



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ASESORÍA
ACADÉMICA PARA EL SUR DE QUITO.**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de
Empresas y Negocios

Autor(a)

Ramón Durán Jorge Stalin

Tutor(a)

Andrés Palacio Fierro, MBA.

QUITO – ECUADOR

2022

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA
CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y
PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TÍTULACIÓN**

Yo, **RAMÓN DURÁN JORGE STALIN**, declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ASESORÍA ACADÉMICA PARA EL SUR DE QUITO”**,

como requisito para optar al grado de de Titulación y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, a los 16 días del mes de febrero de 2022, firmo conforme:

Autor: Ramón Durán Jorge Stalin

Firma:

Número de Cédula: 1714531017

Dirección: Pichincha, Quito, La Ecuatoriana

Correo Electrónico: jsrduran@gmail.com

Teléfono: 0984939549



APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ASESORÍA ACADÉMICA PARA EL SUR DE QUITO” presentado por Ramón Durán Jorge Stalin, para optar por el Título de Licenciado en Administración de Empresas y Negocios.

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe.

Quito, 16 de febrero del 2022.



Firmado electrónicamente por:
**ANDRES
ALEJANDRO
PALACIO FIERRO**

.....

Andrés Palacio Fierro, MBA

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos de los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciado en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, 16 de febrero 2022.



.....
Jorge Stalin Ramón Durán
1714531017

APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado, y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ASESORÍA ACADÉMICA PARA EL SUR DE QUITO, previo la obtención del Título de Licenciado de Administración de Empresas y Negocios, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Quito, 16 de febrero de 2022.



Firmado electrónicamente por:
PARVANEH SAEIDI

Lcda. Parvaneh Saeidi, PHD

Nombres completos
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



Firmado electrónicamente por:
**MERCEDES FABIOLA
GALARRAGA CARVAJAL**

Econ. Mercedes Galárraga Carvajal, MBA

Nombres completos
VOCAL

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico en primer lugar a Dios, mi inspiración en cada momento de mi vida, a mis padres quienes han estado pendientes en cada etapa de este proceso, a mis hijas Vianka e Isabella mi fuerza para continuar en este duro trajinar de la vida, a mi amor y pilar fundamental para mantenerme altivo en mis ganas de superación y quien ha estado siempre apoyándome con su cariño y consejos para no desmayar en el cumplimiento de este logro, te amo Patricia.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la salud y vida para continuar preparándome profesionalmente, a los estimados docentes y autoridades de esta prestigiosa universidad quienes con tesón y vocación de servicio han estado prestos para colaborar con nosotros en las extenuantes jornadas de estudio, muchas de las veces dejando de lado a sus familias por cumplir con esta dura pero gratificante tarea, un agradecimiento especial a mi tutor quien supo guiarme con paciencia en la elaboración de este proyecto.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

AUTORIZACIÓN PARA EL REPOSITORIO DIGITAL	I
APROBACIÓN DEL TUTOR	III

CAPÍTULO I

1 MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN	1
1.1 OBJETIVO DEL CAPÍTULO	1
1.2 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS DEL PRODUCTO O SERVICIO	1
1.2.1 <i>Fundamentación del Servicio o Producto.</i>	1
1.2.2 <i>Tabla de características del producto o servicio</i>	2
1.3 MERCADO	3
1.3.1 <i>Público objetivo de su producto o servicio</i>	3
1.3.2 <i>Demanda Potencial</i>	22
1.4 ANÁLISIS DEL MACRO Y MICRO AMBIENTE	23
1.4.1 <i>Análisis del micro ambiente</i>	23
1.4.2 <i>Análisis del macro ambiente</i>	25
1.4.3 <i>Proyección de la oferta</i>	27
1.5 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA	28
1.6 DISEÑO DE MARCA (BRANDIGN)	29
1.7 ESTRATEGIAS DE MARKETING	30
1.8 PUBLICIDAD QUE SE REALIZARÁ	31
1.9 CANALES DE DISTRIBUCIÓN	32
1.10 SEGUIMIENTO DE CLIENTES	33
1.11 ESPECIFICAR MERCADOS ALTERNATIVOS	34

CAPÍTULO II

2 OPERACIONES	35
2.1 OBJETIVO DEL CAPÍTULO	35
2.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	35
2.2.1 <i>Descripción de proceso de transformación del bien o servicio.</i>	35
2.2.2 <i>Descripción de instalaciones, equipos y personas.</i>	36
2.2.3 <i>Tecnología a aplicar</i>	46
2.2.4 <i>Factores que afectan las operaciones</i>	46
2.3 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	46

2.3.1	<i>Capacidad de Producción Futura.....</i>	47
2.4	DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN.....	48
2.4.1	<i>Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar</i> <i>48</i>	
2.5	CALIDAD	49
2.5.1	<i>Método de Control de Calidad.....</i>	49
2.6	NORMATIVA Y PERMISOS QUE AFECTAN LA INSTALACIÓN DEL NEGOCIO.....	51
2.6.1	<i>Seguridad e higiene ocupacional</i>	51
CAPÍTULO III		
3	ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN	53
3.1	OBJETIVO DEL CAPÍTULO	53
3.2	ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS	53
3.2.1	<i>Visión de la Empresa.....</i>	53
3.2.2	<i>Misión de la Empresa.....</i>	53
3.2.3	<i>Objetivos y estrategias</i>	53
3.3	ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA.....	57
3.3.1	<i>Organización Interna</i>	57
3.3.2	<i>Descripción de puestos.....</i>	58
3.4	CONTROL DE GESTIÓN	63
3.4.1	<i>Indicadores de gestión</i>	63
CAPÍTULO IV		
4	JURÍDICO LEGAL	64
4.1	OBJETIVOS DEL CAPÍTULO.....	64
4.2	DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA.....	64
4.3	REGISTROS DE MARCAS	67
.....	68
4.4	LICENCIAS NECESARIAS PARA FUNCIONAR Y DOCUMENTOS LEGALES.....	69
CAPÍTULO V		
5	EVALUACIÓN FINANCIERA	73
5.1	OBJETIVOS DEL CAPÍTULO.....	73
5.2	PLAN DE INVERSIONES.....	73
5.3	CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS	74
5.3.1	<i>Mano de Obra</i>	74
5.3.2	<i>Depreciación.....</i>	75

5.3.3	<i>Proyección de la depreciación</i>	75
5.3.4	<i>Detalle de Costos</i>	76
5.3.5	<i>Proyección de Costos</i>	76
5.3.6	<i>Detalle de Gastos</i>	76
5.3.7	<i>Proyección Gastos</i>	77
5.4	PLAN DE FINANCIAMIENTO.....	78
5.4.1	<i>Forma de financiamiento</i>	78
5.5	CÁLCULO DE INGRESOS	80
5.5.1	<i>Proyección de Ingresos</i>	81
5.6	PUNTO DE EQUILIBRIO	81
5.7	ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO.....	82
5.8	FLUJO DE CAJA	83
5.9	EVALUACIÓN FINANCIERA	84
5.9.1	<i>Indicadores</i>	84
	CONCLUSIONES	88
	BIBLIOGRAFÍA	90

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No. 1. Caracterización del producto	2
Tabla No. 2. Categorización de sujetos	4
Tabla No. 3. Dimensión conductual	5
Tabla No. 4. Dimensión geográfica.....	5
Tabla No. 5. Dimensión demográfica.....	6
Tabla No. 6. Métodos de recolección	7
Tabla No. 7. Métodos de recolección	8
Tabla No. 8. Métodos de recolección (competencia del negocio).....	9
Tabla No. 9. Maquinarias, equipos y herramientas	10
Tabla No. 10. Pregunta 1	11
Tabla No. 11. Pregunta 2	12
Tabla No. 12. Pregunta 3	13
Tabla No. 13. Pregunta 4.....	14
Tabla No. 14. Pregunta 5	15
Tabla No. 15. Pregunta 6.....	16
Tabla No. 16. Pregunta 7	17
Tabla No. 17. Pregunta 8.....	18
Tabla No. 18. Pregunta 9.....	19
Tabla No. 19. Pregunta 10.....	20
Tabla No. 20. Pregunta 11	21
Tabla No. 21. Proyección de la demanda	22
Tabla No. 22. Índice de precios al consumidor	26
Tabla No. 23 Tasas de interés activa y pasiva.....	27
Tabla No. 24. Proyección de la oferta	28
Tabla No. 25. Cálculo de la demanda insatisfecha proyectada	28
Tabla No. 26. Cálculo de la demanda insatisfecha proyectada en cantidad de personas y dólares.....	29
Tabla No. 27. Cronograma de medios	32
Tabla No. 28. Seguimiento de Clientes	34
Tabla No. 29. Etapas del proceso	37
Tabla No. 30. Simbología de flujogramas	39
Tabla No. 31. Instalaciones por área	44

Tabla No. 32. Maquinarias y equipos de la empresa.....	45
Tabla No. 33. Número de personas del Centro de Asesoría por etapas.....	46
Tabla No. 34. Grado de sustitución de los elementos del Servicio	48
Tabla No. 35. Check list	50
Tabla No. 36. Matriz FODA.....	54
Tabla No. 37. Matriz FODA con estrategias	55
Tabla No. 38. Simbología de Organigramas	58
Tabla No. 39. Descripción del puesto Gerente general / marketing.....	59
Tabla No. 40. Descripción del puesto Asesores	60
Tabla No. 41. Descripción del puesto Recepcionista	61
Tabla No. 42. Descripción del puesto contador.....	62
Tabla No. 43. Indicadores de gestión	63
Tabla No. 44. Disposiciones generales.....	65
Tabla No. 45. Requisitos para la constitución de las empresas jurídicas	66
Tabla No. 46. Proceso de registro de marca	68
Tabla No. 47. Trámite para el registro de una marca	69
Tabla No. 48. Activos fijos.....	73
Tabla No. 49. Activos diferidos.....	73
Tabla No. 50. Publicidad inicial	74
Tabla No. 51. Capital de operación	74
Tabla No. 52. Mano de obra	75
Tabla No. 53. Depreciación	75
Tabla No. 54. Proyección de la depreciación	75
Tabla No. 55. Costos	76
Tabla No. 56. Proyección de costos	76
Tabla No. 57. Detalle de salarios administrativos	77
Tabla No. 58. Detalle de gastos administrativos generales	77
Tabla No. 59. Resumen de gastos administrativos	77
Tabla No. 60. Gasto de ventas	77
Tabla No. 61. Proyección de gastos	78
Tabla No. 62. Estructura de financiamiento	78
Tabla No. 63. Tabla de amortización del crédito	78
Tabla No. 64. Consideraciones de cálculo para los ingresos.....	80
Tabla No. 65. Cálculo de los ingresos anual	81

Tabla No. 66. Proyección de ingresos	81
Tabla No. 67. Punto de equilibrio.....	81
Tabla No. 68. Cálculo para determinar el punto de equilibrio	82
Tabla No. 69. Estado de resultados proyectados	83
Tabla No. 70. Flujo de caja del proyecto.....	83
Tabla No. 71. Flujo de caja del inversionista	84
Tabla No. 72. Tasa de oportunidad.....	85
Tabla No. 73. Periodo de recuperación	87

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1. Pregunta 1	11
Gráfico N° 2. Pregunta 2	12
Gráfico N° 3. Pregunta 3	13
Gráfico N° 4. Pregunta 4	14
Gráfico N° 5. Pregunta 5	15
Gráfico N° 6. Pregunta 6	16
Gráfico N° 7. Pregunta 7	17
Gráfico N° 8. Pregunta 8	18
Gráfico N° 9. Pregunta 9	19
Gráfico N° 10. Pregunta 10	20
Gráfico N° 11. Pregunta 11	21
Gráfico N° 12. Proyección de la demanda	23
Gráfico N° 13. Crecimiento Económico.	25
Gráfico N° 14. Canal de distribución	33
Gráfico N° 15. Seguimiento de clientes	33
Gráfico N° 16. Entradas y salidas del servicio.....	35
Gráfico N° 17. Mapa de procesos	38
Gráfico N° 18. Solicitud de ingreso a la institución.....	40
Gráfico N° 19. Recepción de trabajos y tareas.....	41
Gráfico N° 20. Proceso de contratación	42
Gráfico N° 21. Diseño y distribución del centro de asesoramiento académico .	43
Gráfico N° 22 Mapa Estratégico.	56
Gráfico N° 23 Organigrama estructural	57
Gráfico N° 24 Organigrama funcional	58
Gráfico N° 25. Punto de equilibrio	82

ÍNDICE DE FÓRMULAS

Fórmula No. 1. Cálculo de la muestra	7
Fórmula No. 2. Tasa Interna de Retorno	85

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS.

TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ASESORÍA ACADÉMICA EN EL SUR DE QUITO

AUTOR: Ramón Durán Jorge Stalin

TUTOR: Andrés Palacio Fierro, MBA

RESUMEN EJECUTIVO

El presente Plan de Negocio trata sobre la creación de una microempresa que se va a encargar de brindar el servicio de apoyo académico a los niños, niñas y jóvenes del sur de Quito, tomando en cuenta que el efecto de la pandemia ha llevado a tener índices altos en deserción educativa en todos los niveles, por lo cual la investigación tiene un mercado objetivo con chicos y chicas de educación básica general y básica general unificada. En este sentido, el mercado y la comercialización de esta idea de negocio se fundamentan en la demanda potencial calculada de 87.390 horas de requerimientos y oferta de 38.168 horas, considerando el análisis primario de datos, demostrándose una demanda insatisfecha que no se podrá cubrir en su totalidad, pero que demuestra la viabilidad del mercado. De forma paralela la empresa requiere de lineamientos tanto en las operaciones siendo la capacidad productiva un referente de la capacidad de atención que será de 1.280 horas con capacidad asesora de 8 profesionales. La estructura organizacional y de gestión se fundamenta en la filosofía empresarial y estructura funcional concentrando el liderazgo en la gerencia. En el ámbito legal los requisitos, licencias, y documentos serán un soporte esencial para el desarrollo de la empresa, constituyéndose la empresa como Sociedad por Acciones Simplificada, presentándose sus respectivos requerimientos para la constitución y funcionamiento, además de los requerimientos de marca, patente. El análisis de factibilidad finaliza con un análisis financiero en el cual se demuestra que la rentabilidad sobre la inversión presenta un VAN positivo y una TIR de 31% para el proyecto y un tiempo de recuperación de la inversión de 3 años, lo cual demuestra la viabilidad del proyecto y la conveniencia de implementarlo.

DESCRIPTORES: Plan de negocios, Centro de asesoría académica, Sur de Quito, estudio de factibilidad.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS.

THEME: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ASESORÍA ACADÉMICA EN EL SUR DE QUITO

AUTHOR: Ramón Durán Jorge Stalin

TUTOR: Andrés Palacio Fierro, MBA

ABSTRACT

This Business Plan deals with the creation of a microenterprise that will be in charge of providing academic support services to children and young people in the south of Quito, taking into account that the effect of the pandemic has led to high in educational desertion at all levels, for which the research has a target market with boys and girls from general basic education and unified general basic education. In this sense, the market and the commercialization of this business idea are based on the calculated potential demand of 87,390 hours of requirements and supply of 38,168 hours, considering the primary analysis of data, demonstrating an unsatisfied demand that cannot be covered in its totality, but which demonstrates the viability of the market. At the same time, the company requires guidelines both in operations, with productive capacity being a benchmark for attention capacity, which will be 1,280 hours with the advisory capacity of 8 professionals. The organizational and management structure is based on the business philosophy and functional structure, concentrating leadership on management. In the legal field, the requirements, licenses, and documents will be an essential support for the development of the company, constituting the company as a Simplified Joint Stock Company, presenting its respective requirements for the constitution and operation, in addition to the brand and patent requirements. The feasibility analysis ends with a financial analysis in which it is shown that the return on investment presents a positive NPV and an IRR of 31% for the project and an investment recovery time of 3 years, which demonstrates the viability. of the project and the convenience of implementing it.

KEYWORDS: Business plan, Academic Advisory Center, South of Quito, feasibility study.

(FIRMA Y SELLO DEPARTAMENTO DE IDIOMAS)

INTRODUCCIÓN

El presente Proyecto de Plan de Negocios tiene como objetivo realizar el estudio de factibilidad de la creación de un centro de apoyo académico en el Sur de la ciudad de Quito, específicamente en la parroquia de La Ecuatoriana. La ausencia de centros de este tipo y los efectos de la pandemia respecto a los niveles de deficiencia en los diferentes niveles educativos, han llevado a la creación del presente proyecto para poder mejorar los niveles de aprendizaje y entendimiento en los estudiantes de la educación básica general y básica general unificada.

Según estudios preliminares acerca de los niveles de educación en el país después de los problemas generados por la pandemia, se ha presentado la necesidad de crear un centro de apoyo académico para poder solventar las carencias o los vacíos que el tipo de educación a distancia o virtual producen en un entorno que no se encontró preparado para poder afrontar las consecuencias de la pandemia, y mucho menos para poder salir adelante con una educación, especialmente la pública, llena de vacíos académicos, tecnológicos y en muchos de los casos hasta pedagógicos.

Para el estudio del presente plan de negocios han sido preparados cinco capítulos que abarcan temas complementarios y que a continuación se presenta un análisis de cada uno ellos de manera simplificada.

Capítulo I.- Área de Marketing. – Se analizará cómo se va a dar el servicio, que mercado es el que se abarca, así como los aspectos innovadores que se va a presentar y también cuál será el mercado objetivo del estudio y la demanda potencial para ejecutar el proyecto.

Capítulo II.- Área de Producción. – La descripción por procesos, se detallarán las herramientas, maquinaria, equipo y tecnología para poder cumplir los objetivos trazados en la investigación, así como la localización de la empresa y sus respectivas áreas de trabajo.

Capítulo III.- Área de Organización y Gestión. – Es la esencia en sí de la investigación a través de la misión, visión, análisis FODA y organigrama estructural y de funciones.

Capítulo IV.- Área Jurídico Legal. – En este capítulo se expone que tipo de empresa se está formando, así como las patentes, las marcas, permisos, y licencias que se deben obtener para un funcionamiento adecuado dentro de los márgenes de la ley.

Capítulo V.- Área Financiera. – En este apartado se investiga sobre un plan inicial, un plan financiero proyectado, de gastos y costos, flujo de caja, punto de equilibrio, el VAN, el TIR, y el período de recuperación del proyecto.

Objetivos del trabajo de titulación

Objetivo General

Desarrollar un plan de negocios para la creación de un Centro de Asesoría Académica en el Sur de Quito, a través de soluciones integrales educativas, con personal calificado para satisfacer las carencias de aprendizaje de los estudiantes.

Objetivos Específicos

Efectuar un estudio de mercado y comercialización para en la zona de estudio para definir los antecedentes, el mercado, analizar el micro y macro ambiente, demanda potencial, diseño de marca, estrategias de marketing y publicidad, canales de distribución, seguimiento y mercados alternativos.

Establecer los parámetros de operaciones para el desarrollo del Centro de Asesoría Académica.

Delimitar la estructura organizacional y de gestión para el Centro de Asesoría Académica.

Identificar los lineamientos jurídicos necesarios para la creación del centro de Asesoría Académica.

Evaluar el estudio financiero, con el fin de analizar la rentabilidad económica proyectada y necesidades de capital.

CAPÍTULO I

1 Mercado y Comercialización

1.1 Objetivo del Capítulo

Establecer los parámetros de mercado y comercialización para el proyecto de desarrollo de un centro de asesoría académica para el Sur de Quito.

Ante esta oportunidad de negocio, se debe destacar que Ecuador siempre ha sido un país con altos niveles de deficiencia académica y con índices altos en deserción estudiantil en los diferentes niveles de educación, claro está que este fenómeno viene atado a necesidades sociológicas, culturales y económicas que complementan esta problemática en auge y mucho más desde hace dos años atrás con el apareamiento de la pandemia.

Michael Gerber, uno de los más grandes empresarios y referente en lo que a emprendimiento se refiere dijo. “Un emprendedor ve oportunidades allá donde otros solo ven problemas”. Partiendo de esta frase se toman las circunstancias antes indicadas como punto de partida con un enfoque de crecimiento empresarial y con un alto nivel de responsabilidad social para poder dar soluciones integrales a aquellos vacíos en los conocimientos de los estudiantes que los perjudican ahora y lo harán en el futuro en sus vidas profesionales.

De esta manera se va a intervenir por dos frentes, el uno a través de la ayuda y mejoramiento académico de los estudiantes y otra, la oportunidad de generar una empresa que brinda fuentes de trabajo a personal responsable y ético que colaboren en la institución para cumplir con el objetivo empresarial y de esta manera poder ayudar a la demanda potencial a solventar la carencia o vacíos de conocimientos en los niveles de educación básica general y básica general unificada que existe en el sector Sur de Quito, específicamente en la parroquia de La Ecuatoriana.

1.2 Antecedentes investigativos del producto o servicio

1.2.1 Fundamentación del Servicio o Producto.

Hoy en día en el Ecuador, hay un problema importante en los sistemas de educación tradicionales y más aún con los rezagos que ha dejado la pandemia, los cuales han

repercutido en generar diferencias sistemáticas en los niveles de aprendizaje de los estudiantes, por ello se ha pensado en que el apoyo del Centro de Asistencia Académica es vital e importante para llegar a una nivelación de conocimientos y de esta manera brindar una oportunidad de crecimiento personal y profesional, y que éste ya no sea un mecanismo de abandono y deserción escolar.

En la obra de Gurvich (2021) Crónicas de educación en pandemia, el autor realiza una analogía sobre las múltiples inquietudes que surgieron en su momento al aparecer la pandemia donde más que buscar respuestas se obtenían un cúmulo de preguntas que iban saliendo cada vez con cada experimento en el campo según se iban presentando.

Es ahí donde entra el Centro de Asesoría Académico para tratar de solventar las dudas acumuladas que se tiene desde tiempo atrás, brindando un apoyo integral con profesionales éticos, especializados y sobre todo con un gran don de servicio a la comunidad.

