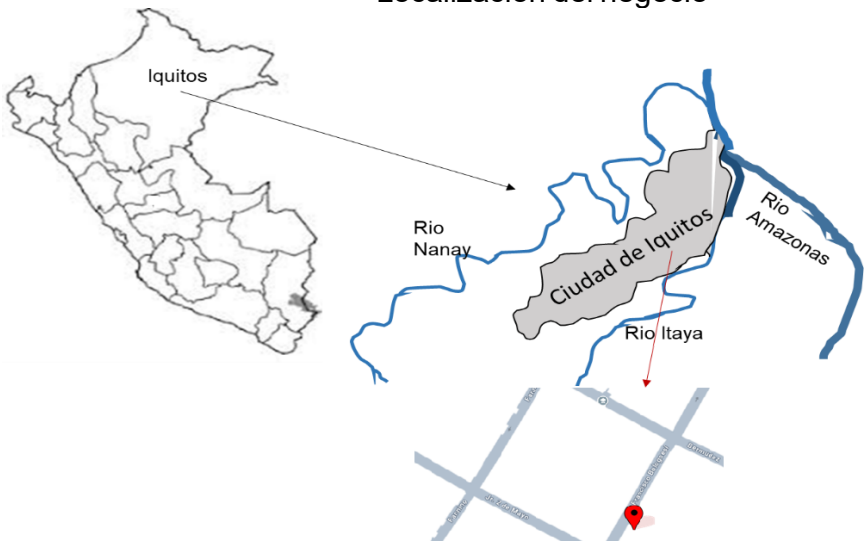
Figura 1
Logo del negocio

1.2 Localización

Localización: área urbana de la ciudad de Iquitos.

Ubicación: distrito de Iquitos, provincia de Maynas, región Loreto, Perú.

Figura 2
Localización del negocio



Fuente: elaboración propia

1.3 Actividad empresarial.

Tabla 1
Clasificación Industrial Uniforme Internacional – (CIUU) del negocio

P	Enseñanzas			
	85	Enseñanzas		
		8549	Otros tipos de enseñanzas no clasificadas previamente	
			8549	Consultoría, capacitación, formación.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística – INEI.

1.4 Idea de negocio

La idea del negocio surge de la necesidad de satisfacer la creciente demanda de formación personalizada y soluciones estratégicas para el desarrollo de competencias, tanto en personas como en empresas. En un entorno altamente competitivo y en constante cambio, muchas organizaciones requieren capacitaciones específicas para fortalecer a sus equipos y mejorar su productividad, mientras que, los profesionales buscan adquirir nuevas habilidades para adaptarse a los retos del mercado laboral.

La empresa ofrecerá con una gran variedad de programas de formación que ayude a mejorar el rendimiento de sus equipos mientras abordan los retos con el liderazgo y la transformación digital. Gran parte de la visión se basa en brindar servicios a que se desempeñan de forma independiente y empresas o entidades que deseen mejorar sus habilidades, Dentro del diseño el programa también incluirá a estudiantes y nuevos profesionales que acaban de culminar sus estudios superiores o técnicos que deseen complementar formación. Dentro del plan de negocio se busca dar una solución accesible que apoye a profesionales y entidades a alcanzar sus objetivos de desarrollo.

La planificación está en poder ofrecer un servicio de forma personalizada según el segmento del cliente, implementación de talleres presenciales en horarios flexibles que permitan la participación del usuario durante el desarrollo, atender cotizaciones con empresas mediante elaboración de proformas competitivas y acorde al mercado además de contar con medios de pagos diversos.

II. PLAN DE MARKETING.

2.1 Necesidades de los clientes.

Satisfacer las necesidades clave de crecimiento y desarrollo tanto a nivel empresarial como individual, para las empresas, se enfoca en abordar desafíos relacionados con la mejora de la productividad, el fortalecimiento de las competencias de sus equipos y la adaptación a tendencias como la transformación digital y las metodologías ágiles, para los profesionales y emprendedores, el plan ofrece formación personalizada que les permite adquirir habilidades esenciales para avanzar en sus carreras o gestión.

Para al caso de los estudiantes, el plan busca reforzar sus conocimientos de su formación con herramientas prácticas y conocimientos específicos que responden a las demandas del mercado laboral, a través de estrategias como la utilizar contenidos relevantes, la personalización de servicios y el uso de casos de éxito, el plan de negocios propone una solución confiable y efectiva para quienes buscan mejorar su desarrollo personal.

Peter Senge (1990), en "La quinta disciplina: El arte y la práctica de la organización que aprende", destaca la importancia de aprender constantemente dentro de las organizaciones, que "Las organizaciones que aprenden son aquellas que están en constante evolución, el aprendizaje no es solo una actividad individual, sino un esfuerzo colectivo que involucra el desarrollo continuo de todos sus miembros". Esta cita subraya cómo la formación continua es clave, no solo para el desarrollo individual, sino también para el éxito colectivo dentro de las empresas

Ken Blanchard (1999), en "The New One Minute Manager", explica cómo el desarrollo de habilidades es clave para el crecimiento organizacional, que "Un buen líder debe ser también un buen maestro, capacitar a los empleados para que logren su máximo potencial es una de las mejores inversiones que puede hacer una organización". subraya la necesidad de que los líderes también actúen como facilitadores del aprendizaje, ya que el desarrollo del personal es esencial para el éxito organizacional.

En 2024, el MINEDU da a conocer que el Perú está aumentando la oferta de enseñanzas en área técnica de fácil aprendizaje. Se brindan múltiples ofertas de planes como la educación desde casa, la auto enseñanza y la mejora de centro de enseñanza técnicos y específicos, ajustando planes de estudio y prospectos de enseñanza para responder a los impactos tecnológicos en crecimiento.

