



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA EMPRESA DE PROGRAMAS Y
SERVICIOS EDUCATIVOS EN LÍNEA “CLASE LÍDER” DE LA
CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN FINANZAS

AUTORA:

NATHALY GABRIELA QUISPE YUMISACA

Riobamba - Ecuador

2021



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA EMPRESA DE PROGRAMAS Y
SERVICIOS EDUCATIVOS EN LÍNEA “CLASE LÍDER” DE LA
CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.**

TRABAJO DE TITULACIÓN:
TIPO: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:
LICENCIADA EN FINANZAS

AUTORA: NATHALY GABRIELA QUISPE YUMISACA
DIRECTOR: Ing. GIOVANNY JAVIER ALARCÓN PARRA

Riobamba - Ecuador
2021

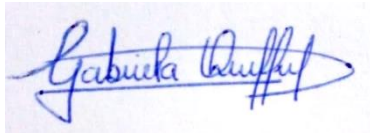
©2020, Nathaly Gabriela Quispe Yumisaca

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, NATHALY GABRIELA QUISPE YUMISACA, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación. El patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 9 de Diciembre del 2021



Nathaly Gabriela Quispe Yumisaca

C.C 060457110-9

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

El Tribunal de trabajo de titulación certifica que: El trabajo de titulación: Tipo: Proyecto de investigación, **PLAN DE NEGOCIO PARA LA EMPRESA DE PROGRAMAS Y SERVICIOS EDUCATIVOS EN LÍNEA “CLASE LÍDER” DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**, realizado por la señorita: **NATHALY GABRIELA QUISPE YUMISACA**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del trabajo de titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Liliana Alejandra Funes Samaniego PRESIDENTE DEL TRIBUNAL	 Firmado electrónicamente por: LILIANA ALEJANDRA FUNES SAMANIEGO	2021-12-09
Ing. Giovanni Javier Alarcón Parra DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN	 Firmado digitalmente por: GIOVANNY JAVIER ALARCON PARRA CIP: C-REG. L-RIOBAMBA CERIAL: N168287-0002118885L CIV-GIOVANNY JAVIER ALARCON PARRA Fecha: Soy el autor de este documento Ubicación: la ubicación de su firma aquí Foxit PDF Reader Versión: 11.2.1	2021-12-09
Ing. Mauro Patricio Andrade Romero MIEMBRO DEL TRIBUNAL	 Firmado electrónicamente por: MAURO PATRICIO ANDRADE ROMERO	2021-12-09

DEDICATORIA

A mis padres Vicente y Carmita por apoyarme en todas las etapas de mi vida a pesar de todo y siempre impulsarme a alcanzar mis sueños.

A mi hermana Adriana por guiarme, por estar conmigo cuando más lo he necesitado, por ser una inspiración y enseñarme a no darme por vencida.

A mi novio Marco por ser mi apoyo incondicional durante toda esta etapa, por siempre impulsarme a ser la mejor versión de mí, motivarme a alcanzar mis sueños y siempre estar para mí cuando más lo he necesitado.

Nathaly

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por permitirme cumplir una meta más y darme la sabiduría para culminar esta etapa de mi vida que sin él nada de esto sería posible.

El más sincero agradecimiento a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo y a la Carrera de Finanzas que junto a los docentes altamente capacitados me ayudaron a culminar mi sueño de ser una gran profesional. Así mismo a mis tutores de tesis Ing. Giovanni Alarcón e Ing. Mauro Andrade por estar dispuestos a ayudarme con su guía y conocimientos en cada etapa de la elaboración de este trabajo de titulación y poder culminarla con éxito. También a la Ing. Letty Elizalde por siempre brindarme su ayuda y estar pendiente en que cada situación de la elaboración de este trabajo. Por último, quiero agradecer a Msc. Wilson Rojas por permitirme elaborar el plan de negocios para su empresa y brindarme la información necesaria para que este trabajo haya podido realizarse.