Para Tizón (2020) en su obra La salud emocional en tiempos de pandemia establece que los efectos de una cuarentena son largos y duraderos por lo que se debe implementar tipos de refuerzos y cuidados emocionales y cognitivos para evitar que dichos efectos sean permanentes a través de estudios especializados no lleguen a causar problemas tanto en el área sanitaria como en el área social a nivel general.

Además, los padres se van a beneficiar de mantener una tranquilidad de que sus hijos no van a pasar solos en casa, en la calle, o con personas que no ayudan en la proporción que los hijos o hijas necesitan de acuerdo a su nivel, a la par que se genera un valor agregado de solventar vacíos emocionales cubiertos a través de la socialización y apoyo, y académicos que necesitan para mejorar su rendimiento en sus actividades diarias.

1.2.2 Tabla de características del producto o servicio

Tabla No. 1. Caracterización del producto

VARIABLE	BENEFICIO
Los hijos se quedan solos en casa	Asisten al Centro de Asesoría Académica
Consecuencias psicológicas Post Pandemia	Evaluación profesional al ingreso
Falencias académicas	Nivelación y asesoría académica
Altos niveles de deserción escolar	Acompañamiento de tareas

Fuente: Observación

Elaborado por: el autor

Resumen Explicativo: En la tabla N°1 se puede observar los argumentos que están representados como necesidades que los clientes deben suplir y aprovechar los beneficios que ofrece el Centro de Asistencia Académica como un centro con un servicio diferenciado debido a que los padres de familia hoy por hoy salen a trabajar por largas y extenuantes jornadas de trabajo, regresan en la tarde a casa, y es en ese momento, donde la institución brinda el apoyo con el acompañamiento de refuerzo requerido por el estudiante, la realización de las tareas y proyectos que son enviadas de manera diaria, desde los establecimientos educativos respectivos.

Es un deber velar por la integridad de los estudiantes y de esta manera se puede abarcar este tema también las consecuencias presentadas post-pandemia en el ámbito psicológico pues la posibilidad de socialización y apoyo con un seguimiento continuo para apoyar en soluciones integrales.

1.3 Mercado

1.3.1 Público objetivo de su producto o servicio

El mercado que será producto del presente estudio está enfocado a niños, niñas, jóvenes de 10 a 18 años de los sistemas de educación particular, fiscal y fiscomisional, que se encuentren ubicados en el sur de Quito específicamente en la parroquia de La Ecuatoriana, orientado a un estrato económico medio y medio bajo que gusten mejorar el nivel académico y que deseen que superar sus expectativas educativas, propendiendo así a reducir los índices de deserción estudiantil y mejorar los vacíos que deja la teleeducación, los mismos que hoy por hoy se encuentran solventando sus grietas académicas de manera superficial, tratando de salvar el año de una manera empírica y pedagógicamente nula ya que muchos recurren a realizar trampa, copiar, o simplemente no hacen nada carecen de entusiasmo de aprender y conocer cosas nuevas, muchas de las veces puede ser cuestión de principios y valores que se imparten en la casa, pero es el momento de cambiar, pensar en romper paradigmas, y realizar una nueva vida que parte del conocimiento y fortalecimiento en cuanto a valores, lectura, y conocimientos renovados.

1.3.1.1 Categorización de sujetos

Se puede identificar las categorizaciones del servicio en la siguiente tabla.

Tabla No. 2. Categorización de sujetos

CATEGORÍA	SUJETO
¿Quién contrata?	Padres de familia cuyos hijos e hijas se encuentran estudiando en el sur de Quito, de la parroquia de La Ecuatoriana, de establecimientos fiscales, particulares, fiscomisionales, de educación general básica y general básica unificada.
¿Quién usa?	Los hijos e hijas que necesitan mejorar su rendimiento académico y solucionar vacíos del aprendizaje tele educativo.
¿Quién decide?	Los padres de familia con capacidad de pago del servicio.
¿Quién influye?	Familiares, redes sociales, publicidad en general.

Fuente: Observación

Elaborado por: El Autor

Resumen Explicativo: En el cuadro que antecede se puede ver la categorización del sujeto en esta empresa, los padres de familia son los encargados de pagar la contratación del servicio sin tomar en cuenta la institución educativa donde estudian sus hijos, quienes son los beneficiados del servicio propuesto en el proyecto, dependiendo la capacidad de pago de los padres de familia son aquellos que deciden si pagar por el servicio o no, y la influencia va a ser dispersada a través del comercio boca a boca por redes sociales y publicidad en general.

1.3.1.2 Estudio de Segmentación

El presente estudio de segmentación está enfocado al servicio brindado por el Centro de Asesoría Académica en el Sur de Quito, el mismo que se encuentra ubicado en la parroquia de La Ecuatoriana de Distrito Metropolitano de Quito, Provincia de Pichincha. Ver tabla N° 3.

Tabla No. 3. Dimensión conductual

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
TIPO DE NECESIDAD	Autorrealización
TIPO DE CONTRATACIÓN	Comparación
RELACIÓN CON LA MARCA	Si
ACTITUD FRENTE AL SERVICIO	Positiva

Fuente: Observación

Elaborado por: El Autor

Resumen Explicativo: En la tabla de dimensión conductual se realiza una relación con variables dependientes y se encuentra que el tipo de necesidad a cubrir está relacionado con la autorrealización de cada persona que será usuario del servicio. Tomando como referencia la pirámide de necesidades de Maslow, el tipo de contratación se la realiza a través de un muestreo de comparación con la poca competencia del sector, se establece que, si existe una relación con la marca frente al servicio que se brinda, así como también una reacción positiva de la actitud del consumidor en relación a otros servicios, los padres de familia priorizan la oportunidad de poder mejorar la calidad de aprovechamiento de conocimientos de sus hijos.

La ubicación del Centro de Asesoría Académica se encuentra instalado en el Sur del Distrito Metropolitano de Quito en la parroquia de La Ecuatoriana, Barrio El Paraíso por tal razón se estudiará la dimensión geográfica del sector.

Tabla No. 4. Dimensión geográfica

VARIBALE	DESCRIPCIÓN	Nº DE HABITANTES
País	Ecuador	17'850.994 habitantes.
Región	Sierra	7'847.136 habitantes.
Provincia	Pichincha	3'228.233 habitantes.
Ciudad Urbana	Quito	2'781.641 habitantes.
Parroquia	La ecuatoriana	62.313 habitantes.

Fuente: (Inec, 2020)

Elaborado por: El Autor

Tabla No. 5. Dimensión demográfica

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	N° HABITANTES
EDAD	Alumnos de 10 a 18 años	20.5%
SEXO	Hombre	10.5%
	Mujer	10%
NIVEL DE INGRESOS	Ingresos Brutos	600usd a 900usd
ESCOLARIDAD	Nivel de educación	Variada
OCUPACIÓN	Sueldo fijo o variable	Fijo

Fuente: (Inec, 2020)

Elaborado por: El Autor

Resumen Explicativo: En la dimensión Demográfica se pudo encontrar datos importantes para la investigación de este proyecto y es así que los alumnos de 10 a 18 años constituyen en 25% de los habitantes, es decir un total de 12.774 estudiantes, potenciales clientes. En sector se encuentran personas de todo nivel económico sin embargo una media indica que el promedio de ingresos de cada uno de los padres de familia interesados en contratar el servicio oscila en el rango de 600 a 900 usd. por cada padre, la mayoría posee sueldo fijo. Esto permite pronosticar de manera empírica un nicho de mercado poco explotado y un interés por parte de los padres de utilizar el servicio.

1.3.1.3 Plan de muestreo

Para objeto de segmentación del estudio de este proyecto, se toma como referencia la población de la parroquia de La Ecuatoriana del Sur de Quito, y tomando los valores emitidos según documento del Instituto de la Ciudad (Ciudad, 2015), la parroquia La Ecuatoriana es considerada una de las más grandes del sur de Quito con 62.313 habitantes. Cabe acotar que la población sujeta de estudio serán los 12.774 estudiantes, de los cuales se

entrevistaré a los padres. La población es finita porque está en un valor menor a 500.000 habitantes, factor a tomar en cuenta para los cálculos pertinentes.

$n = 62.313$ habitantes (Tamaño de muestra).

$Z = 1,96$ (Se considera el nivel de confianza del 95%).

$P = 0,5$ (Probabilidad a favor).

$Q = 0,5$ (Probabilidad en contra).

$E = 5\%$ (Margen de error).

$$\frac{\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N}\right)}$$

Fórmula No. 1. Cálculo de la muestra

Total, de encuestas a aplicar: 382

La encuesta se presenta en el anexo 1.

1.3.1.4 Instrumentos para recopilar información

A través de la Investigación de Mercado se puede realizar una recopilación de datos para el Centro de Asesoría Académica en el Sur de Quito, las mismas que se encuentran detalladas en la siguiente tabla:

Tabla No. 6. Métodos de recolección

Objetivo Específico: Determinar los gustos y preferencias del consumidor mediante el estudio de mercado del sector de La Ecuatoriana.			
Necesidades de Información	Tipo de información	Fuentes	Instrumentos
¿Qué es un Centro de Asesoría Académica?	Secundaria	Libros, Internet	Servicios agrupados

Tipos de rendimiento académico	Secundaria	Libros	Servicios agrupados
¿Qué es la Administración educativa?	Secundaria	Libros	Servicios agrupados
Productos Complementarios	Secundaria	Proveedores	Bancos de datos de otras organizaciones
Costos de Mobiliario Estudiantil	Secundaria	Proveedores	Servicios agrupados

Fuente: Investigación Personal.

Elaborado por: El Autor.

Tabla No. 7. Métodos de recolección

Objetivo Estratégico: Determinar el esquema de implementación más apropiado para el servicio en el mercado actual y futuro de acuerdo a las necesidades de los clientes.

Necesidades de Información	Tipo de información	Fuentes	Instrumentos
Determinar el mercado potencial	Secundaria	INEC	Servicios agrupados
Top de instituciones educativas del sector	Secundaria	Ministerio de educación	Bancos de datos de otras organizaciones
Factores críticos para el sector educativo	Secundaria	Ministerio de educación	Banco de datos de otras organizaciones
Gustos y preferencias de los consumidores	Primaria	Padres de familia	Encuesta
Plan de promoción del servicio	Primaria	Libros e internet	Encuesta

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El autor

1.3.1.5 Diseño y recolección de información.

La carencia de conocimientos y los vacíos educativos que mantienen los estudiantes como producto de un proceso de teleeducación improvisado por causa de la pandemia genera la necesidad de crear un Centro de Asistencia Académica para solventar estas carencias existentes con soluciones integrales eficientes.

Desarrollo de instrumentos

Información Secundaria

Como se puede observar en la tabla N° 8, los datos básicamente son obtenidos de páginas del internet para poder tener información sobre el mercado potencial donde para efectos de este estudio se deben realizar 382 encuestas, bases de datos del Ministerio de Educación y bibliografía de la biblioteca de la Universidad para poder recopilar información útil como factores críticos para el sector educativo y ciertos lineamientos generales pedagógicos que se debe tener en cuenta para poder brindar soporte a los estudiantes.

Tabla No. 8. Métodos de recolección (competencia del negocio)

Descripción	Ubicación	Producto
El club de tareas	Pichincha	Tareas Dirigidas
Fundación Don Bosco	Pichincha	Tareas Dirigidas y apoyo emocional.

Fuente: Investigación Personal

Elaborado por: El Autor

Maquinarias, equipos y herramientas

A continuación, en la tabla N° 9 se encuentra detallado una lista de maquinaria, equipos y herramientas que serán necesarios para el inicio de las operaciones de del Centro de Asesoría Académica y su normal desempeño.

Tabla No. 9. Maquinarias, equipos y herramientas

Descripción	Equipo
Utensilios de aseo: Escobas, trapeadores, basureros, recogedores,	
Suministros para clases: Grapadora, saca grapas, perforadora, esferos, lápices, pinturas, marcadores para pizarra acrílica, hojas, cartulinas, etc	
Útiles de aseo y limpieza: papel higiénico, toallas de manos, alcohol, gel, jabón de manos, cloro, desinfectante, detergente, lava platos, etc	
Equipos de computación: PC de escritorio, laptops, impresoras.	
Muebles de oficina y estudiantes: escritorios pupitres, archivadores, teléfonos, pizarras acrílicas	

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: El Autor

Información primaria

El Centro de Asesoría Académica va a emplear la encuesta como técnica de recolección de datos para poder determinar gustos y preferencias respecto del servicio que brinda la institución aplicada a una población muestra de la parroquia de La Ecuatoriana, obteniendo como resultado 382 encuestas.

1.3.1.6 Análisis e Interpretación

Para conocer los resultados se procede a realizar una encuesta de la cual se obtiene información relevante para poner en marcha la idea de negocio:

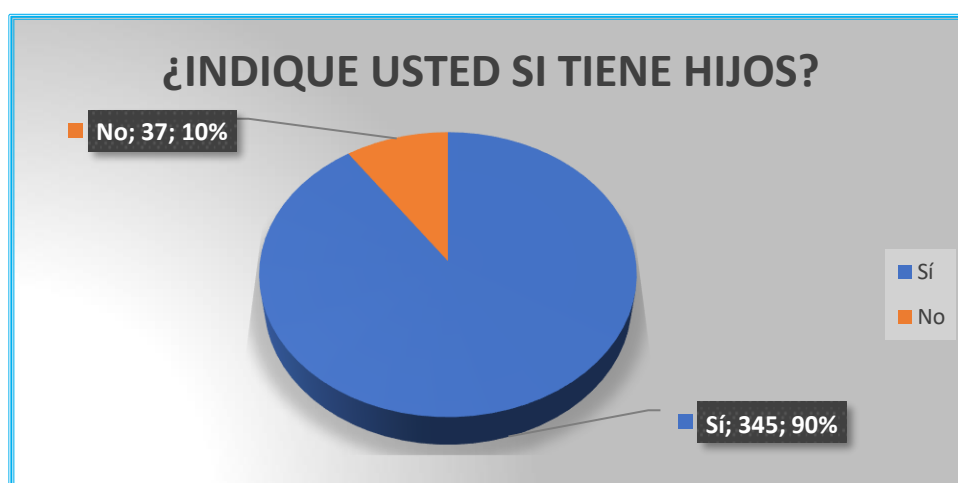
Tabla No. 10. Pregunta 1

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
Sí	345	90%	90%
No	37	10%	100%
TOTAL	382	100%	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

Gráfico N° 1. Pregunta 1



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

Interpretación y análisis

De acuerdo a los resultados de la encuesta el 90% de los encuestados posee hijos y el 10% mencionaba que no.

En los resultados se evidencia que un alto porcentaje de encuestados posee hijos siendo una variable positiva para el desarrollo de la propuesta e idea negocio.

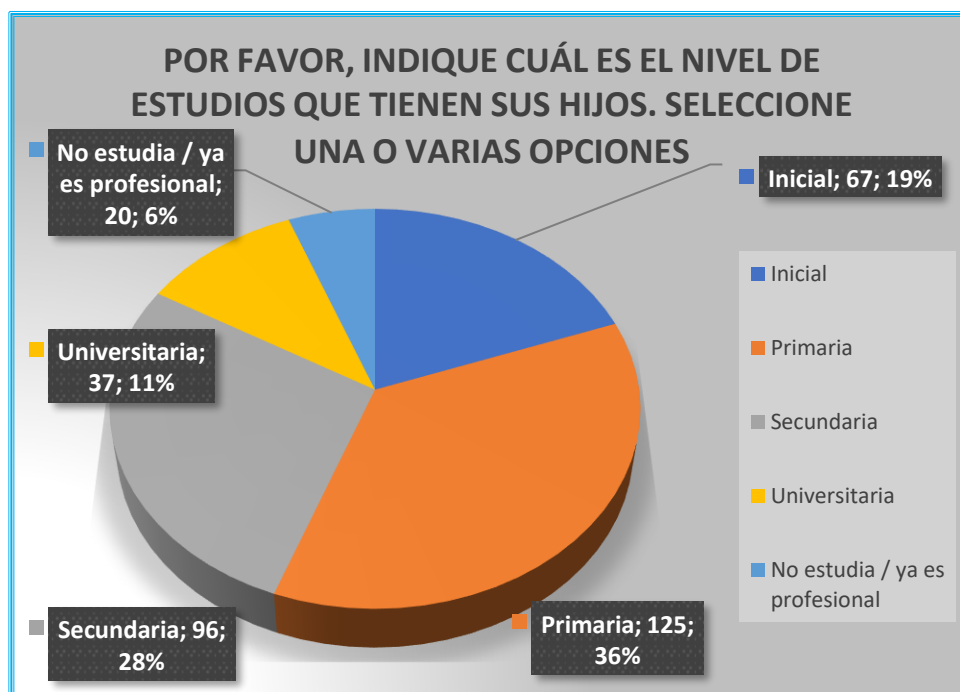
Tabla No. 11. Pregunta 2

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
Inicial	67	19%	19%
Primaria	125	36%	56%
Secundaria	96	28%	83%
Universitaria	37	11%	94%
No estudia/ya es profesional	20	6%	61%
TOTAL	345	100%	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

Gráfico N° 2. Pregunta 2



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

Interpretación y análisis

Al preguntar el grado de escolaridad del nivel de estudio, el 36% es de primaria, el 28% secundaria, el 19% inicial, el 11% universitaria y el 6% no estudia es profesional.

Los resultados demuestran que un alto porcentaje de encuestados posee niños y niñas en

edad escolar, siendo un segmento que constantemente requiere de apoyo académico.

Tabla No. 12. Pregunta 3

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
Sí	122	38%	38%
No	203	62%	100%
TOTAL	325	100%	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

Gráfico N° 3. Pregunta 3



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

Interpretación y análisis

De los resultados obtenidos el 62% mencionan que sus hijos no asisten a centro de tareas dirigidos pero el 38% sí lo hace.

Es evidente que un porcentaje considerable requiere de asesoría académica para realizar las actividades escolares. Siendo un segmento potencial para la propuesta de negocio.

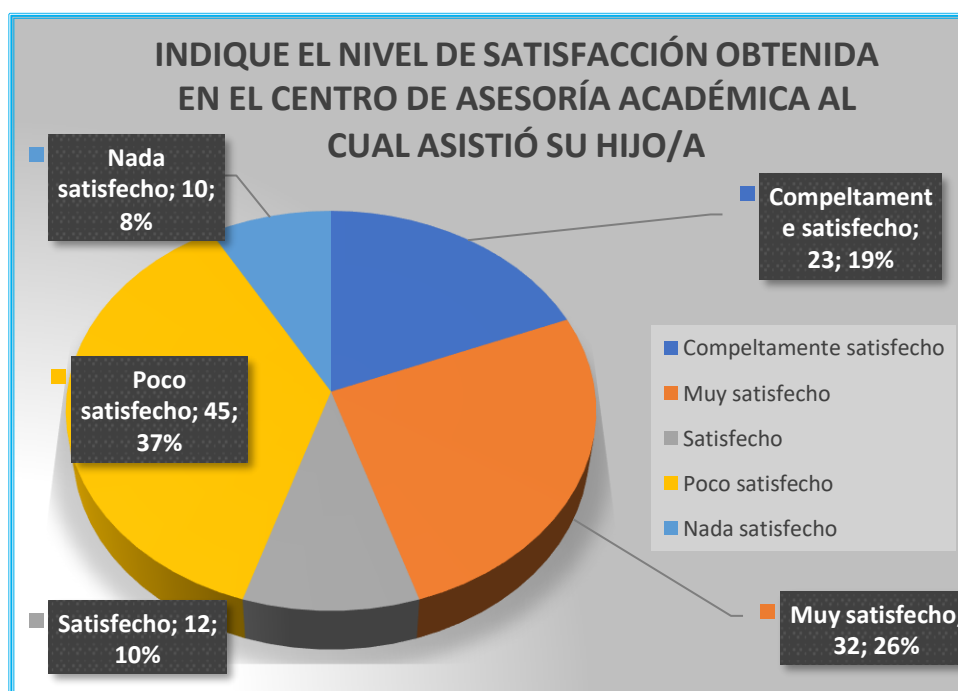
Tabla No. 13. Pregunta 4

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
Completamente satisfecho	23	19%	19%
Muy satisfecho	32	26%	45%
Satisfecho	12	10%	55%
Poco satisfecho	45	37%	92%
Nada satisfecho	10	8%	100%
TOTAL	122	100%	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

Gráfico N° 4. Pregunta 4



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

Interpretación y análisis

Al preguntar el nivel de satisfacción obtenida los encuestados destacan en un 37% que están poco satisfecho, el 26% satisfechos, el 19% completamente satisfecho y el 10% satisfecho, el 8% nada satisfecho.

En contraste con la percepción de los encuestados un alto porcentaje está poco satisfecho con la asesoría académica que reciben sus hijos con respecto al trabajo que brinda los centros de asesoría. Es indispensable que la propuesta de negocio esté orientada a mejorar el

esquema de trabajo de los centros de asesoría con la finalidad de garantizar un mejor nivel de satisfacción por parte de los padres.

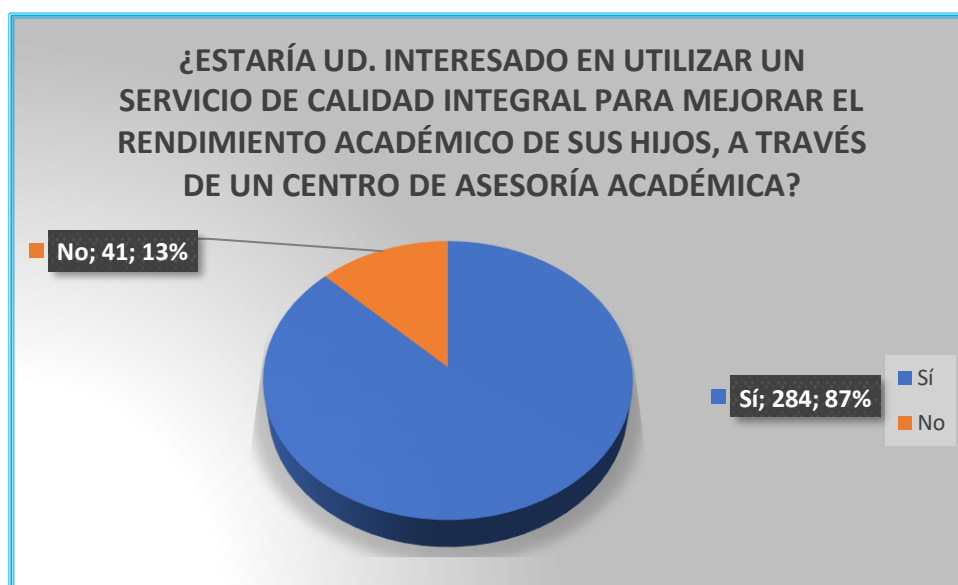
Tabla No. 14. Pregunta 5

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
Sí	284	87%	87%
No	41	13%	100%
TOTAL	325	100%	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

Gráfico N° 5. Pregunta 5



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

Interpretación y análisis

Los encuestados mencionaron que, si en un 87% estarían interesados en recibir el servicio de ayuda académica para mejorar el rendimiento académico de sus hijos, el 13% indican que no.