David Fischman Kalincausky (2016), escritor peruano, columnista, expositor internacional y consultor en temas de liderazgo y mejora personal, explica la importancia de la formación contante como método de desarrollo personal: “La capacitación constante no solo potencia nuestras habilidades, sino que también transforma nuestra manera de pensar y actuar, permitiéndonos crecer personal y profesionalmente”.

2.2 Demanda actual y tendencias.

La demanda de cursos y programas de capacitación ha aumentado de manera significativa en la actualidad, impulsada por las mayores tendencias actuales, la automatización y la necesidad de continuar aprendiendo de forma continua en el ambiente laboral, actualmente, las empresas están en la búsqueda de empleados que cuenten con conocimientos y experiencia específicos, lo que ha provocado un incremento en la necesidad de programas en línea, cursos breves y certificaciones en campos como la tecnología, los negocios y el desarrollo personal, a su vez, la facilidad y el acceso a la educación en línea han sido punto muy importante de referencia para que un mayor número de personas puedan formarse sin limitaciones de horarios.

En cuanto a tendencias de mercado, se puede observar que hoy en día un fuerte auge en el aprendizaje basado en inteligencia artificial, la personalización de contenidos y la formación enfocada en habilidades blandas, como el liderazgo y la gestión del tiempo, las metodologías de micro aprendizaje y aprendizaje autodirigido, también están ganando popularidad, ya que permiten adquirir conocimientos de manera rápida y efectiva, ante ello, la colaboración entre instituciones académicas y empresas y/o entidades, está fortaleciendo la creación de programas que respondan a las necesidades específicas del mercado laboral.

Tabla 2

Cuadro de distribución de trabajadores asalariados formales MTPE, clasificado según sector de actividad económica laboral, contenido en la región Loreto, al segundo semestre del 2024

	Al 2024 (a noviembre)	Participación
Agrícola	3,813	9.9%
Minería	251	0.7%
Manufactura	2,682	6.9%
Construcción	3,185	8.2%
Comercio	10,133	26.2%
Servicios	17,297	44.8%
Actividad no precisada	1,246	3.2%
Total	38,607	100.00%

Leyenda: se presenta únicamente indicadores de trabajadores inscritos en planilla según ley 728, régimen laboral de la actividad privada.

Fuente: MTPE – Planilla Electrónica.

Elaboración: MTPE– Dirección de Supervisión y Evaluación.

Juan Chacaltana (2020), economista peruano y especialista en empleo y formación laboral en la OIT y BID, pone en conocimiento los problemas a cuál se enfrentan los trabajadores y empresas hoy en día en el Perú, debido a la falta de capacitación constante:

1. Obsolescencia de competencias. Los conocimientos adquiridos en la educación inicial quedan desfasados frente a los cambios tecnológicos y a las nuevas exigencias del mercado laboral.
2. Baja productividad laboral. Las empresas que no brindan capacitaciones en forma periódica cuentan con trabajadores poco preparados, lo que reduce su capacidad y mejora.
3. Desigualdad social. La falta poder acceder a las capacitaciones, sobre todo en regiones alejadas como la Amazonía peruana, crea una brecha de oportunidades y limita el acceso a empleos de calidad.
4. No comprender los nuevos trabajos. Sino obtiene, formas de aprendizaje, los colaboradores tienen muchos más problemas para poder encontrar trabajo en rubros en mayor crecimiento o enfrentan cambios en el área salarial.
5. Riesgo de no ser incluido en el mercado laboral. La falta de no estar aprendiendo hace que el profesional aumenta la posibilidad de caer en el desempleo, el subempleo o la informalidad.

A continuación, se calcula el tamaño de la demanda de servicios de programa de formación según datos obtenidos respecto a consultas de estadísticas de atención de empresas 3 empresas del mismo sector.

Tabla 3

Definición del tamaño de la demanda anual de servicios de programas formativos, ciudad de Iquitos, año 2024

Total, de usuario que cotizan	100%	8,500
Cursos	35%	2,975
Seminario	13%	1,105
Talleres	0.7%	595
Porcentaje de usuario que adquieren el servicio	55%	4,675
Usuarios potenciales		4,675

Fuente: Centro de Capacitación Financiera y Comercial del Perú, Capacitaciones Iquitos Loreto y Centro Tecnológico de Capacitación de Servicios Educacionales.

Elaboración: el autor.

2.3 La oferta competitiva.

La oferta de centro de capacitación formativa y/o centros de estudio se encuentra muy variado en la ciudad de Iquitos, incluso se dan incrementos de las misma debido a la gran demanda de jóvenes profesionales que desean reforzar su conocimiento y/o certificarse en cursos, seminario y talleres, con la finalidad de poder acceder al ámbito laboral que hoy en día es más competitivo, ante ello es evidente el gran crecimiento que puede tener el rubro en los próximos años.

Los servicios que se brindan de cursos, seminario y talleres se prestan a través de modalidades presenciales y virtuales, siendo la segunda forma en mención la más solicitada hoy en día, debido a la facilidad en el horario y disponibilidad de los participantes.

Se puede observar en el siguiente cuadro, centros de capacitación formativa en la ciudad de Iquitos, y el aproximado de sus precios por sus principales servicios que proporcionan a sus clientes.

Tabla 4

Precios comparativos de centros de capacitación formativa, ciudad de Iquitos, año 2024

Precios comparativos por certificación de otros centros de capacitaciones	Centro de Capacitación Financiera y Comercial del Perú	Capacitaciones Iquitos Loreto	Centro Tecnológico de Capacitación de Servicios Educacionales
Curso	S/.250	S/.150	S/. 200
Seminario	S/ 90	S/.60	S/. 80
Taller	S/. 70	S/. 50	S/. 40

Fuente: consulta mediante número de contacto de cada empresa y fan Page, los precios mencionados son en base a cada cliente.