Nathaly

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS	xiv
RESUMEN.....	xv
SUMMARY/ABSTRACT.....	xvi
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	3
1.1. Marco teórico	1
1.1.1. Planificación	3
1.1.2. Planificación estratégica	4
1.1.2.1. <i>Beneficios de la planificación estratégica</i>	4
1.1.3. Plan de negocios	4
1.1.4. Estructura de un plan de negocio	5
1.1.5. Resumen ejecutivo	6
1.1.6. Descripción del negocio.....	6
1.1.7. Análisis del mercado y de la empresa.	7
1.1.7.1. <i>Investigación de mercado</i>	8
1.1.8. Plan Operativo de Marketing y Ventas.	8
1.1.9. Plan de recursos humanos	9
1.1.10. Plan Financiero	10
1.1.10.1. <i>Estados financieros básicos</i>	10
1.1.10.2. <i>Indicadores de evaluación financiera</i>	11

CAPÍTULO II

2. MARCO METODOLÓGICO.....	15
2.1. Enfoque de investigación	15
2.1.1. <i>Enfoque cualitativo</i>	15
2.2. Nivel de Investigación	15
2.2.1. <i>Investigación exploratoria</i>	15

2.2.2.	<i>Investigación Descriptiva</i>	16
2.3.	Diseño de investigación	16
2.3.1.	<i>Según la manipulación de la variable independiente</i>	16
2.3.1.1.	<i>No experimental</i>	16
2.3.2.	<i>Según las intervenciones en el trabajo de campo</i>	16
2.3.2.1.	<i>Transversal</i>	16
2.4.	Tipo de estudio	17
2.4.1.	<i>Documental</i>	17
2.4.2.	<i>De campo</i>	17
2.5.	Población y Planificación, selección y cálculo del tamaño de la muestra	18
2.5.1.	<i>Población</i>	18
2.5.2.	<i>Muestra</i>	18
2.6.	Métodos, técnicas e instrumentos de investigación	19
2.6.1.	<i>Métodos de investigación</i>	19
2.6.1.1.	<i>Método Analítico-Sintético</i>	19
2.6.1.2.	<i>Método Inductivo- Deductivo</i>	19
2.6.2.	<i>Técnicas de investigación</i>	20
2.6.2.1.	<i>Encuesta</i>	20
2.6.2.2.	<i>Entrevista</i>	20
2.6.3.	<i>Instrumentos</i>	20
2.6.3.1.	<i>Guía de entrevista</i>	20
2.6.3.2.	<i>Cuestionario</i>	21
2.7.	Opcional (hipótesis - según el nivel o alcance de investigación)	21

CAPÍTULO III

3.	MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	22
3.1.	Resultados	22
3.1.1.	<i>Entrevista al Coordinador General de la Empresa “Clase Líder”</i>	22
3.1.1.1.	<i>Análisis de la entrevista</i>	24
3.1.2.	<i>Análisis y encuesta de los usuarios</i>	25
3.2.	Discusión de resultados	38
3.3.	Propuesta	38
3.3.1.	<i>Resumen ejecutivo.</i>	38
3.3.2.	<i>Descripción del negocio</i>	39
3.3.2.1.	<i>Misión</i>	40
3.3.2.2.	<i>Visión</i>	40