Un alto porcentaje de los encuestados está interesado en este servicio y que de cierta forma contribuya al rendimiento académico.

Tabla No. 15. Pregunta 6

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
Presencial	135	42%	42%
Virtual	153	47%	89%
Otro	37	11%	100%
TOTAL	325	100%	

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: El Autor

Gráfico N° 6. Pregunta 6



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: El Autor

Interpretación y análisis

Con los resultados obtenidos se evidencia que el 47% consideraba que la modalidad sea de forma virtual, el 42% presencial y el 11% otros.

Por la situación de emergencia y por pandemia los encuestados consideran en un alto porcentaje la probabilidad de asesoramiento a través de la modalidad virtual, aunque en un menor porcentaje la modalidad presencial.

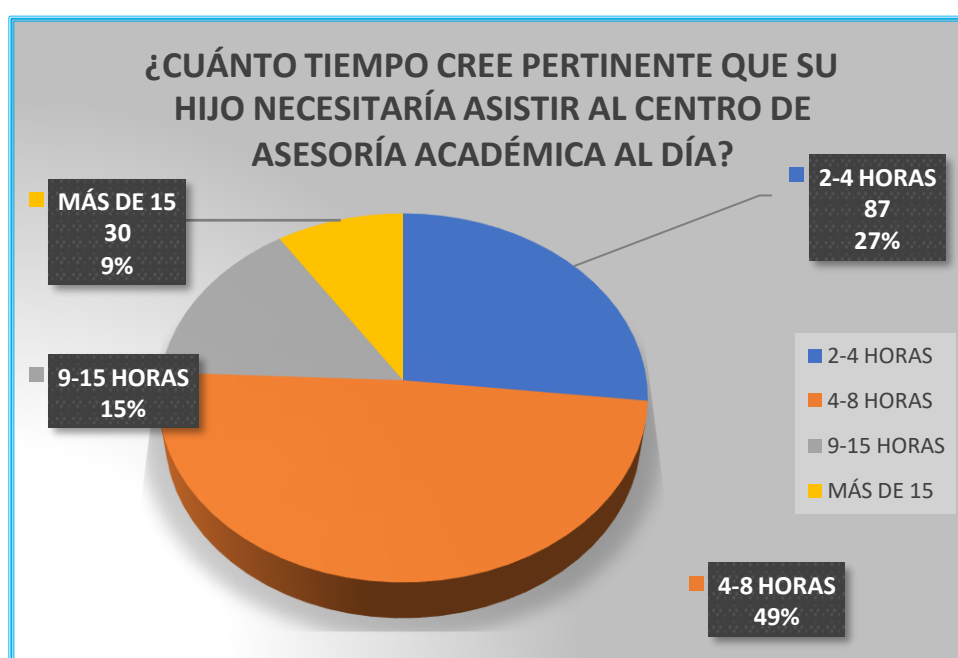
Tabla No. 16. Pregunta 7

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
2 - 4 horas	87	27%	27%
4 - 8 horas	159	49%	76%
9 - 15 horas	49	15%	91%
+ 15 horas	30	9%	100%
TOTAL	325	100%	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

Gráfico N° 7. Pregunta 7



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

Interpretación y análisis

De los resultados el 49% menciona pertinente que el niño debería asistir al centro de asesoría en un periodo de horas de 4 A 8 horas en un 49%, el 27% de 2 a 4 horas y el 15% de 9 a 15horas y el 9% más de 15 horas.

Un alto porcentaje de los encuestados considera la necesidad de que los niños, niñas y jóvenes puedan acudir por un periodo de horas entre 4 a 8 horas al mes. Siendo un periodo considerable con el cual podrán trabajar todas las materias en las necesiten ayuda.

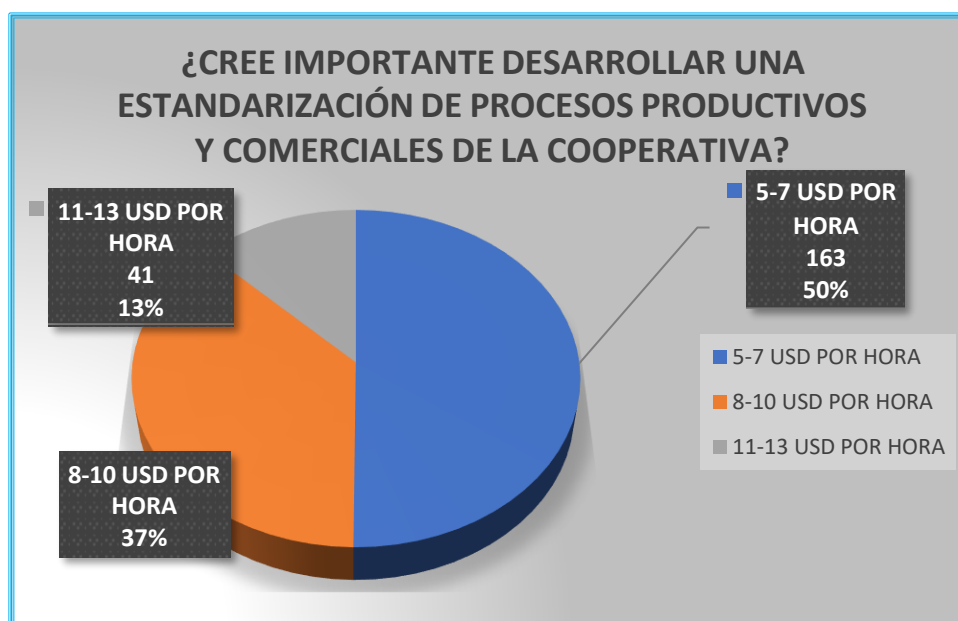
Tabla No. 17. Pregunta 8

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
5 - 7 usd por hora	163	50%	50%
8 - 10 usd por hora	121	37%	87%
11 - 13 usd por hora	41	13%	100%
TOTAL	325	100%	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

Gráfico N° 8. Pregunta 8



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

Interpretación y análisis

De los resultados obtenidos el valor a considerar para el pago del servicio de asesoría académica sería en un 50% de 5 a 7 dólares por hora, el 37% de 8 a 10 dólares y el 13% de 11 a 13 dólares la hora.

Un alto porcentaje de encuestados considera que el valor a cancelar por el servicio estaría en un rango de 5 a 7 dólares, sin embargo, el promedio obtenido se establecería en alrededor de 10% un valor que tiene aceptación en la población de cerca de un 50%, lo que implica que el proyecto debe adaptarse a la realidad del país considerando el criterio de los encuestados al ofrecer una alternativa que se oriente a las necesidades y recursos de los padres de familia.

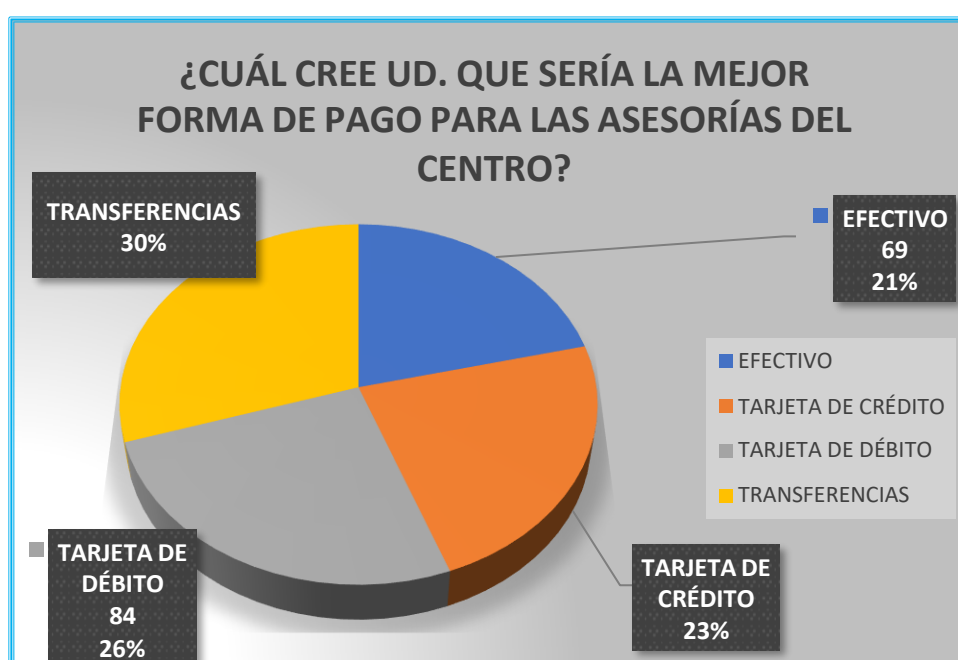
Tabla No. 18. Pregunta 9

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
Efectivo	69	21%	21%
Tarjeta de crédito	75	23%	44%
Tarjeta de débito	84	26%	70%
Transferencias	97	30%	100%
TOTAL	325	100%	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

Gráfico N° 9. Pregunta 9



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

Interpretación y análisis

Con los resultados encuestados consideran que la forma de pago para la asesoría sería en un 30% transferencias el 26% tarjetas de débito, el 23% tarjetas de crédito y el 23% efectivo. En la actualidad la modalidad de pagos por transferencias se ha convertido en una alternativa rápida que viabiliza las operaciones de las actividades y de los pagos. Siendo todos estos los mecanismos que se podrá ofertar en la creación de la empresa.

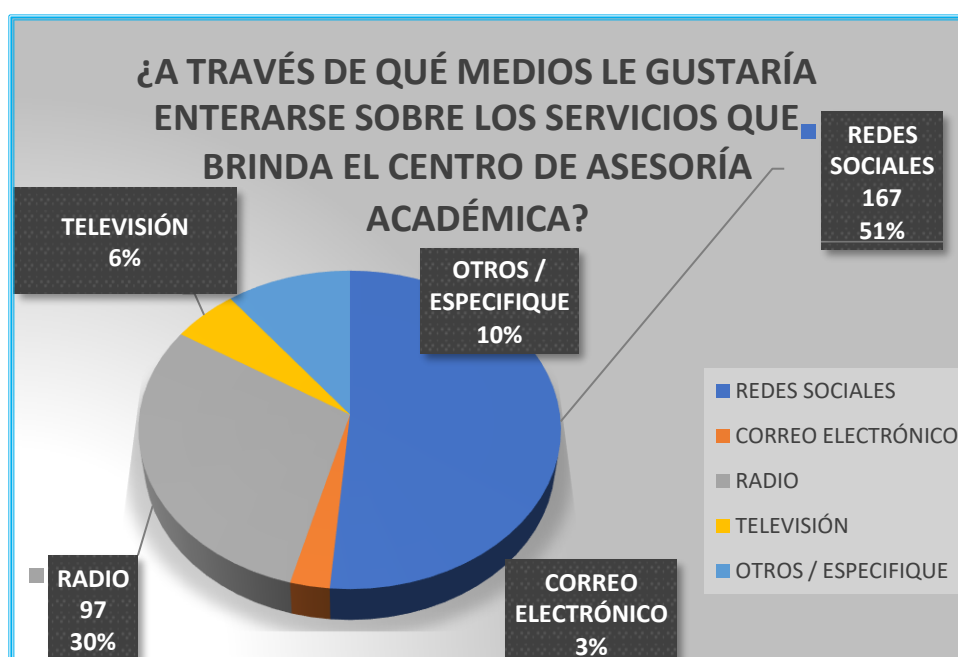
Tabla No. 19. Pregunta 10

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
Redes sociales	167	51%	51%
Correo electrónico	9	3%	54%
Radio	97	30%	84%
Televisión	18	6%	90%
Otros	34	10%	100%
TOTAL	325	100%	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

Gráfico N° 10. Pregunta 10



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

Interpretación y análisis

Los resultados destacan que el medio por el cual le gustaría enterarse de los servicios sería mediante redes sociales el 51%, e 30% radio, el 10% otros y el 6% televisión y el 3% correo electrónico.

Un alto porcentaje considera que el medio a ser considerado para la oferta del servicio son las redes sociales. Una alternativa viable que permite una mejor difusión y conocimiento del servicio que podría implementarse para satisfacer la demanda.

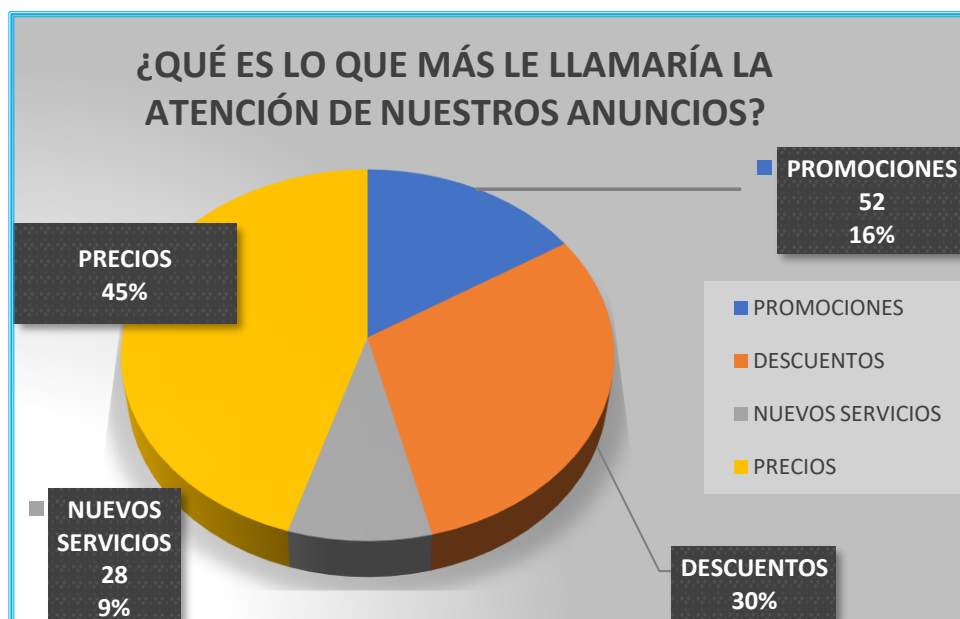
Tabla No. 20. Pregunta 11

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
Promociones	52	16%	16%
Descuentos	98	30%	46%
Nuevos servicios	28	9%	55%
Precios	147	45%	100%
TOTAL	325	100%	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

Gráfico N° 11. Pregunta 11



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El Autor

Interpretación y análisis

Los servicios que llamarían la atención para este tipo de servicios el 45% precios, el 30% descuentos, el 16% promociones, el 9% nuevos servicios.

La focalización de anuncios deberá centrarse en el planteamiento de un esquema de precios y descuentos con la finalidad de llamar la atención a los consumidores y permitir que de cierto modo mantengan el interés por las estrategias de publicidad y ventas.

1.3.2 Demanda Potencial

Para establecer la demanda es necesario determinar la población ya segmentada del sector que previamente se analizó correspondiente a 12.557 estudiantes del sector (obtenido previamente en la segmentación para el cálculo de muestra), sin embargo, adicionalmente de acuerdo a la encuesta realizada, es decir con data de información primaria se debe excluir a quienes no están interesados en utilizar el servicio que corresponde a un 13% por tanto la demanda objetiva será:

$$12556 \times (1 - 13\%) = 10.929 \text{ alumnos como estimados probables.}$$

Con este valor se debe estimar el número de horas promedio al mes que recibirán que son 8 horas y por tanto la demanda estimada existente para el servicio será:

$$10.929 \times 8 = 87.390 \text{ horas requeridas.}$$

Para realizar una proyección se estima que cada persona puede requerir finalmente el número de horas indicado al año y de acuerdo a la tasa de crecimiento de Quito en la Zona urbana, en base a los datos del municipio de la ciudad, es de 1,4% (Municipio de Quito, 2020). Por tanto, la proyección en base a la tasa de crecimiento será:

$$\text{Proyección al 2021: } 87.390 (1 + 1,4\%) = 86.614$$

Tabla No. 21. Proyección de la demanda

Año	Proyección
2021	87.390
2022	88614
2023	89854
2024	91112
2025	92388
2026	93681



Gráfico N° 12. Proyección de la demanda

Se observa una demanda alta, pero a su vez es necesario establecer la oferta existente que se calcula posteriormente.

1.4 Análisis del Macro y Micro Ambiente

1.4.1 Análisis del micro ambiente

Con la finalidad de conocer el impacto micro ambiental se procede a realizar el análisis interno de la situación de la empresa con respecto a la venta del asesoramiento académico.

Rivalidad entre empresas

Los centros de asesoramiento académico tienen alto nivel de rivalidad entre empresas que ya muchos están posicionados en el mercado permitiendo que los consumidores en este caso los padres de familia sean quien decidan el centro de asesoramiento que este acorde a sus expectativas. Por la competencia que existe la competencia es elevada siendo el consumidor quien decide el servicio, sin embargo, se debe tomar en cuenta adicionalmente que específicamente en el sector no existen centros de este tipo.

La amenaza es evidente, para ello es indispensable establecer estrategias que contribuyan a fortalecer la compra de servicio académico, permitiendo que se adapte a las necesidades de los padres y de los estudiantes.

Amenaza de productos sustitutos

Dentro del contexto comercial existe diversos medios, siendo alternativas sustitutas como instituciones que poseen esta alternativa o canales de YouTube que tienen contenido académico, que se especializan en un tema específico o una necesidad que dentro del marco educativo no se comprende. Esta tendencia se modifica por la pandemia y la emergencia sanitaria y la modalidad de aprendizaje que tienen los estudiantes bajo modalidad virtual o híbrida, en donde es necesario mantener procesos de seguimiento que aporte al rendimiento escolar reduciendo el nivel de vacíos que de cierta forma se genera en la modalidad virtual por la falta de comprensión.

Poder de negociación de clientes

No existe en este mercado un alto poder de negociación de los clientes, en este sentido depende de la oferta y de la demanda lo que implica que la variable de decisión en muchos de los casos es el precio. En este sentido los clientes podrán decidir qué lugar se adapta a las necesidades y requerimientos de su hijo o hija.

Amenaza de nuevos entrantes

Con respecto a los nuevos entrantes de mercado la amenaza es alta, factor que está relacionado con la pandemia situación que provoco oportunidades de mercado dado que no existe barreras de ingreso para que se brinde la asesoría académica. Siendo un factor en donde las probabilidades de que se desarrollen más empresas en esta misma línea de servicio es alta y por tanto una amenaza.

Poder de negociación de los proveedores

El poder de negociación de los proveedores es bajo, dado que no tienen mayor injerencia los recursos podrán ser adquiridos en cualquier lugar que dispongan de producto que necesite la empresa para brindar este servicio.

1.4.2 Análisis del macro ambiente

1.4.2.1 Factores Económicos

El más importante indicador de la economía del país es considerado el PIB (Producto Interno Bruto), por tanto, a continuación, se analiza la situación del país en base a este indicador y su variación.

A continuación, se presenta el crecimiento o decrecimiento trimestral del PIB y su gráfica:

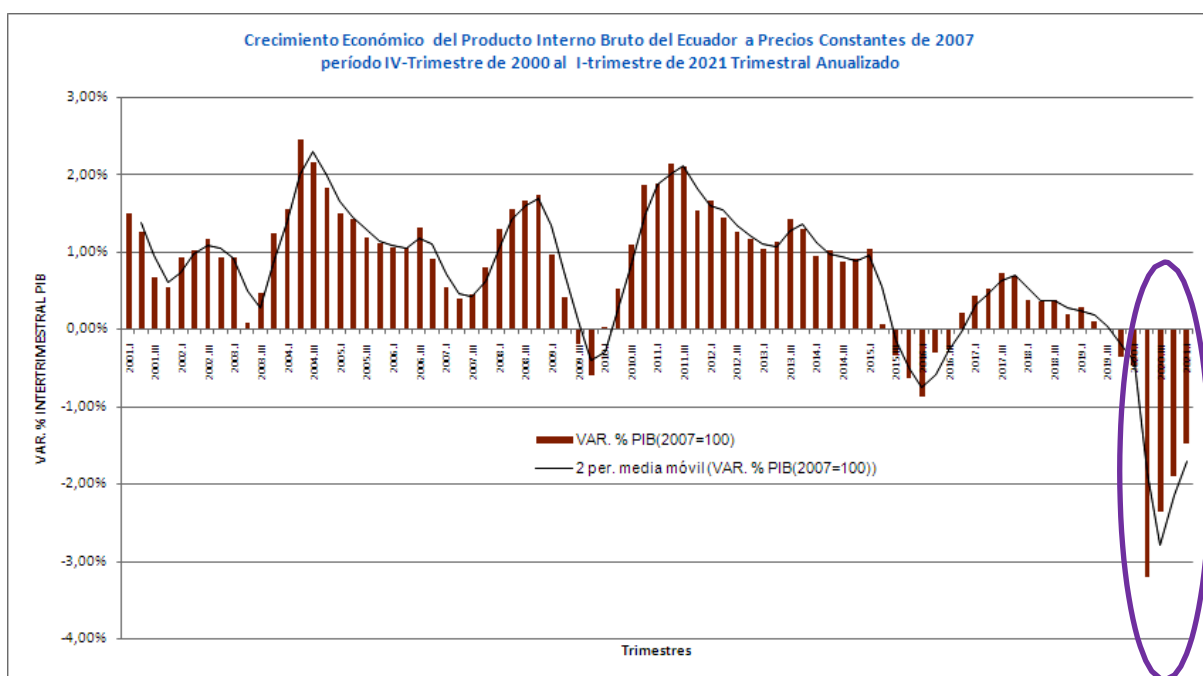


Gráfico N° 13. Crecimiento Económico.