2.4 Programa de marketing

2.4.1 El producto

a) Objetivo

Brindar servicios de capacitaciones formativas, mediante cursos seminarios y talleres, adaptándose al tiempo y necesidades de los clientes, potenciando los programas a distancia.

b) Estrategias

1. Contar con profesionales altamente calificados para la elaboración de cada programa específico.
2. Enfoque prioritariamente virtual mediante el uso de plataforma con disponibilidad del usuario las 24 horas del día, cursos grabados y en vivo como material de estudio y casos prácticos reales.
3. Inclusión económica en los talleres y seminario de forma gratuita en la participación y material, aplicando únicamente el costo de por la certificación.
4. Certificación valida a nivel nacional, alianzas con instituciones como SENCICO, MINTRA y CENFOTUR y/o universidades, certificado en repositorio virtual verificable con código QR .

2.4.2 El precio

a. Objetivo

Brindar precios que puedan permitir la participación de estudiantes con costos reducidos, a razón de poder generar relación con los clientes a largo plazo.

b. Estrategias.

1. Precios reducidos por introducción.
2. Precios por capacitaciones en materia laboral SST en convenio con empresas empleadoras único costo por las 4 capacitaciones anuales requeridas.
3. Precios diferenciados por tipo de segmento, estudiantes, profesionales independientes, organizaciones comunitarias y empresas privadas en convenio.
4. Precio deducido en paquetes formativos.
5. Asesoría de forma gratuita en programas de certificación para concursos públicos en entidades públicas y privadas y financiamiento de costo de la certificación en caso de diplomados.

Tabla 5

Precio de introducción al mercado de los servicios de capacitaciones formativas en función a certificación por persona, ciudad de Iquitos, año 2025

Servicios	Precio
a. Cursos asincrónico (6 – 8 secciones)	S/.40.00
b. Curso sesiones en vivo (6 – 8 secciones)	S/. 80.00
c. Seminarios (1 – 3 horas)	S/. 70.00
d. talleres (3 – 15 horas)	S/. 40.00
e. Capacitaciones SST según ley 29783 (1 – 4 horas según complejidad de la materia)	S/. 20.00
Precio total	S/. 250.00
Precio con descuento (20%)	S/. 200.00

2.4.3 La promoción

a. Objetivo de la promoción

Motivar la fidelidad a largo plazo con los clientes, basado en la metodología practica y accesos a una certificación de gran valor para su desarrollo profesional.

b. Estrategia de la promoción

Posicionar la marca como una gran opción referente de programas de capacitación formativa accesible, actualizada y que demuestre un impacto real en la empleabilidad y desarrollo profesional de sus clientes ante ello se plante los siguientes puntos.

1. Desarrollar y gestionar una página en Facebook, para poder posicionar la marca y difundir los servicios de formación a brindar, talleres y programas de capacitación.
2. Hacer llegar constante información a los clientes, dándoles acceso sobre la información actualizada ha ofertas, oportunidades de formación, tendencias laborales, cambios normativos en el ámbito educativo y avances tecnológicos en el aprendizaje.
3. Desarrollar y compartir análisis técnicos y pedagógicos sobre temas de interés general que influyen en el desarrollo profesional, la empleabilidad y la innovación educativa.
4. Crear convenios con escuelas profesionales, asociaciones en el sector educativo y empresarial, como cámaras de comercio, equipos de formación técnica, asociaciones de profesionales y colectivos que incentivan de manera constantemente la capacitación y formación continua.

c. Clasificación de los productos a ofrecer

CURSOS	SEMINARIOS	TALLERES
Marketing Digital y Publicidad en Redes Sociales	Inteligencia Artificial aplicada a Negocios	Ciberseguridad: Protección de Datos y Seguridad Informática
Desarrollo Full Stack Web	Gestión de Proyectos con Metodologías Ágiles (Agile / Scrum)	Gestión Financiera y Presupuestos para No Financieros
Inglés de Negocios	Liderazgo y Gestión de Equipos en modalidad remota/híbrida	Marca Personal & Networking Profesional
Normativa Tributaria y Facturación Electrónica	Transformación Digital para PYMES	Comunicación Efectiva y Resolución de Conflictos
Automatización y uso de Herramientas Digitales (Excel Avanzado, Power BI, Google Sheets)	Innovación y Gobierno Digital en el Estado (Sector Público)	Producción de Materiales Digitales para Cursos Online
Ética e Integridad en la Función Pública (Sector Público)	Transparencia y Lucha contra la Corrupción (Sector Público)	Capacitación en Seguridad y Salud en el Trabajo (SST) para Entidades Públicas y Privadas
Contrataciones con el Estado (Ley de Contrataciones, SEACE)	Modernización de la Gestión Pública	Taller de Protocolos de SST y Ergonomía en Oficinas
Políticas Públicas y Gestión por Resultados	Evaluación de Políticas Públicas	Taller de SST en Obras y Construcción Civil
Gestión Ambiental y Desarrollo Sostenible	Gobernanza y Participación Ciudadana	Taller de Primeros Auxilios y Respuesta ante Emergencias

Itinerario de desarrollo de programas de capacitación

Cursos (En linea + Asincrónicos)

• En vivo: Se realizará por medio de videoconferencias (Zoom, Meet, Teams). en la cual se dará la exposición del instructor, a su vez, la participación en tiempo real con los asistentes, resolución de dudas y trabajos en clase.

• Asincrónicos: Se graban las clases en video y se refuerzan con materiales descargables (PDF, guías, ejercicios). Los participantes pueden desarrollarse a su ritmo en una plataforma LMS (Moodle, Google Classroom, Canvas). Incluyen foros de preguntas, autoevaluaciones y examen final.

• Duración promedio: 4 a 8 semanas, con sesiones de 2 horas por semana + actividades prácticas.

• Resultado esperado: llegar a tener un gran avance en competencias técnicas con respaldo en base a su certificación digital o física.

Seminarios (Principalmente en vivo, con acceso a grabación)

• En vivo: Sesiones de corto tiempo de 2 a 4 horas con un experto profesional invitado. Enfoque en actualización de tendencias, normativa o innovación, pueden ser transmitidos en directo y grabados para quienes no puedan asistir.

• Asincrónico (complemento): Estará disponible el material en la plataforma para retroalimentación, se entrega un resumen ejecutivo y bibliografía digital.

• Duración promedio: 1 sola sesión (2 a 4 horas).

• Resultado esperado: obtener una rápida Actualización en temas emergentes y certificado de participación.

Talleres (En vivo + Prácticas guiadas)

• En vivo: Se trabajan casos y situaciones reales, trabajos grupales y simulaciones. la persona encargada del curso guía paso a paso y los alumnos complementaran su conocimiento durante la sesión.

• Asincrónico (cuando aplica): Acceso a grabaciones, manuales y grabaciones de las sesiones prácticas. Los participantes suben evidencias (ej. checklist SST, plan de acción, ejercicios resueltos) para recibir retroalimentación.

• Duración promedio: 8 20 horas (repartidas en varios días).

• Resultado esperado: poder dar uso inmediato de los conocimientos técnicos y habilidades prácticas certificadas.

2.4.4 La cadena de distribución

a. Objetivo de distribución

Al tratarse de una empresa basada en brindar servicios de capacitaciones formativas, especialmente enfocada en la modalidad online y asincrónica, se establece como medio directo hacia el cliente.

b. Estrategias

1. Implementación de plataforma web con disponibilidad las 24 horas del día, con acceso a los cursos y/o programas de formación asincrónica.
2. Diseño y desarrollo de contenidos Responsable; profesional contratado del desarrollo de Acciones: preparación del temario, grabación de clases, diseño de material extra (PDF, PPT, videos, ejercicios).
3. Plataforma para la entrega de material Modalidad virtual; Se utilizará medios digitales LMS (Moodle, Google Classroom, Canvas, etc.) o una solución más simplificada como WhatsApp + Drive + Zoom, Modalidad en presencial: se organiza el evento para desarrollo en presencial, con horarios y materiales impresos.
4. Promoción y comercialización Encargados; persona responsable de las ventas y marketing, redes sociales, community manager, aliados estratégicos acciones: realizar difundir en redes, campañas de WhatsApp, ferias educativas, promociones.

5. Proceso de inscripción y pago Canales: Sitio web, formulario en redes, WhatsApp, atención directa; Medios de pago: Transferencias, Yape/Plin, depósitos, pagos en oficina si es presencial.

6. Entrega del servicio (formación) Online: Acceso a la sala virtual, clases en vivo o previamente grabadas, tutores disponibles, tareas, evaluaciones, presencial: Clases en aulas, entrega de material digitalizado, asistencia del equipo de enseñanzas.

7. Seguimiento y post-venta Actividades: Evaluación de satisfacción al cliente, entrega de certificados de forma virtual y fisica, invitación a nuevos cursos, programa de fidelización Canales: Email, WhatsApp, grupos privados.

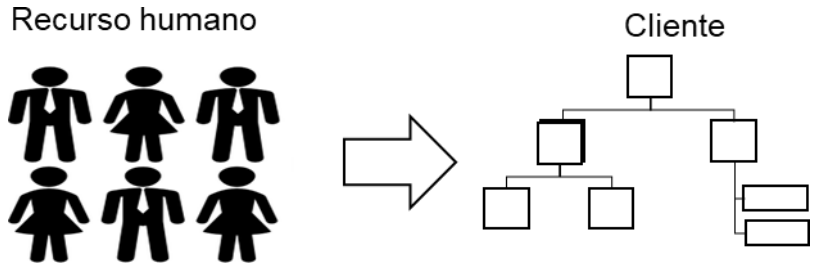
III. PLAN DE OPERACIONES

3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento.

Considerando que la actividad de la empresa se basa en brindar servicios profesionales de capacitaciones, el planteamiento del contenido y los materiales(videos, guías, presentaciones y actividades prácticas), que se brindarán a los clientes serán desarrollados por los profesionales que serán contratados con la única finalidad de impartir los cursos, seminarios y talleres siendo parte del recurso humano, elemento intangible

Figura 3

Provisión del servicio de centro de capacitación y consultoría "PROACTIVA" a través del recurso humano



Fuente: elaboración propia.

El personal administrativo contará con formación técnica y/o profesional, que brindará atención a los clientes de forma personalizada, brindando la información de manera detallada respecto a los procesos de cursos, taller y certificación correspondiente, mismo personal que organizará el cronograma de actividades en cumplimiento de los programas establecidos.

El personal instructivo contará con formación profesional y experiencia laboral desempeñada en los ámbitos y materias a instruir, lo cual le permitirá absolver consultas y dudas respecto a casuísticas planteadas por los participantes.