Fuente: Banco Central del Ecuador (2022)

Se puede observar que el crecimiento ha tenido sus variaciones, pero en general se ha mantenido en recuperación, sin embargo, a partir del 2015 se ha encontrado en recesión y al 2017 y 2018 la recuperación no ha sido suficiente. Esta recesión se produjo principalmente debido a la caída de los precios del petróleo y los excesivos gastos del gobierno. Con la pandemia en 2020 los problemas económicos se han agudizado observándose una fuerte recesión que aún no tiene una buena recuperación. Sin embargo, el último reporte del Banco Central del Ecuador indica que el crecimiento interanual del tercer trimestre del 2021 fue de 5,6%, lo cual indica que el país podría encontrarse ya en una recuperación de la economía y

con tendencia favorable para los años que vienen (Banco Central del Ecuador, 2022).

Inflación

Otro indicador central de la economía corresponde a la inflación. Como se puede observar en la siguiente tabla, la misma se ha mantenido con valores muy bajos a lo largo del tiempo, lo cual indica una estabilidad de la moneda y beneficia a las empresas debido a que no se pierde capacidad adquisitiva. Este beneficio es producido debido a disponer del dólar americano.

Tabla No. 22. Índice de precios al consumidor

Variable			
Trimestres	IPC (2014=100) (1)	Var. % IPC (2014=100) intertrimestral (2)	Var. % IPC (2014=100) Anualizada (3)
2015.I	102,28%		
2015.II	103,66%	-0,37%	
2015.III	103,93%	-0,12%	
2015.IV	104,05%	0,00%	
2016.I	104,65%	0,58%	0,09%
2016.II	105,38%	0,70%	1,16%
2016.III	105,28%	-0,09%	1,18%
2016.IV	105,21%	-0,07%	1,11%
2017.I	105,66%	0,43%	0,96%
2017.II	105,55%	-0,10%	0,16%
2017.III	105,26%	-0,27%	-0,02%
2017.IV	105,00%	-0,25%	-0,20%
2018.I	105,43%	0,41%	-0,22%
2018.II	104,81%	-0,59%	-0,70%
2018.III	105,50%	0,66%	0,23%
2018.IV	105,28%	-0,21%	0,27%
2019.I	105,31%	0,03%	-0,11%
2019.II	105,45%	0,13%	0,61%
2019.III	105,42%	-0,03%	-0,08%
2019.IV	105,21%	-0,20%	-0,07%
2020.I	105,50%	0,28%	0,18%
2020.II	105,62%	0,11%	0,16%
2020.III	104,47%	-1,09%	-0,90%
2020.IV	104,23%	-0,23%	-0,93%
2021.I	104,63%	0,38%	-0,82%
	Promedio Trim.	0,03%	

Fuente: Banco Central del Ecuador (2022)

Tasa de interés

Otro indicador importante para las nuevas empresas, y específicamente para la presente corresponde a las tasas de interés, pues se requerirá un crédito para su financiamiento.

Como se observa, las tasas se han mantenido estables, con sus variaciones, pero pequeñas que tienen muy poco efecto sobre los costos de crédito. Aún las tasas de Ecuador no se encuentran al nivel de las internacionales en dólares, sin embargo, las mismas por ser estables permiten a las empresas apalancarse sin un riesgo elevado.

Tabla No. 23 Tasas de interés activa y pasiva

TASAS DE INTERÉS ACTIVA REFERENCIAL COMERCIAL PRIORITARIO CORPORATIVO NOMINAL (1)	TASAS DE INTERÉS PASIVA REFERENCIAL NOMINAL 91-120D (2)	TASAS DE INTERÉS ACTIVA REFERENCIAL COMERCIAL PRIORITARIO CORPORATIVO REAL (3) = [(iactiva)+1/ (Var. % IPC) + 1] - 1	TASAS DE INTERÉS PASIVA REFERENCIAL COMERCIAL PRIORITARIO CORPORATIVO REAL (3) = [(ipasiva)+1/ (Var. % IPC) + 1] - 1
8,86%	5,79%	8,77%	5,70%
8,66%	5,96%	7,42%	4,75%
8,78%	5,88%	7,51%	4,65%
8,10%	5,20%	6,91%	4,04%
8,14%	4,88%	7,11%	3,88%
7,72%	4,84%	7,55%	4,67%
8,19%	4,92%	8,21%	4,94%
7,83%	4,79%	8,04%	5,00%
7,26%	4,79%	7,49%	5,02%
7,33%	4,91%	8,09%	5,65%
8,01%	4,91%	7,76%	4,67%
8,69%	5,30%	8,40%	5,02%
8,75%	5,56%	8,87%	5,68%
8,02%	5,57%	7,36%	4,93%
8,65%	5,69%	8,73%	5,77%
8,78%	6,06%	8,85%	6,13%
8,77%	5,93%	8,57%	5,74%
9,10%	6,08%	8,92%	5,91%
9,02%	6,25%	10,01%	7,21%
8,50%	5,82%	9,52%	6,81%
8,12%	5,21%	9,02%	6,08%

Fuente: Banco Central del Ecuador (2022)

1.4.3 Proyección de la oferta

La oferta como se analizó previamente no existe directamente en el sector algún centro de apoyo para los estudiantes, sin embargo sí existen en otros sectores y que están siendo utilizados por los estudiantes, por tanto la oferta puede ser calculada en base a la información primaria obtenida de la encuesta, tomando en cuenta el porcentaje de estudiantes que actualmente están haciendo uso de estos servicios que de acuerdo a la pregunta 3 corresponde

al 38%, pues esto reflejaría el porcentaje del público objetivo que actualmente está siendo atendidos por otros servicios, representando la oferta, Por tanto de acuerdo a los datos previos se tiene que de los 12.556 estudiantes del sector que son potenciales clientes, un 38% está atendido, por tanto este porcentaje de personas atendidas es el grupo poblacional que está atendiendo la oferta que tiene efecto sobre el sector.

Se han atendido actualmente $12.556 \times 38\% = 4.771$

Horas promedio que hacen uso del servicio mensual $4.771 \times 8 = 38.168$

Por tanto, las horas de servicio ofertadas actualmente para los estudiantes objetivo (del sector de estudio) serán 38.168, con eso se puede proyectar la oferta considerando la tasa de crecimiento poblacional:

Tabla No. 24. Proyección de la oferta

Año	Proyección
2021	38.168
2022	38702
2023	39244
2024	39794
2025	40351
2026	40916

1.5 Demanda Potencial Insatisfecha

Por tanto, se observa a continuación la diferencia entre la actual demanda de aceptación, con la oferta existente para los habitantes del sector que será:

Tabla No. 25. Cálculo de la demanda insatisfecha proyectada

Año	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha
2021	87390	38168	49222
2022	88614	38702	49911
2023	89854	39244	50610
2024	91112	39794	51319
2025	92388	40351	52037
2026	93681	40916	52766

Para mayor comprensión, se puede observar la demanda insatisfecha en cantidad de personas y en dólares como sigue:

Tabla No. 26. Cálculo de la demanda insatisfecha proyectada en cantidad de personas y dólares

Año	Demanda insatisfecha en cantidad de personas	Demanda insatisfecha en dólares
2021	6153	\$492.222
2022	6239	\$499.114
2023	6326	\$506.101
2024	6415	\$513.187
2025	6505	\$520.371
2026	6596	\$527.656

Sin embargo, al analizar este nivel de proyección de la demanda insatisfecha, se observa que es una demanda que no va a poder ser cubierta por la empresa, debido a su capacidad de inversión y por tanto de producción, lo cual por una parte muestra que va a poderse cubrir las proyecciones de ventas esperadas y por otra parte que va a quedar aún una demanda insatisfecha en el mercado sin atender.

La demanda exacta por tanto en base a esta situación observada va a estar determinada por la capacidad de producción de la empresa que posteriormente se calcula.

1.6 Diseño de marca (branding)

En base a la oportunidad de negocio que existe se establece mecanismo de diseño de marca que contribuyen a la identidad del servicio.

- **Nombre de la marca**

El nombre de la marca será:

CENTRO DE ASESORÍA ACADÉMICA DREAMS HOMEWORKS.

- **Logotipo**



- **Eslogan**

- **Tu ayuda académica óptima**

- **Percepción y posicionamiento**

La percepción y el posicionamiento de la marca serán a través de la publicidad mecanismos que serán usados para identificar a la empresa y que los clientes conozcan de los servicios de ayuda que pueden obtener de la empresa en el ámbito académico.

- **Diferenciación**

Como parte de la diferenciación los servicios de asesoría serán personalizados e híbridos ya sean, si requieren de los servicios de forma presencial o por zoom.

1.7 Estrategias de marketing

El análisis estratégico se realiza a través de la herramienta del Mix de marketing permitiendo una profundización de variables del producto, precio, plaza y promoción.

Producto

El producto que se ofrecerá como una alternativa de apoyo académico para niños y niñas y jóvenes del sur de la ciudad de la ciudad de Quito:

EP03: Mantener las características de un servicio de apoyo académico personalizado que se ajuste a las necesidades de los estudiantes

Precio

Por la ley de oferta y demanda se establece un precio que se ajusta a la realidad económica y la actual competencia, además que ha sido confirmada por los potenciales clientes, estableciéndose un precio de la hora de \$10.

EP02: Mantener un precio promedio que este acorde a la realidad económica de los padres de familia

Plaza

Para la comercialización no se requiere de intermediarios, sin embargo, se pretende plantear alianzas estratégicas con centros educativos con la finalidad de consolidar. Por consiguiente, el canal de distribución será directo.

EP03: Alianza estratégica con centros educativos para consolidar a la empresa en el ámbito académico.

Promoción

La promoción radica en la importancia de la imagen de la empresa, en este contexto se difundirá la importancia que tiene el apoyo académico para reducir los niveles de deserción educativa y promover el aprendizaje esto permitirá que los estudiantes tengan mayores oportunidades.

EP04: Dar a conocer el servicio mediante la alianza estratégica para aprovechar las necesidades del mercado educativo

1.8 Publicidad que se realizará

La publicidad considera en el estudio requiere de considerar como alternativas la página web para ello se construye el cronograma de Medios, se incluye un ejemplo.

Tabla No. 27. Cronograma de medios

Objetivo: Posicionar a la empresa a través de la página web

Cronograma de medios												
I. INFORMACIÓN GENERAL												
Empresa:	Centro de asesoría académica											
Proyecto:	Posicionara a la empresa a través de la página web											
Responsable:	Gerente General											
II. OBJETIVOS/ ESTRATEGIA												
Objetivo del proyecto:	Dar a conocer la imagen de la empresa que estará en los centros de búsqueda											
Estrategia	Posicionar en el buscador de Google											
Proyectos estratégicos	Promocionar servicios / estructurar promociones											
Medios publicitarios	Facebook / Google											
III. PRESUPUESTO												
Presupuesto de gastos aproximado:	\$1.800,00											
Presupuesto de ingresos aproximado:	Aporta a la consecución de la publicidad											
IV. CURSOS DE ACCIÓN												
ACTIVIDAD	TIEMPO	MESES								NECESIDADES/LIMITACIONES/COSTOS		
		F	M	A	M	J	J	A	S	RECURSOS	LIMITACIONES	PRESUPUESTO
EQUIPO COOPERATIVA												\$ 1.800,00
1. Seleccionar el hosting										Humano	Tiempo	\$ 400,00
2. Crear una cuenta en Google										Tecnológico	Humano	\$ 38,00
3. Definir las palabras de búsqueda										Humano	Tiempo	\$ 235,00
4. Establecer el contenido										Humano	Tiempo	\$ 316,00
5. Optimizar las paginas para definición de palabras										Financiero	Humano	\$ 187,00
6. Establecimiento de enlaces										Humano	Tiempo	\$ 156,00
7. Fidelización de usuarios										Humano	Tiempo	\$ 126,00
8, Mantenimiento										Humano	Tecnológico	\$ 342,00
* Fecha de inicio:	15/2/2022											
* Fecha de terminación:	5/8/2022											
* Indicadores:	Estrategias ejecutadas /Estrategias propuestas											
	Objetivos ejecutados /Objetivos programados											
V. OBSERVACIONES												
	Seguimiento constante con evaluaciones											

1.9 Canales de Distribución

El servicio será directo en la fase inicial y posteriormente a ella se considera un esquema bidireccional



Gráfico N° 14. Canal de distribución

Elaborado por: el autor

Al ser un servicio el factor a considerar es brindar una atención personal, permitiendo que los asesores sean quienes den a conocer los servicios y las posibilidades que tendrá el estudiante con el acompañamiento de un profesional en el ámbito académico.

1.10 Seguimiento de Clientes

Es fundamental para la empresa el seguimiento a clientes se considera una de las aplicaciones más usadas que será WhatsApp con el cual será factible establecer prospectos y etiquetas que permitan establecer un embudo de clientes, y que a su vez generen lealtad y sea factible medir el nivel de satisfacción.

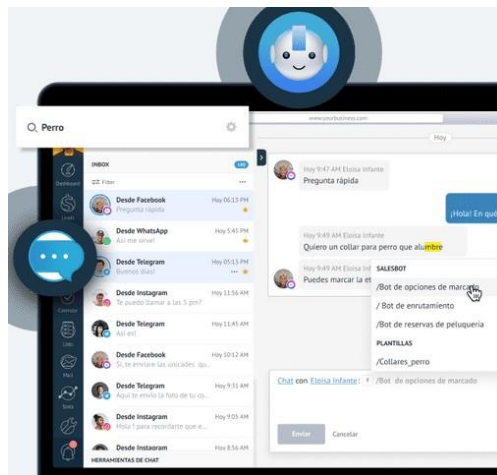


Gráfico N° 15. Seguimiento de clientes

Elaborado por: el autor

Fuente: <https://es.amocrm.com/>

Tabla No. 28. Seguimiento de Clientes

Objetivo: Establecer un esquema de seguimiento a los clientes a través de WhatsApp Business para generar CRM

OBJETIVO	ESTRATEGIA	PROYECTOS ESTRATEGICOS	PRESUPUESTO	TIEMPO	RESPONSABLE
Obtener de ingresos	Mejores relaciones comerciales	Ventas bots Herramientas automatizadas	\$1000.00	2 años	Gerente General
Crear un centro de comunicaciones	Clientes con su Propio perfil	llamada telefónica, SMS, correo electrónico o mensajería como WhatsApp.	\$1000.00	1 año	Gerente General

Elaborado por: El autor

Fuente:

1.11 Especificar mercados alternativos.

Los mercados alternativos serán las instituciones educativas y centros de educación dado que promueven el reforzamiento del conocimiento con horas adicionales siendo alternativas para el aprendizaje.

Otro mercado alternativo son las herramientas virtuales que aportan al conocimiento y que pueden ser utilizadas por los estudiantes son mercados que se incrementado por la pandemia.

CAPÍTULO II

2 Operaciones

2.1 Objetivo del Capítulo

Establecer un proceso que aporte a descripción de las operaciones conforme se gestionarán en el transcurso de la operación que la empresa realizará con la venta de los servicios.

2.2 Descripción del proceso

2.2.1 Descripción de proceso de transformación del bien o servicio.

Establecer líneas de jerarquía, responsables de área, y diagramas de procesos para el Centro de Asesoría Académica, que ayuden identificando las necesidades específicas de cada estudiante y la toma de decisiones tanto correctivas como preventivas permitiendo la optimización de recursos, tiempo y calidad.

Gráfico N° 16. Entradas y salidas del servicio



Elaborado por: el autor

Fuente: Elaboración proyecto.

2.2.2 Descripción de instalaciones, equipos y personas.

Al realizar las encuestas del capítulo anterior, se pudo comprobar que es necesario iniciar con la puesta en marcha del proyecto de Centro de Asesoría Académica.

El proceso de producción del servicio estará estructurado en un orden lógico que, primero que nada, permitirá estructurar una jerarquía organizacional para poder determinar responsabilidades según el cargo y luego poder organizar el proceso de admisión de estudiantes y de los trabajos de nivelación de los estudiantes.

A continuación, se detalla el proceso del servicio asesoría académica como tal para establecer un orden lógico y sistemático para cumplir los determinados procesos dentro de la institución.

PROCESO DEL SERVICIO DE ADMISIÓN DEL ESTUDIANTE

1. **Recepción:** Para el ingreso se debe llenar un formulario con los datos generales y personales tanto del estudiante como de los padres de familia, situación socio económica, nivel de estudios y nombre de la institución educativa de donde proviene. En este formulario se aceptan los términos y condiciones de la contratación del servicio previo una vez que ya han sido explicados de manera detallada al padre de familia o representante del estudiante, así como la forma de pago y los valores convenidos a cancelar.
2. **Valoración psicológica y académica:** Posterior a la recepción se realiza la cualificación tanto psicológica como académica del estudiante a través del personal especializado para el efecto con el fin de obtener un punto de partida y estructurar un cronograma de actividades por parte del docente para poder obtener los resultados deseados.
3. **Asignación al tutor especialista:** En esta etapa y luego de tener un punto de partida con el estudiante que ingresa pasa a ser asignado con el tutor de acuerdo a la materia en la cual se solicita la asesoría.
4. **Asesoría sincrónica o asincrónica:** Dependiendo del acuerdo al que se haya llegado entre la institución y el padre de familia se podrá tener el acceso de asesorías virtuales o presenciales según sea la preferencia de cada representante, con el fin de precautelar la integridad y la salud de los alumnos y del personal de la institución

- ante los efectos de la pandemia.
5. Atención de dudas o requerimientos: Luego de realizar las asesorías siempre quedan dudas o requerimientos por atender es por eso que se crea este espacio donde serán atendidas todas ellas y con ello se refuerza los conocimientos adquiridos y sentar bases sólidas para la aplicación de lo aprendido.
 6. Entrega del estudiante: Se procede a la entrega del estudiante a su representante, registrando la hora de salida y la firma de la persona que lo retira.

Tabla No. 29. Etapas del proceso

Etapas del proceso
Contratación del servicio
Valoración académica
Asignación al tutor especialista
Asesoría sincrónica o asincrónica
Atención de dudas o requerimientos
Entrega del estudiante

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: El Autor

Mapa de procesos

Álvarez (2013), realiza una conclusión bastante interesante luego de realizar símiles con casos de sus vivencias laborales y concluye que “el proceso constituya el eje de la gestión asegurará una planificación por memorizada de los procesos, que se verán perfectamente organizados y dimensionados”. Llegando a establecer que definitivamente el proceso debe ser la unidad de gestión de toda empresa.

Partiendo de esta premisa se crea el mapa de procesos del Centro de Asesoría Académica, en el cual se verá reflejado la integración de los diferentes departamentos en donde se pueden identificar procesos estratégicos, operativos y de apoyo que será cumplido a través de la planificación, organización y control, brindando un enfoque distinto al Centro brindando un servicio de calidad y calidez.

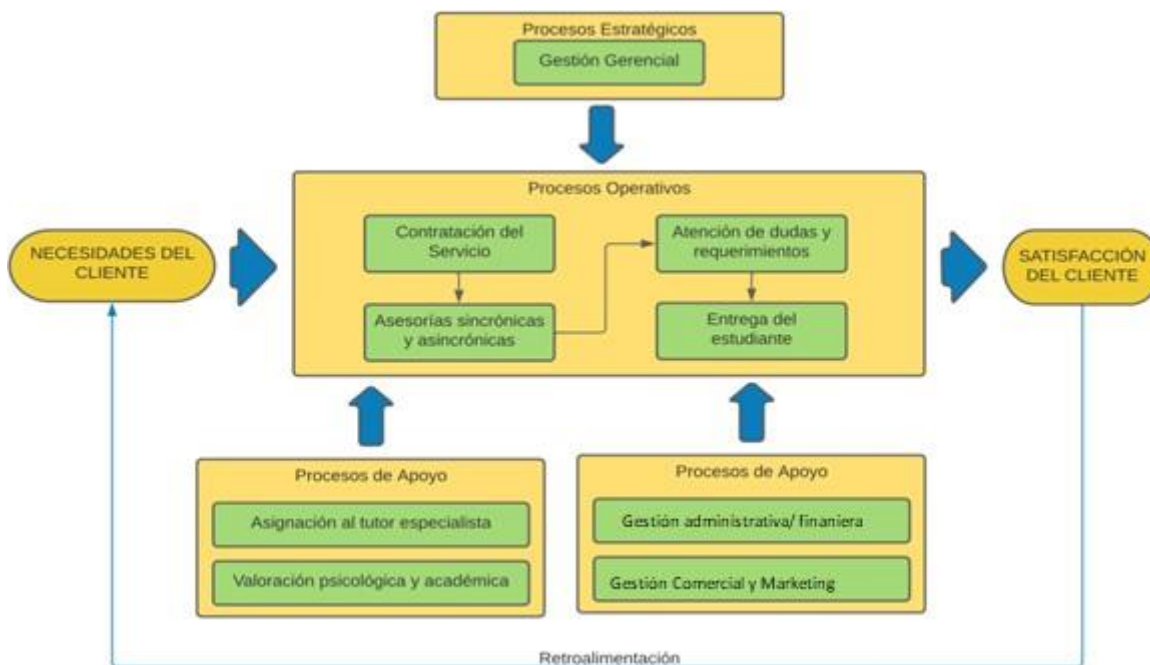


Gráfico N° 17. Mapa de procesos

Fuente: Análisis del proyecto







Elaborado por: El Autor

Flujograma

Paloma (2016) especifica al flujograma con la siguiente definición “es una representación gráfica de una secuencia de actividades o acciones que implican un proceso determinado. Es decir, flujograma consiste en representar gráficamente, situaciones, hechos, movimientos y relaciones de todo tipo mediante el uso de los símbolos” (p. 94).