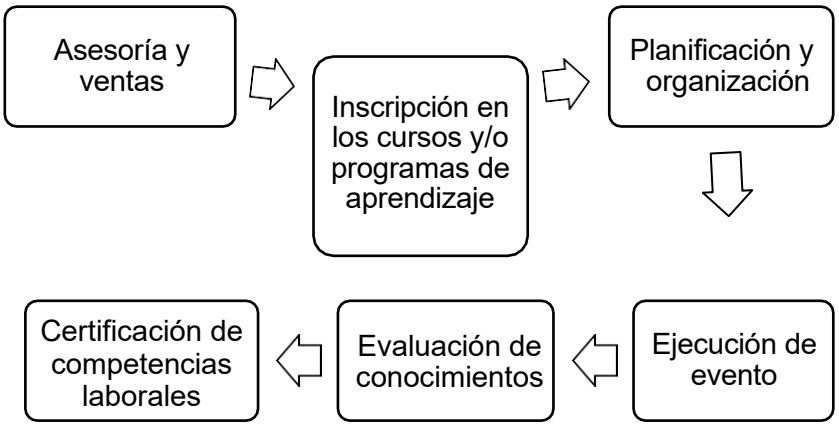
La empresa centro de capacitación y consultoría “PROACTIVA”, se encontrará ubicado en la ciudad de Iquitos, contara con un espacio para el desarrollo de sus actividades, ubicado en la calle francisco Bolognesi cuadra 9, que es un lugar céntrico y de fácil acceso.

3.2 El proceso de servicio

Brindar el servicio capacitaciones formativas, dispondrá un proceso, el cual tendrá características en función al tipo de servicio a brindar a cada cliente.

Figura 4

Proceso del servicio de Centro de capacitación y Consultoría “PROACTIVA", año 2025



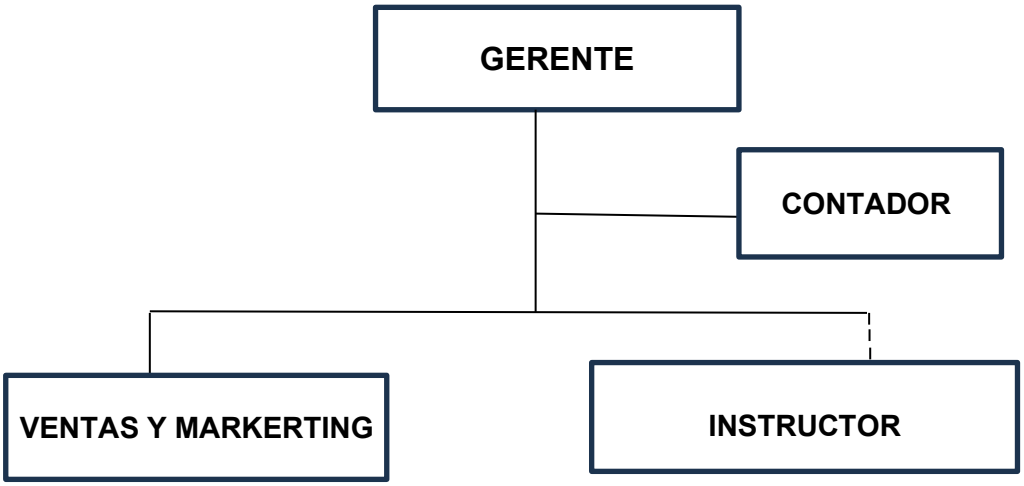
IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

4.1 La organización

El diseño de la estructura de la organización es lineal por funciones, de modo que se desempeña como un modelo sencillo para sus primeros años de funcionamiento

Figura 5

Organigrama, Centro de capacitación y Consultoría "PROACTIVA", año 2025



Fuente: elaboración propia.

4.2 Puestos, tareas y funciones

1. Puesto: Gerente.

a. Definir los servicios profesionales a brindar a cada cliente.
b. Definir los precios por cada tipo de servicios y/o consultoría.
c. Diseñar la política de actividades eventos y asesorías.
d. Revisar y definir el material a emplear en las presentaciones.
e. Realizar la firma de contratos de convenios, clientes e instructores.
f. Establecer las remuneraciones u honorarios a los trabajadores e instructores contratados.

g. Gestionar financiamiento con cantidades financieras.

h. Controlar los ingresos y egresos.

i. Realizar las solicitudes de permisos al MTPE, para la certificación de competitividad laboral

2. Puesto: Contador.

a. Realizar el control de las cuentas de ingresos y egresos.

b. Manejo de los libros contables y mantener actualizado sus datos.

c. Realizar la declaración de los pagos a cuenta de cada mes, declaración jurada anual y realizar los cálculos de la planilla remunerativa.

d. Realizar balance trimestral sobre la rentabilidad de la empresa.

e. Brindar información detallada sobre las cuentas contables de la empresa en cuanto sean requeridas con la finalidad de acceder a financiamiento.

3. Puesto: Ventas y Marketing.

a. Manejo de las redes sociales, asesoría sobre los tipos de certificaciones y tiempo de duración, manejo de los grupos de WhatsApp.

b. Mantener actualizado las redes sociales y hacer seguimiento a control de publicidad.

c. Contactar a los clientes interesados en adquirir un servicio mediante correo electrónico llamadas y/o mensajes.

d. Brindar los medios de pagos oficiales establecidos por la gerencia

e. Cumplimiento mensual de las metas establecidas en cuanto a clientesatendidos.

4. Puesto: Instructor (modalidad de trabajo contrato por servicio específico).

a. Crear el material audiovisual respecto al tema y medio de evaluaciones.

b. Cumplir con el horario y fechas establecidas según cronograma pactado en contrato.

c. Contar con el manejo del material diseñado por su persona y el coordinador con la finalidad de tener un mayor manejo del tema.

d. En caso de ser contratado para brindar asistencia técnica, realizar informe detallado según lo requerido.

e. Participar en las reuniones de coordinación.

4.3 Condiciones laborales

a. Régimen laboral

La empresa que brindará servicios de capacitaciones formativas se acogerá al Régimen MyPE Tributario de renta debido a la naturaleza de sus actividades, teniendo como régimen laboral, el régimen REMYPE, modalidad de contratación por necesidad de mercado por 6 meses, contemplando el periodo de prueba de 3 meses.

Tabla 6

Régimen laboral del negocio a implementar, año 2025

Para empresa en REMYPE
Remuneración Mínima Vital (vigente el año 2025 es S/. 1,130.00)
Jornada de trabajo: 8 horas diarias
Remuneración por trabajo en sobretiempo
Descanso vacacional de 15 días calendarios
CTS, GRATIFICACIONES (1/2 Sueldo)
Cobertura de seguridad social en salud a través del Seguro Integral de Salud (SIS)
Cobertura Previsional

Fuente. SUNAT - Régimen MyPE tributario

b. Jornada de trabajo

La jornada de trabajo será de ocho horas diarias, con horario de mañanas, de 08:00 am a 1.00 pm, descanso de 1.00pm a 3.00 pm, y horarios de tarde, de 3.00 pm a 6.00 pm.

4.4 Régimen tributario

La empresa de capacitación y consultoría formativas contará con personería jurídicas, con nominación de sociedad mercantil SRL, se encontrará en el régimen MyPE tributario, debido a la actividad a desarrollar y acorde a los ingresos proyectados, a su vez tendrá como clientes a personas naturales y empresas lo cual permitirá la emisión comprobante de pago como boletas y facturas.

El Régimen al cual será acogido es MyPE Tributario mismo que contempla dos tramos según los ingresos del contribuyente, permitiendo aplicar el 10% de impuesto a la renta de hasta 15 UIT de renta anual, este régimen requiere pagos a cuenta mensuales equivalentes al 1% de los ingresos netos mensuales, Además, se deberá presentar una declaración jurada anual, en la cual se permite descontar los pagos a cuenta mensuales y gastos relacionados con la actividad del negocio, determinando así el impuesto final sobre la renta neta anual.

Se tendrá que contar con tres libros contables indispensables: libro diario de formato simplificado, registros de compras y registro de ventas, la contabilidad será llevada por el contador contratado por la empresa.

V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

5.1 Estudio económico.

Tabla 7

Comportamiento del mercado: tendencias y participación.

	Año 1	Año 2	Año 3
Demanda total (usuario)	8,500		
Tendencia del mercado (estimada)	0%	2%	1%
Demanda estimada (programas de formación)	8,500	8,670	8,757
Participación de mercado (decisión de compra)	55.00%	58.00%	60.00%
Demanda del proyecto (usuario)	4,675	5,029	5,254

Fuente: elaboración propia

Tabla 8

Ingreso por ventas.

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas anuales	4,675	5,029	5,254
Precio venta - decisión empresarial (soles x usuario)	40.00	40.00	40.80
Tendencia del precio en el mercado	0%	2%	5%
Precio de venta	S/.40.00	S/.40.80	S/.42.84
VENTA TOTAL EMPRESA	S/.187,000	S/.205,167	S/.225,082

Fuente: elaboración propia

5.2. Gastos administrativos y comerciales

Tabla 9

Gastos administrativos del negocio a desarrollar (soles)

GASTO ADMINISTRATIVO	Año 1	Año 2	Año 3
Gerente - propietario	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 2,200	S/. 2,200	S/. 2,500
Contador, ventas	2	2	2
Sueldo mensual	S/. 1,500	S/. 1,800	S/. 2,100
Remuneraciones del personal	S/. 5,200	S/. 5,800	S/. 6,700
Costo laboral	4.17%	4.17%	4.17%
Remuneración total mensual	S/. 5,417	S/. 6,042	S/. 6,979
Servicios públicos	S/. 200	S/. 350	S/. 400
Útiles oficina	S/. 150	S/. 210	S/. 250
Otros	S/. 100	S/. 150	S/. 200
Total, mensual	S/. 5,867	S/. 6,752	S/. 7,829
TOTAL, ANUAL	S/.70,400	S/.81,020	S/.93,950

Fuente: elaboración propia

5.3. Costos de venta

Tabla 10

Costo de ventas del negocio a desarrollar (soles)

		Año 1	Año 2	Año 3
Necesidades anuales (TM)		4675	5028.6	5254.02
Inventario final (TM)	10%	0	0	0
Total requerimiento (TM)		4675	5028.6	5254.02
.-Inventario inicial (TM)		0	0	0
Compras (cursos, seminario , taller)		4675	5028.6	5254.02
Costo compra (RH a instructores y mantenimiento de plataforma web)		S/. 4.50	S/. 4.50	S/. 4.59
Tendencia del costo de compra		0%	2%	3%
Costo compra efectiva		S/.4.50	S/.4.59	S/.4.73
COMPRA TOTAL DE LA EMPRESA		S/.21,050	S/.23,095	S/.24,854

Fuente: elaboración propia

Tabla 11

Cuadro de expectativa de ventas según proyectado

(soles)

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas	4,675	5,029	5,254
Costo de elaboración de programa	S/4.5	S/4.6	S/4.7
COSTO DE LA MERCADERÌA VENDIDA	S/21,050	S/23,095	S/24,854

Fuente: elaboración propia

Tabla 12

Cuadro de disgregación de los costos para la elaboración de los programas (soles)

TIPO DE PROGRAMA	COSTO POR HORA	CANTIDAD DE HORAS	NÚMERO DE PROGRAMAS	COSTO
CURSO	S/ 120.00	8	9	S/ 8,640.00
SEMINARIO	S/ 200.00	3	9	S/ 5,400.00
TALLER	S/ 130.00	3	9	S/ 3,510.00
COSTO TOTAL ANUAL DE CREACION DE PROGRAMAS FORMATIVOS				S/ 17,550.00