A través de la definición presentada se resalta la importancia de utilizar flujogramas en la empresa ya que de esta manera se puede tener claras y establecidas las responsabilidades, así como también identificar los pasos a seguir, mismos que deben ser cumplidos de manera categórica por todos los integrantes. Esta herramienta va a permitir realizar el levantamiento de procesos al momento de buscar mejoras según amerite la modificación del proceso.

Tabla No. 30. Simbología de flujogramas

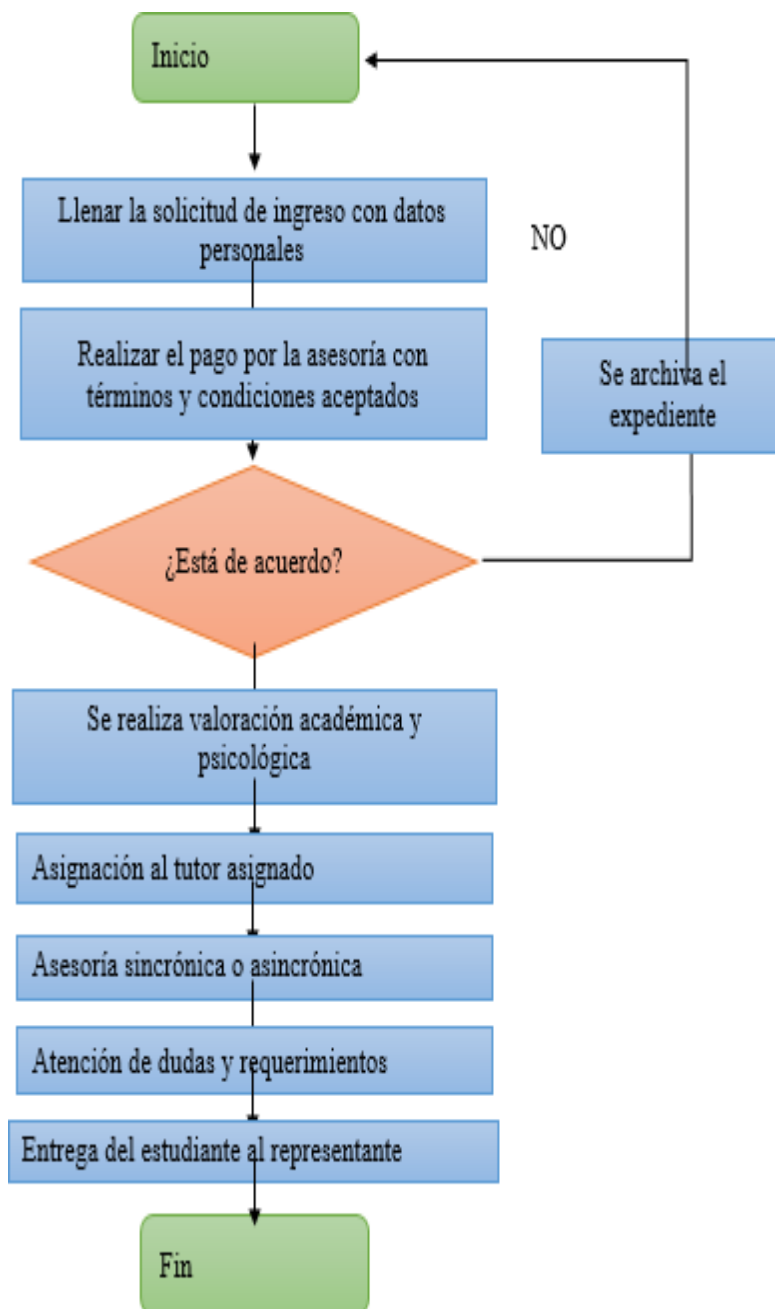
Símbolo	Nombre	Función
	Inicio/Final	Representa el inicio y el final de un proceso
	Líneas de flujo	Indica el orden de la ejecución de las operaciones. La flecha indica la siguiente instrucción.
	Entrada/ Salida	Representa la lectura de datos en la entrada y la impresión de datos en la salida
	Proceso	Representa cualquier tipo de operación
	Decisión	Permite analizar una situación, con base en los valores verdadero y falso
	Documentos	Indica los documentos utilizados en el proceso

Fuente: (Paloma, 2016)
Elaborado por: El Autor

Flujograma

Procedimiento 1: Solicitud de ingreso a la institución.

Gráfico N° 18. Solicitud de ingreso a la institución

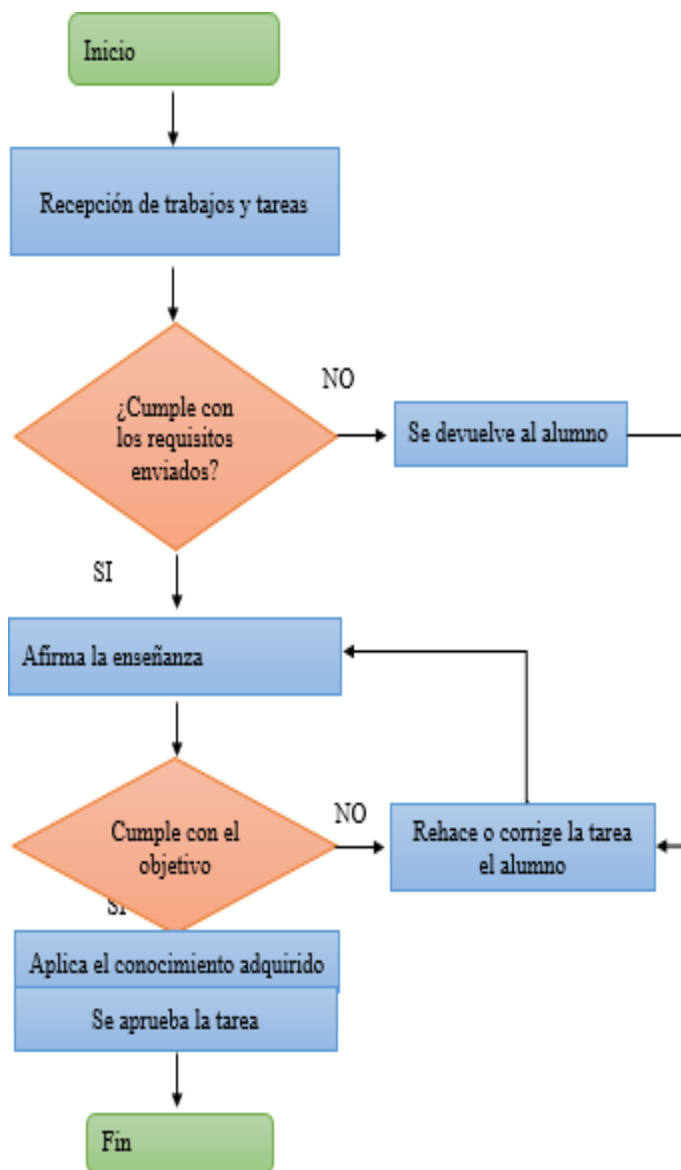


Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: El Autor

Procedimiento2: Recepción de trabajos y tareas enviadas en asesorías académicas.

Gráfico N° 19. Recepción de trabajos y tareas

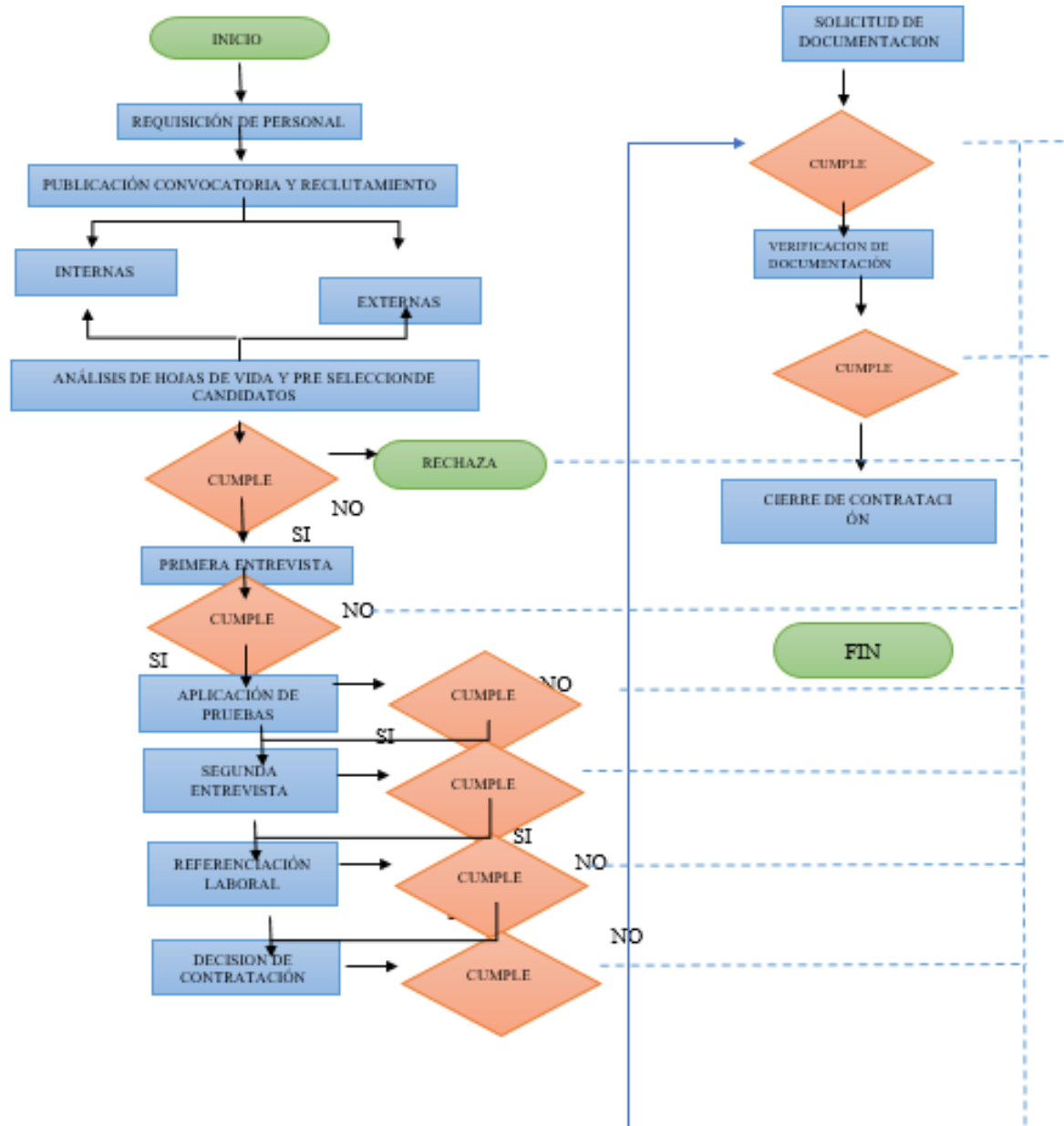


Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: El Autor

Procedimiento 3. Proceso de contratación de personal docente y administrativo.

Gráfico N° 20. Proceso de contratación



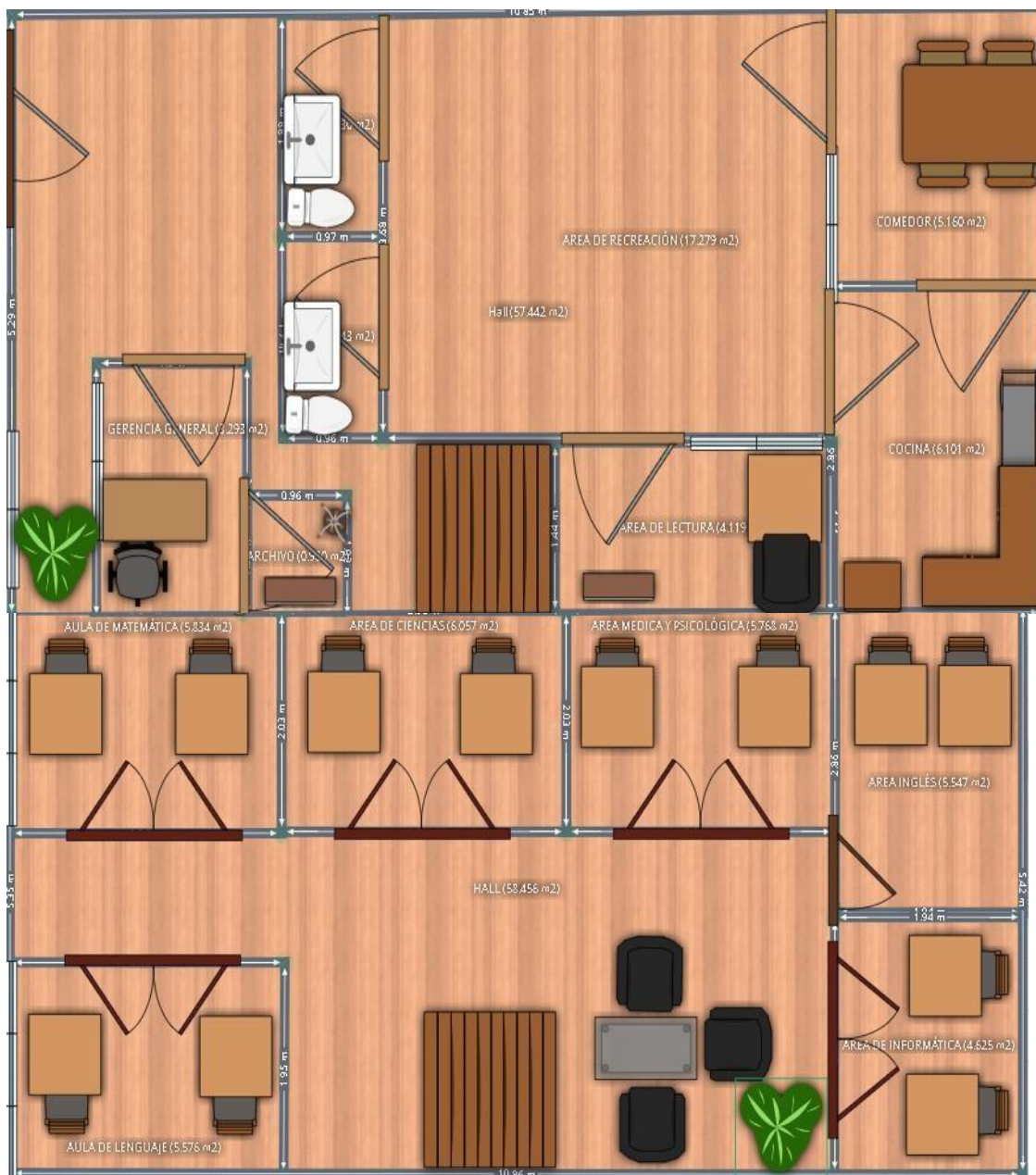
Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: El Autor

Descripción de instalaciones, equipos y personas

Descripción de instalaciones

Gráfico N° 21. Diseño y distribución del centro de asesoramiento académico



Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: El Autor

Según el gráfico que se muestra anteriormente se toma en cuenta un área con un espacio de construcción aproximado de 220 metros cuadrados, dentro de los cuales se encuentran distribuidas las distintas áreas de asesoramiento académico, área recreativa, servicios higiénicos, cocina. Con un área de parqueadero y un jardín en donde se realizará la entrega de los estudiantes a los representantes.

Tabla No. 31. Instalaciones por área

Lugar	Cantidad	Área (m ²)
Área de Lengua y Literatura	1	11
Área de matemáticas	1	11
Área de Ciencias	1	15
Área de música e inglés	1	20
Cocina y Comedor estudiantil	1	30
Área de servicios higiénicos	1	15
Biblioteca	1	30
Dirección	1	25
Área de Archivo y bodega	1	20
Área de recreación	1	20
Parqueadero	3	24
Total		221 m ²



Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: El autor

Descripción de maquinaria y equipo

Es necesario también disponer de maquinaria y equipos para brindar un servicio cómodo, para poder llegar a cumplir con todas las expectativas de los clientes, por ello se adjunta a continuación se presenta los requerimientos.

Tabla No. 32. Maquinarias y equipos de la empresa

Actividad	Maquinaria y equipo	Características	Imagen
Almacenamiento de datos y consolidación de información	Computadores PC, laptops, impresoras.	Computador PC, 8 de memoria RAM, disco duro de 1TB, procesador Core I5	
Archivar los documentos y brindar confort a los estudiantes y personal administrativo	Muebles de oficina y estudiantiles, pupitres archivadores, pizarras acrílicas	Escritorio de 3 cajones doble frente, sillas ergonómicas, pupitres estándar con ergonomía	

Fuente: Investigación Personal
Elaborado por: El Autor

Descripción de personas por área de trabajo

El Centro de Asesoría Académica entra al mercado en funcionamiento con un total de 10 personas entre personal administrativo y personal docente especializado para las asesorías directamente.

En la siguiente tabla se muestra el número de personas por proceso por área de trabajo en una solicitud de tutoría.

Tabla No. 33. Número de personas del Centro de Asesoría por etapas

Actividad	Tiempo	No. Personas	Horas - Hombre
Contratación del servicio	30 minutos	1	8 horas diarias
Valoración académica	30 minutos	1	8 horas diarias
Asignación al tutor especialista	10 minutos	1	8 horas diarias
Asesoría sincrónica o asincrónica	60 minutos	1	8 horas diarias
Atención de dudas o requerimientos	30 minutos	1	8 horas diarias
Entrega del estudiante	10 minutos	1	8 horas diarias

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: El Autor

2.2.3 Tecnología a aplicar

Para la aplicación de una producción a gran escala en un futuro en la empresa se busca ampliar el mercado objetivo a través de sucursales que permitan establecer la calidad y excelencia en los resultados obtenidos en los primeros 5 años de gestión en otros sectores de la ciudad y de esta manera cubrir geográficamente a un mercado más amplio. Adicionalmente se busca emplear una base CRM con el cual se pueda llegar de una manera más eficiente y directa sobre el mercado objetivo.

2.2.4 Factores que afectan las operaciones

Dentro de los factores que podrían afectar las operaciones del centro de asesoría académica se tiene un deficiente número de estudiantes inscritos o que bajen en gran número por temas internos para los cuales con la encuesta desarrollada se puede evidenciar que existe un gran interés por parte de los encuestados en contratar los servicios.

2.3 Capacidad de Producción

Para Coll (2020) la capacidad de producción es “el techo de máxima obtención de bienes y servicios que pueden lograrse por unidad productiva durante un periodo de tiempo acotado”.

Por ende, es la capacidad que tiene una unidad de producción para producir el máximo de un bien o servicio con una cantidad determinada de recursos.

A continuación, se presenta el cálculo de la capacidad productiva que tendrá el centro:

La capacidad productiva estará limitada por una parte por el espacio físico que tendrá el centro y su equipamiento, esto a su vez está limitado por la inversión que se dispone tanto para la contratación de personal como para la inversión del lugar de trabajo y el equipamiento, por tanto, en base a 8 asesores que se tendrá, la capacidad de horas disponibles para entregar a los estudiantes será:

Capacidad de atención mensual por asesor	160	horas
Cantidad de asesores	8	
Total horas disponibles al mes	1280	

Por tanto, la capacidad de horas disponibles al mes será de: 1280, sin embargo, desde un punto de vista técnico y de acuerdo a la realidad observada de otros centros de estudios se estimaría que no todo el tiempo se está con el espacio lleno las 8 horas, sino se estima una ocupación que podría alcanzar desde 60% a 80%. Por tanto, la estimación será tener un 60% en el año 1 y para los siguientes 2 años 70% y para los años 4 y 5 un 80%.

Total horas disponibles	1280
Ocupación esperada	60%
Atenciones totales mensuales	768

Por tanto, la capacidad de producción real sería de 768 horas anuales.

2.3.1 Capacidad de Producción Futura.

La proyección de la capacidad a futuro de acuerdo a las estimaciones previas será:

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capacidad disponible	15360	15360	15360	15360	15360
Ocupación esperada	60%	70%	70%	80%	80%
Cantidad de horas ocupadas	9216	10752	10752	12288	12288

Restricciones por efecto pandemia

La pandemia que se está viviendo hoy en día es un acertijo que muchas empresas hoy por hoy se debe descifrar y reinventarse crear nuevos modelos de marketing, desarrollar nuevas estrategias para poder llegar a un mercado objetivo cada vez más exigente con estándares de calidad, pero sin dejar de lado la bio seguridad, de esta manera se trata de subsistir de esta manera se está obligados a buscar una mejora continua retando constantemente a innovar y buscar mejores metodologías para satisfacer las necesidades de los clientes, por ello algunas de las clases serán presenciales, otras en línea, pero se mantendrá la capacidad mencionada. Además, será necesario establecer medidas de bioseguridad para las clases presenciales.

2.4 Definición de Recursos Necesarios para la Producción

2.4.1 Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar

Para cumplir con las asesorías se tiene el escenario óptimo en el que se desarrollan todas las actividades, sin embargo, se presenta como un plan emergente ante alguna eventualidad con un grado de sustitución para que no se vea afectado la puesta en práctica del proyecto.

Tabla No. 34. Grado de sustitución de los elementos del Servicio

Servicio Principal	Sustitución	Proveedor
Asesorías Sincrónicas	Asesorías Asincrónicas	Netlife
Formularios Físicos	Formularios Digitales	Netlife
Almuerzo estudiantil	Refrigerio Saludable	Cocina del centro

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: El Autor

2.5 Calidad

2.5.1 Método de Control de Calidad.

Para Pola (2009), define a la calidad como la satisfacción de una determinada necesidad de un producto o servicio y de cumplir con las expectativas que el cliente solicita.

Para ello se debe tomar en cuenta las siguientes características como:

- Seguridad que brinda el producto o servicio ante la necesidad planteada.
- Si el producto o servicio es fiable para cumplir con las características propias del producto o servicio en un determinado lapso de tiempo, tiempo de vida útil.
- La garantía que presenta el producto como respaldo del productor o persona que brinda el servicio.

Según la Sociedad Americana para el control de la Calidad (A.S.Q.C.) define a la Calidad como “El conjunto de características de un producto, proceso o servicio que le confieren su aptitud para satisfacer las necesidades del usuario o cliente”.