COSTO DE MANTENIMIENTO DE PLATAFORMA DIGITAL Y MEDIOS VIRTUALES		
COSTO ANUAL	S/	3,500.00

Fuente: elaboración propia

Tabla 13

Gastos comerciales del negocio a desarrollar

GASTO COMERCIAL	Año 1	Año 2	Año 3
Publicidad	S/. 800.00	S/. 850.00	S/. 900.00
Alquiler local	S/. 750.00	S/. 850.00	S/. 950.00
Promociones	S/. 300.00	S/. 320.00	S/. 350.00
Otros(anticipos de pagos conv. Colegios prof.)	S/. 100.00	S/. 150.00	S/. 200.00
Total, mensual	S/. 1,950.00	S/. 2,170.00	S/. 2,400.00
TOTAL, ANUAL	S/.23,400.00	S/.26,040.00	S/.28,800.00

Fuente: elaboración propia

5.4. Gastos a incurrir en el funcionamiento del negocio

Tabla 14

Gastos pre operativos

Gasto pre operativo	Año 0	Año 1	Año 2
Estudio de mercado	S/. 2,000.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Tramites diversos	S/. 500.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Total	S/. 2,500.00	S/. 0.00	S/. 0.00

Fuente: elaboración propia

Tabla 15

Inversión en activos fijos

Activo fijo	Valor adquisición	Cantidad	Valor total	Tiempo vida	Depreciación anual
Local	S/. 0	1	S/. 0	20	S/. 0
Terreno	S/. 0	1	S/. 0	0	S/. 0
Equipos	S/. 6,000	1	S/. 6,000	5	S/. 1,200
Vehiculos	S/. 5,000	1	S/. 5,000	5	S/. 1,000
Muebles	S/. 3,000	1	S/. 3,000	5	S/. 600
Total			S/. 14,000		S/. 2,800

Fuente: elaboración propia

Tabla 16

Depreciación y amortización en activos fijos

	Valor inicial de act. fijo	Año 1°	Año 2°	Año 3°	Valor Residual
Depreciación en el activo fijo	S/.14,000	-S/.2,800	-S/.2,800	-S/.2,800	S/.5,600
Amortización en el activo intangible	S/.2,500	-S/.500	-S/.500	-S/.500	S/.1,000
Total	S/.16,500	-S/.3,300	-S/.3,300	-S/.3,300	S/.6,600

Fuente: elaboración propia

5.5. Estudio financiero.

5.5.1 Financiamiento

Tabla 17

Programa de endeudamiento

Deuda a tomar	S/. 15,000		
36.07%	Anual	2.6%	mensual
		36	meses

n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
1	15,000	390	417	807
2	14,583	379	417	796
3	14,167	368	417	785
4	13,750	358	417	774
5	13,333	347	417	763
6	12,917	336	417	753
7	12,500	325	417	742
8	12,083	314	417	731
9	11,667	303	417	720
10	11,250	293	417	709
11	10,833	282	417	698
12	10,417	271	417	688
		3,965	5,000	

n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
13	10,000	260	417	677
14	9,583	249	417	666
15	9,167	238	417	655
16	8,750	228	417	644
17	8,333	217	417	633
18	7,917	206	417	623
19	7,500	195	417	612
20	7,083	184	417	601
21	6,667	173	417	590
22	6,250	163	417	579
23	5,833	152	417	568
24	5,417	141	417	558
		2,405	5,000	

n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
25	5,000	130	417	547
26	4,583	119	417	536
27	4,167	108	417	525
28	3,750	98	417	514
29	3,333	87	417	503
30	2,917	76	417	493
31	2,500	65	417	482
32	2,083	54	417	471
33	1,667	43	417	460
34	1,250	33	417	449
35	833	22	417	438
36	417	11	417	428
		845	5,000	

5.5.2 Tributación y estados financieros proyectados

Tabla 18
Cálculo de tributación

CÁLCULO DE LA TRIBUTACIÓN			
	Año 1	Año 2	Año 3
Participación utilidades	0%	0%	0%
Tasa tributaria (TAX) primer tramo	10,0%	10,0%	10,0%
Restricciones			
UIT	5.350,00	5.350,00	5.350,00
Cantidad UIT	15	15	15
Utilidad máxima	80.250,00	80.250,00	80.250,00
Tasa tributaria (TAX) segundo tramo	29,50%	29,50%	29,50%

Fuente: elaboración propia

Tabla 19
Estado de situación financiera

Balance	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Activo corriente	S/5,610	S/46,871	S/90,209	S/136,146
Caja Bancos	S/5,610	S/40,604	S/83,333	S/128,663
Cuentas por cobrar		S/3,636	S/3,989	S/4,377
Inventarios		S/2,631	S/2,887	S/3,107
Activo no corriente	S/16,500	S/13,200	S/9,900	S/6,600
TOTAL	S/22,110	S/60,071	S/100,109	S/142,746
Pasivo corriente		S/877	S/962	S/1,036
Pasivo No Corriente	S/15,000	S/10,000	S/5,000	S/0
TOTAL PASIVO	S/15,000	S/10,877	S/5,962	S/1,036
Patrimonio				
Capital	S/7,110	S/7,110	S/7,110	S/7,110
Utilidades retenidas		S/0	S/58,397	S/120,773
Resultado del ejercicio		S/58,397	S/62,376	S/66,000
TOTAL PATRIMONIO	S/7,110	S/65,507	S/127,883	S/193,882
TOTAL	S/22,110	S/76,384	S/133,845	S/194,918