Tomando como premisa los conceptos citados anteriormente el servicio que brinda el centro de asesoría académica coincide dentro de sus valores institucionales sobre la satisfacción de la necesidad de los clientes, con un trato amable y una atención personalizada que garantice la calidad que el centro de asesoría académica brinda, así como también generar una experiencia única con resultados óptimos en los procesos establecidos.

Para poder cuantificar sobre la calidad de los procesos y resultados obtenidos, propendiendo siempre hacia una mejora continua, se ha elaborado un check list a manera de encuesta la misma que servirá para conocer el nivel de satisfacción de los clientes sobre la gestión de procesos.

Tabla No. 35. Check list

Check List			
Departamento:			
Responsable:			
Fecha de Control:			
Servicio:			
Verificación			
Actividad	Si cumple con sus expectativas	No cumple con sus expectativas	Observaciones
Atención al cliente			
Saludo y presentación			
Explicación detallada del proceso de admisión y asesoría académica.			
Costos por servicios			
Los costos son razonables para las asesorías de su hijo/a			
Actividad del docente			
El docente se presenta puntual a las asesorías?			
Las explicaciones son claras y concisas?			
Se logran satisfacer las dudas del estudiante?			
Existe empatía por parte del docente?			
Limpieza de las instalaciones			
Cumple con las medidas de bioseguridad establecidas?			
Aprovechamiento de asesorías			
Nota Ud. Una mejoría en el aprovechamiento de su hijo/a			
El tiempo de asesoramiento es el suficiente para la asesoría de su hijo/a			
Firma del evaluador			Firma del Responsable
<u>X</u>			<u>X</u>

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: El Autor

2.6 Normativa y permisos que afectan la Instalación del negocio

Al ser un centro de servicios académicos no existen normativas y permisos que afecten a la instalación del negocio, por el contrario, contar con los permisos de operación y el registro de la marca contribuirán a crear una identidad del negocio y a evitar que otras personas usen la imagen de la empresa de forma inadecuada.

2.6.1 Seguridad e higiene ocupacional

Dentro del contexto de seguridad e higiene ocupacional el Estado ecuatoriano provee de herramientas y mecanismos que ayudan a precautelar la seguridad de las personas. En este contexto existe normativas y leyes:

Tabla No. 36. Normativa de SSO

Capítulo IV De las obligaciones del empleador y del trabajador Art. 42.-
Obligaciones del empleador. - Son obligaciones del empleador:

2. Instalar las fábricas, talleres, oficinas y demás lugares de trabajo, sujetándose a las medidas de prevención, seguridad e higiene del trabajo y demás disposiciones legales y reglamentarias, tomando en consideración, además, las normas que precautelan el adecuado desplazamiento de las personas con discapacidad.

Art. 28- De la prevención. - Los empleadores que, por no observar las normas de prevención, seguridad e higiene del trabajo, causaren que el trabajador sufra enfermedad profesional o accidente de trabajo que motive una discapacidad o una lesión corporal o perturbación funcional, serán sancionados con una multa de diez remuneraciones básicas mínimas unificadas del trabajador en general, impuesta por el director o subdirector del Trabajo,

Capítulo I Determinación de los riesgos y de la responsabilidad del empleador Art. 347.- Riesgos del trabajo. - Riesgos del trabajo son las eventualidades dañosas a que está sujeto el trabajador, con ocasión o por consecuencia de su actividad. Para los efectos de la responsabilidad del empleador se consideran riesgos del trabajo las enfermedades profesionales y los accidentes. (Código de trabajo, 2009, págs. 40-52)

En el código de trabajo se especifica la importancia de la prevención y los riesgos que pueden sufrir los empleados al igual que la responsabilidad que tienen el empleador con respecto a la normativas y leyes establecidas para precautelar la integridad de los empleados.

CAPÍTULO III

3 Organización y Gestión

3.1 Objetivo del capítulo

Establecer la visión, misión, objetivos y estrategias de la empresa para que por medio de su estructura organizacional interna y funcional aporte al desarrollo esperado del negocio, mediante la evaluación de indicadores de gestión, para llegar al cumplimiento de sus objetivos.

3.2 Análisis Estratégico y Definición de Objetivos

3.2.1 Visión de la Empresa

Ser el mejor Centro de Asesoría Académica del Sur de Quito, proyectándose al 2027, como un referente en calidad de servicio al cliente en sus asesorías y por obtener los mejores indicadores de cumplimiento en las mejoras académicas de los estudiantes.

3.2.2 Misión de la Empresa

Ofrecer Asesorías Académicas integrales de calidad con profesionales altamente calificados, una excelente atención al cliente y con vocación de servicio para poder guiar y mejorar las condiciones académicas de los estudiantes.

3.2.3 Objetivos y estrategias

Realice el análisis FODA y a su vez se estableció los objetivos estratégicos con los cuales se declara los resultados

Tabla No. 37. Matriz FODA

ANÁLISIS INTERNO	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<ul style="list-style-type: none"> • Contar con un grupo de profesores formados. • El equipo está consciente de la realidad de la niñez quiteña. • Tener varios proyectos ya prediseñados. • Contar con un centro con buena dotación para el uso de las TICs. • Predisposición para trabajar mejor las competencias básicas. • Siempre se pueden encontrar apoyos en las familias. • El centro está en una localidad grande que brinda muchas oportunidades para la socialización del servicio. • 	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajar con niños vulnerables supone mayor compromiso, trabajo y dedicación. • Resistencia al cambio. • Prefieren hacer las cosas como siempre. • Poco trabajo colaborativo entre el profesorado. • Organización escolar poco flexible. • Poca apertura del centro al entorno por cuestión de espacio. • Alumnado poco motivado por el estudio.
ANÁLISIS EXTERNO	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<ul style="list-style-type: none"> • Muchas instituciones Educativas, Colegio Particular Santa María Mazzarello, Unidad Educativa Franciscana San Andrés Quitumbe que están dispuestas a colaborar. • Involucra a las familias que en su mayoría son de nivel socioeconómico y cultural bajo, que puede ser un aliciente para la motivación de logros y participación. • Abrir el centro al entorno, mejorando la trayectoria. • En el Ecuador existe un alto grado de deficiencias en el ámbito educativo. • Pruebas de evaluación aportan a determinar las falencias existentes 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de colaboración de las familias que no están acostumbradas a participar en la vida del centro. • Oposición por parte de ciertos padres a la enseñanza de valores y buenas costumbres. • Libros y pensum de las escuelas con retraso escolar.

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: El autor

Tabla No. 38. Matriz FODA con estrategias

<p>Fortalezas Peso Espacios para realizar las distintas prácticas 7 Recursos materiales para abordar las distintas practicas 6 Alumnos y flexibilidad de abordar formas nuevas de trabajo en clase 4 Total 17</p>	<p>Debilidades Peso Flexibilidad en la estructura organizativa de áreas 7 Profesores y habilidades TICs 4 Profesores y miedo a incursionar en otros tipos de prácticas 4 Innovación en prácticas educativas 4 Originalidad en el desarrollo de clases 3 Total 22</p>
<p>Oportunidades Peso Reflexión sobre la propia practica 6 Equipamiento escolar 5 Equipo directivo y apoyo a nuevas prácticas pedagógicas 4 Utilidad de la experiencia para otros cursos 4 Total 19</p>	<p>Amenazas Peso Programa de la asignatura extenso 6 Tiempos para desarrollo de las practicas 3 Coordinación con profesores de otras asignaturas 3 Total 12</p>

Fuente: Análisis del proyecto y análisis del entorno

Elaborado por: El autor

Objetivos y estrategias

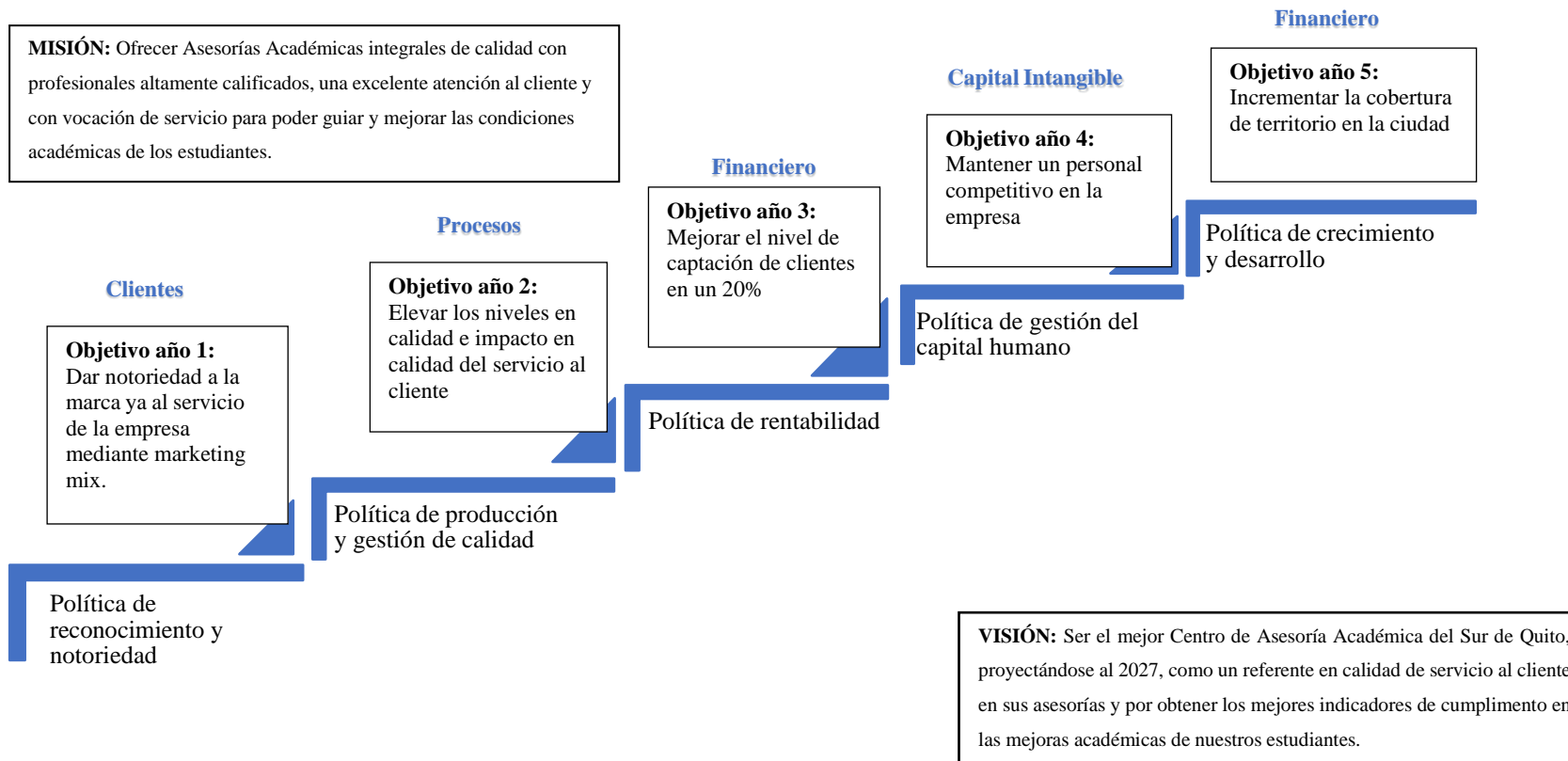


Gráfico N° 22 Mapa Estratégico.

3.3 Organización Funcional de la Empresa

3.3.1 Organización Interna

Como expresan Ramírez & Ramírez 2016 (2016) la organización funcional es: Tipo de organización que aplica el principio de funcional o de especialización de las funciones. El principio separa, distingue y especializa por tareas. La organización por funciones reúne en un departamento a todos los que se dedican a una actividad o a varias relacionadas, que se denominan funciones. (p.225)

Centro de Asesoría Académica Dreams Homeworks. Organigrama Estructural

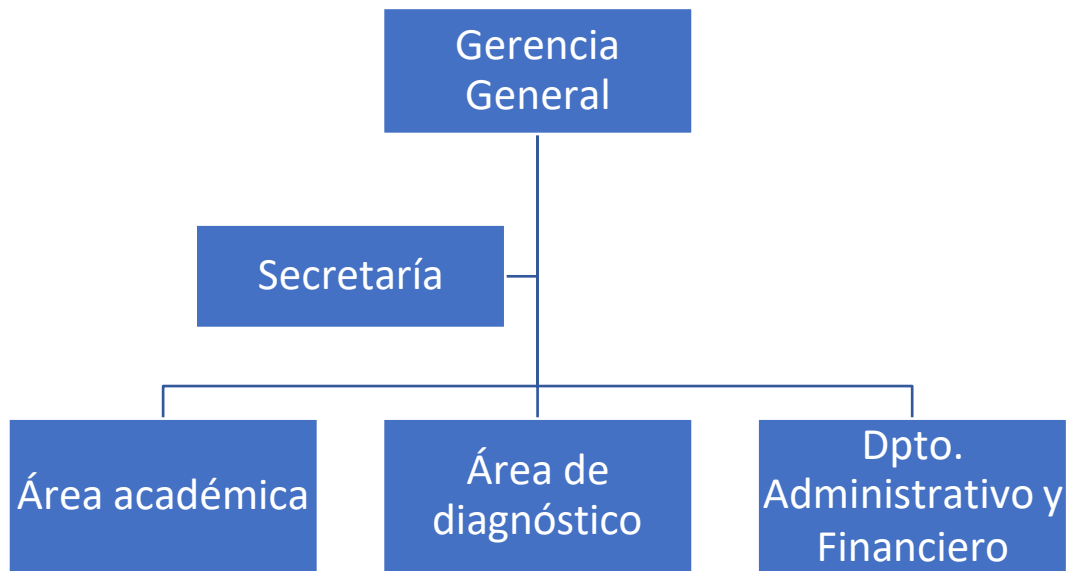


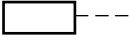



Gráfico N° 23 Organigrama estructural

Elaborado por: El autor

Tabla No. 39. Simbología de Organigramas

Referencia	
	Relación de mando
	Relación de línea
	Relación de apoyo/asesoría
	Relación de autoridad funcional

Fuente: Angrisani, *Gestión Organizacional* (2016)

Elaborado por: El autor

Centro de Asesoría Académica Dreams Homeworks. Organigrama Funcional

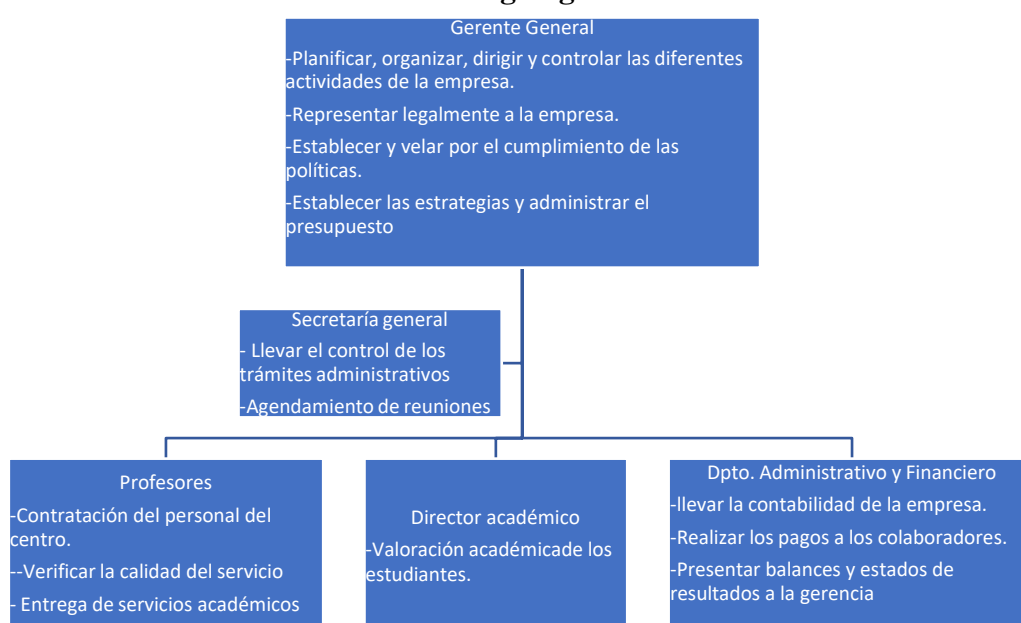


Gráfico N° 24 Organigrama funcional

Elaborado por: El autor.

3.3.2 Descripción de puestos.

En este apartado se describen las funciones de cada uno de los puestos que ocupará el personal del centro de asesoría académica según el cronograma que ha sido mostrado en el punto anterior.

Tabla No. 40. Descripción del puesto Gerente general / marketing

I. INFORMACIÓN BÁSICA:
<i>Puesto: Gerente general</i>
<i>Jefe inmediato superior: Junta de socios</i>
<i>Supervisa a: Todo el personal</i>
II OBJETIVO DEL PUESTO:
Desempeñar acciones que contribuyan a la planeación, organización, dirección y control
III FUNCIONES
<ol style="list-style-type: none">1) Representar a la empresa en todas las instancias2) Definir los objetivos y metas de la organización3) Asignación de los recursos y responsables para la ejecución de los objetivos4) Asignar responsables y actividades a realizar5) Ser un lidere que motive y guía al logro de objetivos6) Establecer el plan de marketing y publicidad
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:
<i>Título profesional: Administrador de empresas</i>
<i>Experiencia: 3 a 5 años</i>
<i>Habilidades: líder, comunicador, destrezas numéricas, conocimientos académicos</i>
<i>Formación: Ingeniero en Administración de Empresas, Tecnólogo en Informática, etc.)</i>

Fuente: Análisis del entorno

Elaborado por: El autor

Tabla No. 41. Descripción del puesto Asesores

I. INFORMACIÓN BÁSICA:
<i>Puesto: Asesor</i>
<i>Jefe inmediato superior: gerente general</i>
<i>Supervisa a:</i>
II OBJETIVO DEL PUESTO:
Brindar asesoría académica a los estudiantes
III FUNCIONES
<ol style="list-style-type: none">1) Establecer la planificación de aprendizaje de los estudiantes2) Dar la asesoría conforme a las necesidades y requerimientos de los estudiantes3) Prepararlas evaluaciones complementarias4) Establecer una matriz de seguimiento de los estudiantes5) Establecer los horarios de aprendizaje y contenidos
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:
<i>Título profesional: Docentes o estudiantes de últimos años</i>
<i>Experiencia: 3 a 5 años</i>
<i>Habilidades: comunicador, responsable, optimista, conocimientos solidos</i>
<i>Formación: Docente, Licenciado</i>

Fuente: Análisis del entorno

Elaborado por: El autor

Tabla No. 42. Descripción del puesto Recepcionista

I. INFORMACIÓN BÁSICA:
<i>Puesto: Secretaria</i>
<i>Jefe inmediato superior: gerente general</i>
<i>Supervisa a:</i>
II OBJETIVO DEL PUESTO:
Atender al público de manera oportuna manteniendo altos estándares de servicio
III FUNCIONES
<ol style="list-style-type: none">1) Atender llamadas2) Brindar información de los servicios y costos3) Recibir y entregar documentación4) Realizar la agenda del gerente5) Gestionar reuniones6) Verificar y controlar la llegada de los estudiantes7) Velar el orden y la apariencia del lugar
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:
<i>Título profesional: Secretaria</i>
<i>Experiencia: 2 a 3 años</i>
<i>Habilidades: habilidad para redacción de documentos, habilidad comunicacional, trabajo en equipo, ganas de aprender.</i>
<i>Formación: secretaria</i>

Fuente: Análisis del entorno

Elaborado por: El autor

Tabla No. 43. Descripción del puesto contador

I. INFORMACIÓN BÁSICA:
<i>Puesto: Contador</i>
<i>Jefe inmediato superior: gerente general</i>
<i>Supervisa a:</i>
II OBJETIVO DEL PUESTO:
Contribuir en el manejo financiero en todas las transacciones comerciales que realice la empresa.
III FUNCIONES
<ol style="list-style-type: none">1) Realizar informes financieros2) Analizar los gastos e ingresos3) Realizar balances4) Registrar todas las transacciones5) Llevar un registro de todas las operaciones6) Archivar documentos de soporte
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:
<i>Título profesional: Contador</i>
<i>Experiencia: 3 a 5 años</i>
<i>Habilidades: creativo, disciplinado, razonamiento lógico, trabajo en equipo, habilidad numérica</i>
<i>Formación: Contador</i>

Fuente: Análisis del entorno

Elaborado por: El autor

3.4 Control de Gestión

3.4.1 Indicadores de gestión

Los indicadores de gestión se centran en tres áreas de administrativas, financiera, recursos humanos y marketing esenciales para la operación de la empresa

Tabla No. 44. Indicadores de gestión

AREAS	INDICADORES	Cálculo del indicador	Formula de cálculo
ADMINISTRATIVAS Y FINANCIERAS	Solvencia financiera	SF: Solvencia financiera VIC: Valor de ingresos corrientes VGC: Valor de gastos corrientes	$SF = \frac{VIC}{VGC}$
MARKETING	Efectividad de servicios	ES: Efectividad de servicios NSP: Número de servicios planificados NSR: Numero de servicios realizados	$ES = \frac{NSR}{NSP}$
RECURSOS HUMANOS	Efectividad en la capacitación	EC: Efectividad en la capacitación NCP: Número de cursos planificados NCD: Número de cursos dictados	$EC = \frac{NCD}{NCP}$

Fuente: Análisis del entorno

Elaborado por: El autor

CAPÍTULO IV

4 Jurídico Legal

4.1 Objetivos del capítulo

Determinar cuáles son los procedimientos legales, licencias y requisitos para la conformación legal de la empresa Centro de Asesorías Académicas Homeworks Club S.A.S. previo al inicio de su funcionamiento en Ecuador.

4.2 Determinación de la forma jurídica

La empresa Centro de Asesorías Académicas Homeworks Club S.A.S., será constituida como una Sociedad por Acciones Simplificada, conformada por un solo socio, su ubicación será en el sur de Quito específicamente en la parroquia de La Ecuatoriana. Este tipo de empresa tiene como finalidad simplificar los trámites y apoyar al desarrollo y formalización de las empresas, a la par que se generan nuevos beneficios y facilidades en la constitución de este tipo de empresas.

Su conformación legal está amparada en los siguientes cuerpos legales:

Ley de compañías (2020) en la cual se menciona nuevas disposiciones que aún no se encuentran numeradas sin embargo se encuentran aprobadas según reza en el Registro Oficial publicado el 28 de febrero del 2020.

Tabla No. 45. Disposiciones generales

Disposiciones Generales

Art (...) Limitación de responsabilidad. - La sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables limitadamente hasta por el monto de sus respectivos aportes. Salvo que, en sede judicial, se hubiere desestimado la personalidad jurídica de la sociedad por acciones simplificada, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en las que incurra la sociedad.

Art (...) Personalidad jurídica. - La sociedad por acciones simplificada, una vez inscrita en el Registro de Sociedades de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas.

Art (...) Constitución de la sociedad por acciones simplificada. - La sociedad por acciones simplificada se creará mediante contrato o acto unilateral que conste en documento privado que se inscribirá en el Registro de Sociedades de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, momento desde el cual adquiere vida jurídica. El documento constitutivo deberá contener los requisitos mínimos para la constitución de una sociedad por acciones simplificada, expresados en esta Ley para este tipo de compañías. Los Intendentes de Compañías, en sus respectivas jurisdicciones, tendrán la competencia para el registro y control de este tipo de sociedades. De acuerdo con la reglamentación expedida por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, la sociedad por acciones simplificadas también podrá constituirse por vía electrónica.

Art. (...) Valor nominal y capital mínimo. - Las acciones de una sociedad por acciones simplificada tendrán el valor nominal de un dólar o múltiplos de un dólar de los Estados Unidos de América. La sociedad por acciones simplificada no tendrá un requerimiento de capital mínimo.

Fuente: Ley de Compañías (2020)

Elaborado por: El autor

- **Superintendencia de Compañías, valores y seguros (2020)** En la que se detalla el proceso de trámites a seguir para la constitución jurídica, adicional informa que es simplificado y sin costo.

Tabla No. 46. Requisitos para la constitución de las empresas jurídicas

Requisitos
1. Certificado electrónico del accionista
2. Reserva de la denominación
3. Contrato privado o escritura.
4. Nombramiento(s).
5. Petición de inscripción con la información necesaria para el registro del usuario en el sistema, esto es: <ul style="list-style-type: none">a. Tipo de solicitanteb. Nombre completoc. Número de identificaciónd. Correo electrónicoe. Teléfono convencional y/o teléfono celularf. Provinciag. Ciudadh. Direccióni. Copia(s) de cédula o pasaporte.

Fuente: *Superintendencia de Compañías, valores y seguros (2020)*

Elaborado por: El autor

Pasos para su constitución

1. Crear una reserva de denominación.
 - a. Ingresar al portal www.supercías.gob.ec
 - b. Ingresar al portal de trámites sector societario.
 - c. Ingresar usuario y clave (si no lo tiene, hay que crearlo)
 - d. Ingresar a la opción Constitución
 - e. Seguir los pasos indicados en dicho proceso, escogiendo tipo de compañía S.A.S.
 - f. Terminado el proceso, se imprime la Reserva.
2. Descargar formato de documentos contrato, nombramiento y formularios de registro.
 - a. Ingresar al portal
 - b. Ingresar a guías del usuario y descargar los formatos y documentos requeridos.
 - c. Llenar la información solicitada en los documentos descargados.
3. Enviar a la cuenta de correo electrónico de la oficina correspondiente, Los documentos obligatorios.
 - a. Solicitud de constitución
 - b. Un archivo PDF que contenga contrato privado/escritura + Reserva debidamente firmado electrónicamente.
 - c. Un archivo PDF por cada nombramiento, debidamente firmado electrónicamente.
 - d. Un archivo PDF que contenga los formularios de registro de los accionistas y administradores y la copia de las respectivas cédulas o pasaportes.

4. Crear un trámite de constitución con la solicitud recibida, la información referente al inicio del proceso de constitución será enviada al correo electrónico del solicitante.
5. El trámite será revisado y gestionado por el área de registro de sociedades, durante dicha gestión de ser necesario se enviará correos electrónicos al solicitante para subsanar cualquier observación del proceso. De no existir observaciones o luego de ser superadas, se procederá a generar las razones de inscripciones del contrato o escritura y del o los nombramientos según sea el caso.
6. Se procederá a comunicar vía correo electrónico al solicitante la finalización del proceso con toda la información referente a la nueva compañía constituida adjuntándose las razones de inscripciones correspondientes.

4.3 Registros de marcas

Exponer si existirá la necesidad de registro de marcas o realizar trámites de protección de derechos de Propiedad Intelectual como, por ejemplo: propiedad industrial, derechos de autor y derechos conexos, etc.

No se va a utilizar patente en este caso ya que no se está haciendo una invención, por ende, no se necesita ningún derecho exclusivo. Lo que sí se va a registrar es la marca porque este producto es nuevo y será una marca única.

Conforme al Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (2020)

Una marca es un signo que distingue un servicio o producto de otros de su misma clase o rama. Puede estar representada por una palabra, números, un símbolo, un logotipo, un diseño, un sonido, un olor, la textura, o una combinación de estos. Para efectos del registro de marcas deben distinguirse los tipos y las clases de marcas (s.p)

Tabla No. 47. Proceso de registro de marca

Proceso de registro de marca

1. Ingresar en la página del SENADI: www.derechosintelectuales.gob.ec
2. Seleccionar PROGRAMA/SERVICIOS
3. Ingresar opción CASILLERO VIRTUAL
4. Llenar los datos que solicita el CASILLERO VIRTUAL (Si es persona natural poner los datos con número de cédula de ciudadanía y si es persona jurídica colocar los datos con el RUC de la empresa)
5. Una vez que haya dado este procedimiento, llega al correo el usuario y contraseña; así como un enlace de MI CASILLERO para proceder a cambiar la contraseña; obteniendo su casillero Virtual.
6. Después de haber realizado este procedimiento; regresar a la página principal; y, e ingresar a SOLICITUDES EN LINEA.
7. Ingresar el usuario y contraseña
8. Ingresar a la opción PAGOS
9. Opción TRAMITES EN LINEA
10. Opción GENERAR COMPROBANTE
11. Se despliega una plantilla para llenar los datos; le solicitan que Ingrese el código o al menos 3 caracteres de la descripción de la **Tasa de Pago**: (Ingresar el código 1.1.10.)
12. Ingresar los datos y Botón GENERAR COMPROBANTE
13. Imprimir el comprobante
14. Realizar pago en línea de la búsqueda fonética (Manual de uso) por un valor de \$ 16,00.
15. Imprimir y escanear los comprobantes de pago (tanto el que imprimió del IEPI, como el que le entregaron en el Banco del Pacífico después de haber pagado)
16. Enviar vía mail a la siguiente dirección foneticoquito@senadi.gob.ec, así como el NOMBRE EXACTO DE LA MARCA, que se desea verificar.
17. Se le enviará el informe de búsqueda a su correo.

Fuente: Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (2020)

Elaborado por: El autor

Tabla No. 48. Trámite para el registro de una marca

Trámite para el registro de marca
18. Una vez verificado en el listado de marcas, que no esté registrado o en trámite de registro el nombre de su marca.
19. Ingresar a solicitudes en línea con su usuario y contraseña
20. Opción REGISTRO
21. Del listado escoger la opción SOLICITUD DE SIGNOS DISTINTIVOS
22. Y proceder a llenar la plantilla que se va a desplegar en el sistema con los datos de su marca.
23. Después de haber ingresado los datos
24. Botón GUARDAR
25. Botón VISTA PREVIA
26. Botón GENERAR COMPROBANTE DE PAGO, que tiene un costo de \$208,00
27. Cancelar al Banco del Pacífico
28. Icono INICIO DE PROCESO.

Fuente: Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (2020)

Elaborado por: El autor

4.4 Licencias necesarias para funcionar y documentos legales

Entre la documentación y licencias necesarias que la empresa debe cumplir además de las mencionadas anteriormente, para el inicio de sus actividades económicas son:

Reglamento General a la Ley Orgánica de Educación Intercultural (2011) Con Registro Oficial 417; emitida el jueves 31 de marzo del 2011.

Con respecto a los documentos legales se requiere de esquema de un esquema que permita el control y verificación de medios estatales para el funcionamiento del negocio dentro de los cuales están:

PATENTE MUNICIPAL: Documento que permite el funcionamiento de las operaciones del negocio. Para la obtención de este documento se requiere de la presentación de:

- Ruc
- Formulario de inscripción
- Copia de la cedula
- Copia de la papeleta
- Copia de la factura de un servicio básico

LUAE : La licencia Única de actividades económicas es un documento que todos los locales u oficinas deben poseer para su funcionamiento.

- Formulario de solicitud
- Copia de cedula
- Copia de papeleta de votación
- Copia de factura de un servicio básico
- Foto del rótulo

PERMISO DE BOMBEROS: La Dirección de Prevención y Seguridad contra Incendios del Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito, a través de sus Coordinaciones Zonales, verifica el cumplimiento de las condiciones de seguridad humana y equipos contra incendios en edificaciones que están exentas de LUAE (Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas) y que solicitan el Permiso de funcionamiento.

Requisitos Obligatorios:

- Solicitud de inspección del edificio: puede ser descargada en el siguiente link:
Solicitud de Servicios
- RUC escaneado en formato PDF
- Cédula de identidad del representante legal escaneado en formato PDF

Requisitos Especiales:

- Formulario en el que el usuario declara que cumple las condiciones de seguridad contra incendio en el edificio, en el siguiente link Declarativo de Prevención LUAE.

¿Cómo hago el trámite?

- Acceder al trámite en línea a través del siguiente link Servicios en línea
- Seleccionar la opción Solicitud de Servicios de Prevención de Incendios.
- Completar la información e ingresar en formato digital todos los requisitos establecidos para atención del trámite.
- Recibir la respuesta a su trámite mediante correo electrónico.

Canales de atención:

- Correo electrónico, En línea (Sitio / Portal Web / Aplicación web).

IESS: Registro Patronal en el Sistema de Historia Laboral: (solicitud de clave para Empleador)

- Registro Patronal en el Sistema de Historia Laboral: (solicitud de clave para Empleador)
- Ingresar a la página web del IESS www.iess.gob.ec.
- Escoger la opción empleador-registro nuevo empleador.
- Ingresar el número de RUC o cédula de ciudadanía y escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico).
- Ingresar los datos obligatorios que se encuentran marcados con asterisco.
- Terminar con el registro patronal, imprimir la solicitud de clave y el acuerdo de uso de la información.
- Acercarse a las agencias del IESS a los Centros de Atención Universal, portando los documentos que han sido solicitados, para obtener la clave patronal.

MINISTERIO DE RELACIONES LABORALES: Si deseamos empezar nuestro negocio y contar con empleados debemos tomar en cuenta el manejo de nómina cumpliendo con los siguientes deberes contemplados en el código de trabajo, los más importantes son:

- Aviso de Entrada y Salida Seguro Social IESS.
- Pago de obligaciones patronales.
- Elaboración y entrega de Rol de pagos.
- Preparación de formulario 107. “Comprobantes de retención en la fuente del Impuesto a la Renta, por ingresos de trabajo en relación de dependencia”.
- Elaboración Anexo de Relación de dependencia (RDEP).
- Presentación de informes al Ministerio de Relaciones Laborales: Décima tercera remuneración, décima cuarta remuneración e informe de participación sobre utilidades (anual).

Aunque parezca difícil cumplir con todas las formalidades, el conocimiento de llevar bien tu empresa es vital para el buen desarrollo y sustentabilidad del negocio.

Es importante analizar qué es lo que más se adapta a tu tipo de negocio y sobretodo saber qué obligaciones una empresa debe cumplir tanto legales como contables ante las entidades de control, esto nos evitará multas y contratiempos que limitan el desenvolvimiento de nuestro negocio.

Todos los documentos deben ser presentados en el municipio de Quito para la validación de información y el pago del mismo.

CAPÍTULO V

5 Evaluación Financiera

5.1 Objetivos del capítulo

El objetivo que se ha planteado será determinar la viabilidad financiera del proyecto de la empresa Centro de Asesorías Académicas Dreams Homeworks previo al inicio de su funcionamiento en Ecuador.

5.2 Plan de inversiones

Para la creación de la microempresa se requiere de la inversión de activos fijos y de activos diferidos que serán esenciales para dar comienzo a la actividad productiva. A continuación, se detalla las inversiones requeridas.

Tabla No. 49. Activos fijos

Descripción	TOTAL
Adecuaciones del local	1.500,00
Equipos de computación	6.670,00
Equipos de oficina	460,00
Mobiliario	4.530,00
TOTAL	13.160,00

Elaborado por: Jorge Stalin Ramón Durán

NOTA. - * En el anexo 2 se encuentra el detalle de los activos fijos

La inversión para la creación de la microempresa requiere de la consideración aspectos relacionados con la constitución, publicidad y la creación de un sistema web requerido, rubros que se detallan a continuación.

Tabla No. 50. Activos diferidos

Descripción	Valor	Cantidad	TOTAL
Constitución empresa	1.200,00	1	1.200,00
Publicidad inicial	3.500,00	1	3.500,00
Creación sistema web organización	3.500,00	1	3.500,00
TOTAL			8.200,00

Elaborado por: Jorge Stalin Ramón Durán

El detalle de publicidad requerido para la operación será:

Tabla No. 51. Publicidad inicial

Medio	Valor
Promoción Facebook	1.800,00
Promoción Google	500,00
Vallas	1.200,00
Total	3.500,00

Elaborado por: Jorge Stalin Ramón Durán

Para el capital de operación se considera los gastos administrativos, ventas y mano de obra que se requerirán para una operación 2 meses valor que cubrirá las operaciones en los primeros meses de la empresa y ayudará a la liquidez de la empresa de forma permanente.

Tabla No. 52. Capital de operación

DESCRIPCIÓN	Valor mensual	Valor 2 meses
Gastos administrativos	2.397,40	4.794,79
Gastos de ventas	350,00	700,00
Mano de obra directa	3.840,00	7.680,00
TOTAL	6.587,40	13.174,79

Elaborado por: Jorge Stalin Ramón Durán

5.3 Cálculo de Costos y Gastos

5.3.1 Mano de Obra

Para el cálculo de mano de obra se considera el personal técnico lo que implica los gastos de sueldo a incurrir para el desarrollo de las actividades de la empresa. Los costos de los asesores están evaluados en un 50% de los ingresos, es decir los mismos percibirán un valor por hora de \$5 mientras que el precio al público será de \$10 la hora como posteriormente se detalla. Las proyecciones anuales por tanto de acuerdo a la demanda que posteriormente se presenta será:

Tabla No. 53. Mano de obra

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Asesores	46.080,00	53.760,00	53.760,00	61.440,00	67.584,00
TOTAL					

Elaborado por: Jorge Stalin Ramón Durán

5.3.2 Depreciación

La depreciación de los activos fijos supone la disminución del valor lo que implica desgaste de uso, tiempo y obsolescencia, todos los activos estarán sujetos a este proceso de depreciación para lo cual se emplea el método lineal.

Tabla No. 54. Depreciación

	Valor inicial	Depreciación	Valor de recuperación
Adecuaciones del local	1500,00	5%	1125,00
Equipos de computación	6670,00	33%	0,00
Equipos de oficina	460,00	10%	230,00
Mobiliario	4530,00	10%	2265,00
TOTAL, DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN	13160,00		3620,00

Elaborado por: Jorge Stalin Ramón Durán

5.3.3 Proyección de la depreciación

El valor del cálculo obtenido en las depreciaciones se proyectará en el tiempo y se establecen de acuerdo a la depreciación. El porcentaje en el caso de equipos de computación se deprecia en su totalidad en 3 años. Datos que se muestran a continuación:

Tabla No. 55. Proyección de la depreciación

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Adecuaciones del local	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00
Equipos de computación	2223,11	2223,11	2223,11		
Equipos de oficina	46,00	46,00	46,00	46,00	46,00
Mobiliario	453,00	453,00	453,00	453,00	453,00
TOTAL, DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN	2797,11	2797,11	2797,11	574,00	574,00

Elaborado por: Jorge Stalin Ramón Durán

5.3.4 Detalle de Costos

Los costos variables adicionales a las operaciones se establecen considerando los costos directos en los que se incurrirá para el desarrollo de la empresa.

Tabla No. 56. Costos

	Año 1
Insumos soporte (marcadores, papelería)	120,00
Internet	600,00
Total	720,00

Elaborado por: Jorge Stalin Ramón Durán

5.3.5 Proyección de Costos

La proyección de los costos se establece conforme a los costos directos considerados un periodo de proyección de 5 años, mismos que se detallan a continuación:

Tabla No. 57. Proyección de costos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Insumos soporte (marcadores, papelería)	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Internet	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Total	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00

Elaborado por: Jorge Stalin Ramón Durán

5.3.6 Detalle de Gastos

Los desembolsos preestablecidos para mantener y vender los servicios de apoyo académicos para los niños, niñas y jóvenes se centran en gastos de índole administrativo, de ventas y financieros. Estos gastos estarán se determinan en el siguiente cuadro:

Los gastos administrativos que se requieren están relacionados con los salarios, gastos generales en los que están inmersos servicios básicos.

Tabla No. 58. Detalle de salarios administrativos

Descripción	Nominal	IESS	13 sueldo	14 sueldo	Vacaciones	Total unitario	Cantidad	Total mensual	Total anual
Gerente general / marketing	800,00	97,20	33,33	66,67	33,33	1.030,53	1	1.030,53	12.366,40
Recepcionista	420,00	51,03	33,33	35,00	17,50	556,86	1	556,86	6.682,36
Contador	120,00					120,00	1	120,00	1.440,00
TOTAL							3,00	1.707,40	20.488,76

Elaborado por: Jorge Stalin Ramón Durán

Tabla No. 59. Detalle de gastos administrativos generales

DESCRIPCIÓN	COSTOS UNITARIO
Agua / Luz	105,00
Teléfono	75,00
Papelería	60,00
Arriendo	450,00
TOTAL	690,00

Elaborado por: Jorge Stalin Ramón Durán

El resumen de gastos considerando los rubros establecidos será:

Tabla No. 60. Resumen de gastos administrativos

	Mensual	Anual
Salarios administrativos	1.707,40	20.488,76
Gastos generales	690,00	8.280,00
	2.397,40	28.768,76

Elaborado por: Jorge Stalin Ramón Durán

Los gastos de venta radican en la publicidad que se necesita para dar a conocer los servicios que la microempresa brindará a sus clientes.

Tabla No. 61. Gasto de ventas

Descripción	Promoción año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00
TOTAL	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00

Elaborado por: Jorge Stalin Ramón Durán

5.3.7 Proyección Gastos

La proyección de los gastos se da toman en consideración los gastos que se incurrirán para la creación de la microempresa:

Tabla No. 62. Proyección de gastos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de Administración	28.768,76	29.142,75	29.521,61	29.905,39	30.294,16
Gastos de ventas	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00
Gastos financieros	1.437,33	1.179,84	891,98	570,17	210,42

Elaborado por: Jorge Stalin Ramón Durán

5.4 Plan de Financiamiento

Para la estructura de financiamiento se considera la posibilidad de establecer un esquema en donde la empresa cubrirá el 60% de la inversión y la institución bancaria el 40%.

5.4.1 Forma de financiamiento

La forma de financiamiento se realiza a través de una institución bancaria el monto a financiar será de 13813.92 dólares, misma que opera con una tasa para los créditos de consumo de 11,2%.