Fuente: elaboración propia

Tabla 20
Estado de resultado integral

EGP	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas	S/.187,000	S/.205,167	S/.225,082
Costo ventas	-S/.21,050	-S/.23,095	-S/.24,854
Margen Bruto	S/.165,950	S/.182,072	S/.200,228
Gastos administrativos	-S/.70,400	-S/.81,020	-S/.93,950
Depreciación	-S/.3,300	-S/.3,300	-S/.3,300
Gastos comerciales	-S/.23,400	-S/.26,040	-S/.28,800
Margen operativo	S/.68,850	S/.71,712	S/.74,178
Gastos financieros	-S/.3,965	-S/.2,405	-S/.845
Margen antes de tributos	S/.64,885	S/.69,307	S/.73,333
Pago impuesto a la renta	-S/.6,489	-S/.6,931	-S/.7,333
Utilidad neta	58,397	62,376	66,000

Fuente: elaboración propia

5.5.3 Flujo de Caja e indicadores de rentabilidad.

Tabla 21
Flujo de caja e indicadores de rentabilidad

FLUJO DE CAJA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Ingresos por ventas		S/.187,000	S/.205,167	S/.225,082	
Inversión inicial					
Activo fijo	-S/.16,500				S/.6,600
Capital de trabajo	-S/.5,610	-S/.5,572	-S/.723	-S/.534	S/.12,439
Compras		-S/.21,050	-S/.23,095	-S/.24,854	
Gastos administrativos		-S/.70,400	-S/.81,020	-S/.93,950	
Gastos comerciales		-S/.23,400	-S/.26,040	-S/.28,800	
Pago impuestos		-6,885	-7,171	-7,418	
Flujo Caja Económico (FCE)	-S/.22,110	S/.59,693	S/.67,118	S/.69,526	S/.19,039
Préstamo recibido	S/.15,000				S/.0
Amortización		-S/.5,000	-S/.5,000	-S/.5,000	
Gastos financieros		-S/.3,965	-S/.2,405	-S/.845	
Escudo fiscal		S/.397	S/.241	S/.85	
Flujo Caja Financiero (FCF)	-S/.7,110	S/.51,125	S/.59,953	S/.63,766	S/.19,039

Fuente: elaboración propia

FCE	-S/.22,110	S/.59,693	S/.67,118	S/.88,565
FCF	-S/.7,110	S/.51,125	S/.59,953	S/.82,804

Tabla 22
VAN, TIR y B/C

VAN Económico	S/.133,749
Tasa de descuento (CAPM)	16.81%
TIR Económica	278%
Índice B/C	7.05

VAN Financiero	109,946
Tasa de descuento (WACC)	27.43%
TIR Financiero	736%
Índice B/C	16.46

CONCLUSIONES

1. El negocio define su estrategia en el diseño y comercialización de programas de capacitación formativa en la ciudad de Iquitos, la misma que cuenta cada día con jóvenes profesionales que necesitan incorporarse en el mercado laboral mediante ofertando sus capacidades y formación. Existe una gran demanda potencial creciente de los programas formativos, especialmente que cuenten en el ámbito virtual debido a la accesibilidad que presentan.

2. Las estrategias comerciales se basarán en la capacidad de innovación y el material presentado por los instructores los cuales serán profesionales que apliquen sus conocimientos de experiencia para la resolución de casuísticas, en el ámbito profesional.

3. El diseño del presente proceso de entrega del servicio, se implementó idealmente en ser accesible al usuario mediante los medios digitales a su vez del sistema de evaluación por conocimiento obtenido garantizando una entrega del proceso que el usuario pueda hacer uso en su ámbito profesional.

4. En referencia al aspecto financiero, la empresa obtendrá un financiamiento de capital de trabajo, el cual se ejecutará en un periodo de 3 años. En cuanto a la rentabilidad, tiene VAN económico de S/. 133,749 y una TIR de 278%, asimismo, cuenta con un VAN Financiero de S/. 109,946, y una TIR de 736%.

BIBLIOGRAFÍA

Senge, Peter. 1990. La quinta disciplina: El arte y la práctica de la organización que aprende. Doubleday Currency, Nueva York.

Blanchard, Ken. 1999. The New One Minute Manager. HarperCollins Publishers, Nueva York.

Fischman Kalincausky, David. 2016. La capacitación constante y el desarrollo personal. Editorial Planeta, Lima.

Chacaltana, Juan 2020. *La capacitación laboral en América Latina: desafíos y oportunidades*. Organización Internacional del Trabajo (OIT), Lima. Disponible en: https://www.ilo.org/

Benavides, Martín 2020. *Educación y capacitación para el trabajo en el Perú contemporáneo*. Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), Fondo Editorial.

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo 2017. Capacitación Laboral – Formación Laboral. Portal institucional del MTPE, 13 de marzo de 2017. Disponible en: https://www2.trabajo.gob.pe/el-ministerio-2/sector-empleo/dir-gen-form-cap-lab/capacitacion-laboral/ www2.trabajo.gob.pe

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) 2023. Radiografía de la estructura empresarial del Perú. INEI-La Cámara, 5 de marzo de 2024. Disponible en: https://lacamara.pe/radiografia-de-la-estructura-empresarial-del-peru/ La Cámara

Ministerio de Educación 2024. Minedu responde a exigencias del mercado laboral con carreras vinculadas a la inteligencia artificial. Portal institucional del MINEDU, 21 de agosto de 2024. Disponible en: https://www.gob.pe/institucion/minedu/noticias/1007350-minedu-responde-a-exigencias-del-mercado-laboral-con-carreras-vinculadas-a-la-inteligencia-artificial