Tabla No. 63. Estructura de financiamiento

DESCRIPCIÓN	VALOR	PORCENTAJE
Empresa	20720,88	60%
Financiamiento bancario	13813,92	40%
TOTAL	34534,79	100%

Elaborado por: Jorge Stalin Ramón Durán

Tabla No. 64. Tabla de amortización del crédito

Monto a financiar:	13814
Tiempo (meses)	60
Anualidad (pago mensual)	301,73
Tasa bancaria	11,2%

Elaborado por: Jorge Stalin Ramón Durán

Las especificaciones de financiamiento se establecen en la tabla de amortización

Años	Meses	Monto	Tasa	Anualidad	Interés	Pago a Capital	Saldo
Año 1	1	13814	0,0093	301,73	128,93	172,80	13641,12
	2	13641,12	0,0093	301,73	127,32	174,41	13466,71
	3	13466,71	0,0093	301,73	125,69	176,04	13290,67
	4	13290,67	0,0093	301,73	124,05	177,68	13112,99
	5	13112,99	0,0093	301,73	122,39	179,34	12933,65
	6	12933,65	0,0093	301,73	120,71	181,01	12752,64
	7	12752,64	0,0093	301,73	119,02	182,70	12569,93
	8	12569,93	0,0093	301,73	117,32	184,41	12385,52
	9	12385,52	0,0093	301,73	115,60	186,13	12199,39
	10	12199,39	0,0093	301,73	113,86	187,87	12011,53
	11	12011,53	0,0093	301,73	112,11	189,62	11821,91
	12	11821,91	0,0093	301,73	110,34	191,39	11630,52
Año 2	13	11630,52	0,0093	301,73	108,55	193,18	11437,34
	14	11437,34	0,0093	301,73	106,75	194,98	11242,36
	15	11242,36	0,0093	301,73	104,93	196,80	11045,56
	16	11045,56	0,0093	301,73	103,09	198,64	10846,93
	17	10846,93	0,0093	301,73	101,24	200,49	10646,44
	18	10646,44	0,0093	301,73	99,37	202,36	10444,08
	19	10444,08	0,0093	301,73	97,48	204,25	10239,83
	20	10239,83	0,0093	301,73	95,57	206,16	10033,67
	21	10033,67	0,0093	301,73	93,65	208,08	9825,59
	22	9825,59	0,0093	301,73	91,71	210,02	9615,57
	23	9615,57	0,0093	301,73	89,75	211,98	9403,59
	24	9403,59	0,0093	301,73	87,77	213,96	9189,63
Año 3	25	9189,63	0,0093	301,73	85,77	215,96	8973,67
	26	8973,67	0,0093	301,73	83,75	217,97	8755,69
	27	8755,69	0,0093	301,73	81,72	220,01	8535,69
	28	8535,69	0,0093	301,73	79,67	222,06	8313,63
	29	8313,63	0,0093	301,73	77,59	224,13	8089,49
	30	8089,49	0,0093	301,73	75,50	226,23	7863,27
	31	7863,27	0,0093	301,73	73,39	228,34	7634,93
	32	7634,93	0,0093	301,73	71,26	230,47	7404,46
	33	7404,46	0,0093	301,73	69,11	232,62	7171,84
	34	7171,84	0,0093	301,73	66,94	234,79	6937,05
	35	6937,05	0,0093	301,73	64,75	236,98	6700,07
	36	6700,07	0,0093	301,73	62,53	239,19	6460,88
Año 4	37	6460,88	0,0093	301,73	60,30	241,43	6219,45
	38	6219,45	0,0093	301,73	58,05	243,68	5975,77
	39	5975,77	0,0093	301,73	55,77	245,95	5729,82
	40	5729,82	0,0093	301,73	53,48	248,25	5481,57
	41	5481,57	0,0093	301,73	51,16	250,57	5231,00
	42	5231,00	0,0093	301,73	48,82	252,91	4978,09
	43	4978,09	0,0093	301,73	46,46	255,27	4722,83
	44	4722,83	0,0093	301,73	44,08	257,65	4465,18
	45	4465,18	0,0093	301,73	41,68	260,05	4205,13
	46	4205,13	0,0093	301,73	39,25	262,48	3942,65
	47	3942,65	0,0093	301,73	36,80	264,93	3677,72

	48	3677,72	0,0093	301,73	34,33	267,40	3410,32
Año 5	49	3410,32	0,0093	301,73	31,83	269,90	3140,42
	50	3140,42	0,0093	301,73	29,31	272,42	2868,00
	51	2868,00	0,0093	301,73	26,77	274,96	2593,04
	52	2593,04	0,0093	301,73	24,20	277,53	2315,52
	53	2315,52	0,0093	301,73	21,61	280,12	2035,40
	54	2035,40	0,0093	301,73	19,00	282,73	1752,67
	55	1752,67	0,0093	301,73	16,36	285,37	1467,30
	56	1467,30	0,0093	301,73	13,69	288,03	1179,27
	57	1179,27	0,0093	301,73	11,01	290,72	888,55
	58	888,55	0,0093	301,73	8,29	293,43	595,11
	59	595,11	0,0093	301,73	5,55	296,17	298,94
	60	298,94	0,0093	301,73	2,79	298,94	0,00

Elaborado por: Jorge Stalin Ramón Durán

5.5 Cálculo de Ingresos

Para el cálculo de los ingresos se tomaron en consideración el precio y la cantidad de horas que se brindara como parte del proceso de capacitación considerando adicionalmente las horas disponibles y la ocupación esperada Este resumen se detalla a continuación:

Tabla No. 65. Consideraciones de cálculo para los ingresos

Precio por hora de clase	10	
Cantidad de horas de clases mensuales por persona	8	
Capacidad de atención mensual por asesor	160	horas
Cantidad de asesores	8	
Total horas disponibles	1280	
Ocupación esperada	60%	
Atenciones totales mensuales	768	
Cantidad de estudiantes mensuales	96	

Elaborado por: Jorge Stalin Ramón Durán

De esta manera, considerando la ocupación esperada en el centro, la disponibilidad y acorde con el cálculo de la demanda previamente analizado, se estima un total mensual de 786 horas.

Los cálculos de ingreso anual se establecieron de acuerdo a la capacidad, ocupación, cantidad de horas y precio.

Tabla No. 66. Cálculo de los ingresos anual

Capacidad disponible	15360
Ocupación esperada	60%
Cantidad de horas ocupadas	9216
Precio	10,00
Ingresos	92.160,00

Elaborado por: Jorge Stalin Ramón Durán

5.5.1 Proyección de Ingresos

Para la proyección de ingresos se tomará en consideración la cantidad de horas y la capacidad esperada para los siguientes años. Como se observa se estima desde el segundo año un incremento hasta una capacidad del 70% y a partir del año 4 alcanzar hasta un 80% de la capacidad total.

Tabla No. 67. Proyección de ingresos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capacidad disponible	15360	15360	15360	15360	15360
Ocupación esperada	60%	70%	70%	80%	80%
Cantidad de horas ocupadas	9216	10752	10752	12288	12288
Precio	10,00	10,00	10,00	10,00	11,00
Ingresos	92.160,00	107.520,00	107.520,00	122.880,00	135.168,00

Elaborado por: Jorge Stalin Ramón Durán

5.6 Punto de equilibrio

Para determinar el punto de equilibrio se requiere del análisis de los costos fijos y variables a lo largo del año. Siendo los costos operativos las únicas variables se tiene:

Tabla No. 68. Punto de equilibrio

Detalle de los costos y gastos anuales	Total	Fijo	Variable
Costos operativos	46.800		46.800
Gastos administrativos	28.769	28.769	
Gastos de ventas	4.200	4.200	
Gastos financieros	1.437	1.437	
Depreciación y amortización	2.797	2.797	
TOTAL	84.003	37.203	46.800

Elaborado por: Jorge Stalin Ramón Durán

Tabla No. 69. Cálculo para determinar el punto de equilibrio

Ingresos el primer año =	92.160	9216	Cantidad de horas
Costos fijos =	37.203		
Costos variables =	46.800	5,08	Costos variables por unidad
Precio unitario (hora de trabajo)=	10,00		

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO (cantidad)} = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Precio} - \text{Costo variable (u)}} = \frac{37.203}{4,92} = 7558,75$$

$$\text{mensual} = 629,90$$

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO (dólares)} = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \text{CV} / \text{Ingresos}}$$

$$1280$$

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO (dólares)} = \frac{37.203}{1 - \frac{46.800}{92.160}} = 75587$$

$$\text{mensual} = 6299$$

Como se observa, se requiere 629 horas ocupadas totales para alcanzar el equilibrio mensual y un total de \$6299, sin embargo, las estimaciones previstas se estiman en 768 horas, por lo que se alcanza el equilibrio y se obtiene utilidades.

Los resultados de la aplicación de estas fórmulas, se muestran gráficamente, el punto de equilibrio de la empresa con respecto a la asesoría académica.

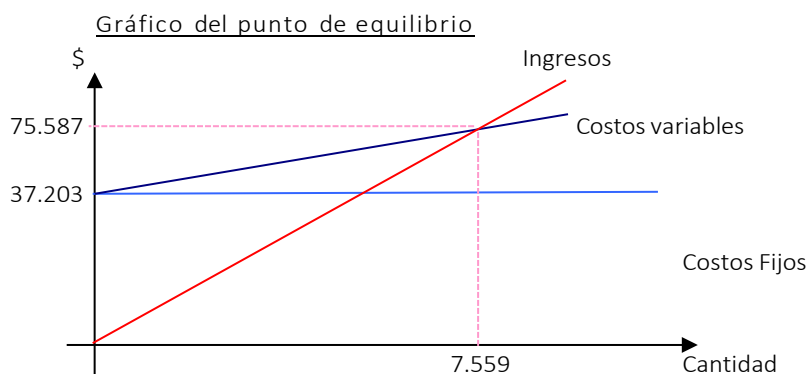


Gráfico N° 25. Punto de equilibrio

5.7 Estado de Resultados Proyectado

Este instrumento proyecta los resultados para un periodo de 5 años en donde de incluyen costos, ingresos y gastos que se han calculado previamente, mismos que se detallan a continuación:

Tabla No. 70. Estado de resultados proyectados

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS OPERACIONALES					
Ventas	92.160,00	107.520,00	107.520,00	122.880,00	135.168,00
(-) Costos de ventas	46.800,00	54.480,00	54.480,00	62.160,00	68.304,00
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	45.360,00	53.040,00	53.040,00	60.720,00	66.864,00
Gastos operacionales					
(-) Gastos de Administración	28.768,76	29.142,75	29.521,61	29.905,39	30.294,16
(-) Gastos de ventas	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00
UTILIDAD OPERACIÓN	12.391,24	19.697,25	19.318,39	26.614,61	32.369,84
(-) Gastos financieros	1.437,33	1.179,84	891,98	570,17	210,42
(-) Depreciación y amortizaciones	2.797,11	2.797,11	2.797,11	574,00	574,00
(=) UTILIDAD DE OPERACIÓN ANTES DE IMPUESTOS	8.156,80	15.720,29	15.629,30	25.470,44	31.585,42
(-) Participación a trabajadores (15%)	1.223,52	2.358,04	2.344,39	3.820,57	4.737,81
(=) Utilidad antes de impuesto a la renta	6.933,28	13.362,25	13.284,90	21.649,87	26.847,61
(-) Impuesto a la renta (25%)	1.733,32	3.340,56	3.321,23	5.412,47	6.711,90
(=) Utilidad neta	5.199,96	10.021,69	9.963,68	16.237,40	20.135,71

Elaborado por: Jorge Stalin Ramón Durán

5.8 Flujo de Caja

Esta herramienta le permite al proponente demostrar la capacidad el flujo que tendrá la caja finalmente para el proyecto, es decir se considera toda la inversión, sin recurrir al financiamiento:

Tabla No. 71. Flujo de caja del proyecto

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión inicial	34.534,79					
Utilidad neta		5.199,96	10.021,69	9.963,68	16.237,40	20.135,71
Depreciaciones y amortizaciones		2.797,11	2.797,11	2.797,11	574,00	574,00
Recuperación de capital de trabajo						13.174,79
Valor de rescate						3.620,00
Flujo de caja	-34.534,79	7.997,07	12.818,80	12.760,79	16.811,40	37.504,50

Para el inversionista, la inversión será solamente \$20.720,88 pero tendrá que pagar el préstamo, por tanto, el flujo de caja para el inversionista será:

Tabla No. 72. Flujo de caja del inversionista

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
- Inversión inicial	20.720,88					
+ Utilidad neta		5.199,96	10.021,69	9.963,68	16.237,40	20.135,71
+ Depreciaciones y amortizaciones		2.797,11	2.797,11	2.797,11	574,00	574,00
- Préstamo, amortización del capital		2.183,40	2.440,89	2.728,75	3.050,56	3.410,32
+ Recuperación capital de trabajo						13.174,79
+ Valor de rescate						3.620,00
Flujo de caja	-20.720,88	5.813,67	10.377,91	10.032,04	13.760,84	34.094,18

5.9 Evaluación financiera

La evaluación financiera se conocen criterios con los cuales se pueden conocer costos y beneficios del proyecto.

5.9.1 Indicadores

Los indicadores a emplear para evaluar los resultados de las operaciones de la empresa, para lo cual se considera el Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR) y el periodo de recuperación de la inversión.

5.9.1.1 Valor Actual Neto (VAN)

Para el cálculo del valor actual se emplea la tasa de la oportunidad o tasa mínima aceptable mediante el cálculo del WACC (Costo promedio de capital ponderado) y se considera la tasa de mercado, tasa de interés bancario, y la tasa impositiva como se detalla a continuación:

Cálculo de la tasa de oportunidad

$$WACC = K_e (\% \text{ capital propio}) + K_d (1 - T) (\% \text{ deuda})$$

$K_e =$ 13,5% Tasa de mercado o costo de oportunidad de los accionistas

$K_d =$ 11,2% Tasa de interés bancario

% Cap. Propio = 100%

% deuda = 0%

$T =$ 33,70% Tasa impositiva en el Ecuador

$$WACC = 13,5\% (1) + 11,4\% (1 - 33,7\%) (0\%)$$

$$WACC = 13,50\%$$

Tabla No. 73. Tasa de oportunidad

Tasa de oportunidad =	13,5%
-----------------------	-------

Año	Flujo	Flujo descontado
0	-34.534,79	-34.534,79
1	7.997,07	7.045,88
2	12.818,80	9.950,75
3	12.760,79	8.727,50
4	16.811,40	10.130,26
5	37.504,50	19.911,50

VAN	21.231,09
-----	-----------

El VAN es positivo se considerar que el proyecto es rentable y está acorde a las perspectivas de inversión.

5.9.1.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Se define como la tasa de descuento que hace que el valor presente de los flujos de caja para lo cual se determina una TIR de 31.17%

Para lo cual se emplea la formula

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1 + TIR)} + \frac{F_2}{(1 + TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1 + TIR)^n} = 0$$

Fórmula No. 2. Tasa Interna de Retorno

Y se obtiene:

TIR	31,17%
------------	--------

Se obtiene que la tasa de rendimiento es atractiva, lo que implica considerar que el proyecto podría ser implementado y desarrollado aún sin financiamiento.

Con el financiamiento que requerirán los inversionistas, los cálculos serán:

5.9.1.3 Evaluación financiera del inversionista

$$WACC = K_e (\% \text{ capital propio}) + K_d (1 - T) (\% \text{ deuda})$$

$K_e =$ 13,5% Tasa de mercado o costo de oportunidad de los accionistas

$K_d =$ 11,2% Tasa de interés bancario

% Cap. Propio

= 60%

% deuda = 40%

$T =$ 33,70% Tasa impositiva en el Ecuador

$$WACC = 13,5\% (0,6) + 11,4\% (1 - 33,7\%) (0,4\%)$$

WACC 11,07%

Tasa de oportunidad =	11,1%
------------------------------	-------

Año	Flujo	Flujo descontado
0	-20.720,88	-20.720,88
1	5.813,67	5.234,23
2	10.377,91	8.412,29
3	10.032,04	7.321,43
4	13.760,84	9.041,79
5	34.094,18	20.169,34

VAN	29.458,20
------------	-----------

TIR	44,88%
------------	--------

Como se observa, el VAN es positivo y se alcanza una tasa de retorno de 44,88% lo cual hace a la inversión atractiva, siendo alta debido a que no hay una inversión demasiado elevada y la demanda de ventas luego de costos permite utilidades atractivas.

5.9.1.4 Período de Recuperación

El periodo de recuperación será de 3 años el tiempo que se recuperará la inversión del proyecto.

Tabla No. 74. Periodo de recuperación

Año	Flujo descontado	Flujo acumulado
0	-20.720,88	-20.720,88
1	5.234,23	-15.486,65
2	8.412,29	-7.074,36
3	7.321,43	247,08
4	9.041,79	9.288,86
5	20.169,34	29.458,20

Interpolación = 2,97

Tiempo = 3 años

Conclusiones

- La presente investigación ha permitido cumplir con el objetivo de la misma que se ha planteado el desarrollo de un plan de negocios que permita determinar los requerimientos y finalmente la viabilidad para la implementación de una empresa comercial encargada del apoyo académico a estudiantes que requieran de nivelación y tareas dirigidas, ubicada en la ciudadela La Ecuatoriana en el sur de la ciudad de Quito.
- La investigación se desarrolló en base a un análisis del mercado, de las operaciones, de la organización y gestión, de los ámbitos jurídicos y legales para la creación y finalmente sustentado en la evaluación financiera del plan.
- En relación al mercado se pudo identificar en base a la información primaria y secundaria, que en el sector existe un muy amplio mercado insatisfecho en relación a este servicio, mismo que inclusive no va a poder satisfacerse en su totalidad aún con más centros de apoyo, pues un alto porcentaje de la población aceptaría el servicio y lo necesita, y solamente un porcentaje pequeño está actualmente recibiendo soporte en este ámbito.
- Se han podido determinar los requerimientos de servicio, así como de insumos y equipamiento que requiere el centro y también los requisitos normativos para la implementación del mismo, los cuales no disponen de restricciones que priven la puesta en marcha del negocio, pero sí son requeridos y han sido cotizados para su implementación.
- Se ha analizado los requerimientos estratégicos, de organización y de capacidad de atención del centro, en el cual se han establecido los flujos de proceso que se requerirán y aspectos de calidad para no solamente que la empresa pueda operar, sino que la misma brinde un servicio de calidad y acorde a las necesidades del cliente. Se ha establecido además la capacidad de trabajo (en horas de trabajo) y la potencial ocupación del centro, lo cual ha permitido establecer la demanda y por tanto las ventas que estimarán.

- Con los datos obtenidos de cada uno de los módulos, la demanda estimada, los requerimientos y los precios se ha establecido un estudio financiero que finalmente ha permitido demostrar que con una inversión inicial de \$34.500 será posible implementar la empresa considerando activos fijos, diferidos y capital para la operación de los primeros meses, esta inversión se realizará en un 60% por parte de los inversionistas, con lo cual se estima un VAN positivo y una TIR de 31% para el proyecto, lo cual es atractivo para los inversionistas o dueños del nuevo negocio y por tanto se recomienda la implementación, misma que no solamente será de beneficio económico, sino que favorecerá a la comunidad del sector en un ámbito fundamental como es la educación.

Bibliografía

- Álvarez, J. M. (2013). *Configuración y usos de un mapa de procesos*. Madrid: AENOR Asociación Española de Normalización y Certificación .
- Banco Central del Ecuador. (2022). *ECUADOR REGISTRA UN CRECIMIENTO INTERANUAL DE 5,6% EN EL TERCER TRIMESTRE DE 2021*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1462-ecuador-registra-un-crecimiento-interanual-de-5-6-en-el-tercer-trimestre-de-2021#:~:text=El%20PIB%20de%20la%20econom%C3%ADa,precios%20del%20a%C3%B1o%20base%202007>).
- Ciudad, I. d. (21 de 04 de 2015). *Instituto de la Ciudad*. Obtenido de <http://www.institutodelaciudad.com.ec/index.php/fotos/49-dsc09296>
- Código de trabajo. (2009). *Codigo de trabajo*. Ecuador: Registro Oficial Suplemento 167.
- Colegio de Economistas de Pichincha . (07 de 01 de 2022). Ecuador: Situación macroeconómica en 2021 y perspectivas 2022. *Noticias* , págs. 1-2.
- Coll Morales, F. (06 de 03 de 2020). *Economipedia.com*. Obtenido de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/capacidad-de-produccion.html>
- EKOS. (27 de 12 de 2021). Ecuador con expectativas económicas positivas para el 2022. *EKOS* , págs. 1-5.
- Gurvich, D. (2021). *Crónicas de educación en pandemia*. Homo Sapiens Ediciones.
- Inec. (2020). *proyecciones poblacionales*. Obtenido de Instituto de la Ciudad 2010: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>
- Municipio de Quito. (2020). *Información sobre demografía de Quito*. Obtenido de <https://quitocomovamos.org/wp-content/uploads/2021/05/1.DEMOGRAF%C3%8DA.pdf>
- Paloma, L. L. (2016). *Herramientas para la mejora de la calidad*. Madrid: Fundación Confemetal.
- Pola Maseda, Á. (2009). *Gestión de la Calidad*. Barcelona: Marcombo.
- Ramirez, R. &. (2016).
- Tizón, J. L. (2020). *La salud emocional en tiempos de pandemia*. Herder Editorial.
- Torres, M. (24 de 07 de 2021). La educación virtual vino para quedarse. *EL EXPRESO* , págs. 1-7.

ANEXOS

ANEXO 1. ENCUESTA



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

ENCUESTA DE GUSTOS Y PREFERENCIAS CON RELACIÓN A LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE ASESORÍA ACADÉMICA.

Objetivo: Recopilar información para poder determinar la viabilidad de implementación de un Centro de Asesoría Académica. La información será manejada únicamente con fines académicos.

1. Indique Ud. si tiene hijos.

Si

No

Si es No termina la encuesta

2. Por favor, indique cuál es el nivel de estudios que tienen sus hijos. Seleccione una o varias opciones

Inicial

Primaria

Secundaria

Universitaria

No estudia / ya es profesional

Si la respuesta es No estudia / ya es profesional estudia termina la encuesta.

3. Su hijo/a ha asistido a algún centro de tareas dirigidas?

Si

No

Si su respuesta fue afirmativa en la pregunta 3, continúe con la pregunta 4, caso contrario pase a la pregunta 5.

4. Indique el nivel de satisfacción obtenida en el Centro de Asesoría Académica al cual asistió su hijo/a.

Completamente satisfecho.

Muy satisfecho.

Satisfecho.

Poco satisfecho.

Nada Satisfecho.

5. ¿Estaría Ud. interesado en utilizar un servicio de calidad integral para mejorar el rendimiento académico de sus hijos, a través de un Centro de Asesoría Académica?

Si

No

6. Cuál es la modalidad en la que le gustaría que su hijo reciba las Asesorías Académicas del Centro?

Presencial

Virtual

Otra: especifique_____

7. ¿Cuánto tiempo cree pertinente que su hijo necesitaría asistir al Centro de Asesoría Académica al día?

2 – 3 horas

4 – 8 horas

9 – 15 horas

+ 15 horas

8. ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por recibir el servicio que ofrece el Centro de Asesoría Académica?

De 5 a 7 usd por hora

De 8 a 10 usd por hora

De 11 a 13 usd por hora

9. Cuál cree Ud. que sería la mejor forma de pago para las Asesorías del Centro.

Efectivo

Tarjeta de Crédito

Tarjeta de Débito

Transferencias

10. A través de qué medios le gustaría enterarse sobre los servicios que brinda el Centro de Asesoría Académica.

Redes Sociales

Correo electrónico

Radio

Televisión

Otros:

11. Qué es lo que más le llamaría la atención de nuestros anuncios?

Promociones

Descuentos

Nuevos Servicios

Precios

ANEXO 2. DETALLES ACTIVOS FIJOS

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadoras	10	580,00	5.800,00
Impresora	2	240,00	480,00
Cámaras web	6	65,00	390,00
TOTAL			6.670,00

EQUIPO DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Teléfono Convencional	4	60,00	240,00
Data Fast	1	220,00	220,00
TOTAL			460,00

MOBILIARIO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorios ejecutivos	3	130,00	390,00
Escritorios operaciones	6	75,00	450,00
Escritorio gerencia	1	250,00	250,00
Sillas ejecutivas	6	90,00	540,00
Sillas gerenciales	3	120,00	360,00
Sillas atención	8	55,00	440,00
Pizarras	6	50,00	300,00
Divisiones de oficina	1	1.800,00	1.800,00
TOTAL			4.530,00