3.3.2.3.	<i>Valores</i>	40
3.3.3.	<i>Análisis del mercado y de la empresa</i>	41
3.3.3.1.	<i>Análisis FODA, Empresa “Clase Líder”</i>	41
3.3.3.2.	<i>Análisis de la matriz EFL</i>	42
3.3.3.3.	<i>Análisis de la matriz EFE</i>	43
3.3.3.4.	<i>Análisis de la demanda</i>	45
3.3.3.5.	<i>Demanda proyectada</i>	46
3.3.3.6.	<i>Oferta</i>	47
3.3.4.	<i>Plan de Marketing operativo</i>	48
3.3.4.1.	<i>Marketing operativo: Mix</i>	48
3.3.5.	<i>Plan Operativo</i>	59
3.3.5.1.	<i>Localización</i>	59
3.3.5.2.	<i>Macro localización</i>	60
3.3.5.3.	<i>Micro localización</i>	61
3.3.5.4.	<i>Distribución del establecimiento</i>	62
3.3.5.5.	<i>Características del establecimiento</i>	62
3.3.5.6.	<i>Flujograma de los servicios educativos</i>	63
3.3.6.	<i>Aspecto Legal</i>	65
3.3.6.1.	<i>Permisos municipales</i>	65
3.3.6.2.	<i>Inscripción en el registro de actividades económicas para personas naturales</i>	65
3.3.6.3.	<i>Pago de patente municipal personas naturales</i>	65
3.3.6.4.	<i>Obligaciones tributarias posteriores al registro de la actividad</i>	66
3.3.7.	<i>Plan Administrativo</i>	66
3.3.7.1.	<i>Organigrama de la Empresa “Clase Líder”</i>	67
3.3.7.2.	<i>Descripción de los puestos de trabajo</i>	67
3.3.7.3.	<i>Evaluación de desempeño</i>	69
3.3.7.4.	<i>Cronograma de reuniones con el personal</i>	70
3.3.8.	<i>Plan financiero</i>	71
3.3.8.1.	<i>Inversión Fija</i>	71
3.3.8.2.	<i>Inversión Diferida</i>	73
3.3.8.3.	<i>Capital de trabajo</i>	73
3.3.8.4.	<i>Resumen de inversiones</i>	74
3.3.8.5.	<i>Remuneración del personal</i>	75
3.3.8.6.	<i>Presupuesto de marketing</i>	76
3.3.8.7.	<i>Proyección de las ventas</i>	77
3.3.8.8.	<i>Depreciación y amortización de los activos</i>	79
3.3.8.9.	<i>Cálculo de la depreciación de activos</i>	79

3.3.8.10.	<i>Resumen de egresos</i>	81
3.3.8.11.	<i>Amortización del financiamiento</i>	83
3.3.8.12.	<i>Estado de situación inicial</i>	85
3.3.8.13.	<i>Estado de resultados proyectados</i>	86
3.3.8.14.	<i>Flujo de caja proyectado</i>	88
3.3.9.	<i>Evaluación financiera del proyecto</i>	91
3.3.9.1.	<i>Valor actual neto (VAN)</i>	91
3.3.9.2.	<i>Tasa interna de retorno</i>	92
3.3.9.3.	<i>Periodo de retorno de la inversión (PRI)</i>	92
3.3.9.4.	<i>Beneficio- Costo</i>	93
 CONCLUSIONES		95
RECOMENDACIONES		96
GLOSARIO		
BIBLIOGRAFÍA		
ANEXOS		

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-1:	VAN	13
Tabla 1-3:	Datos del Coordinador General	22
Tabla 2-3:	Entrevista al Coordinador General	22
Tabla 3-3:	Edad.....	26
Tabla 4-3:	Género	27
Tabla 5-3:	Importancia de una empresa de servicios educativos	27
Tabla 6-3:	Asesoría personalizada	28
Tabla 7-3:	Publicación en revistas de alto impacto.....	29
Tabla 8-3:	Clases de inglés	30
Tabla 9-3:	Modalidad.....	31
Tabla 10-3:	Medio para buscar el servicio.....	33
Tabla 11-3:	Servicios educativos	34
Tabla 12-3:	Empresas que ofrecen servicios educativos.....	35
Tabla 13-3:	Aspectos para elegir estos servicios educativos	37
Tabla 14-3:	FODA	41
Tabla 15-3:	Ponderación.....	42
Tabla 16-3:	Matriz EFI	42
Tabla 17-3:	Matriz EFE	44
Tabla 18-3:	Demanda proyectada	46
Tabla 19-3:	Nombres de los centros de servicios educativos de Riobamba	47
Tabla 20-3:	Marketing Mix.....	49
Tabla 21-3:	Precio-Investigación	51
Tabla 22-3:	Precio- inglés.....	52
Tabla 23-3:	Precio- preuniversitario	52
Tabla 24-3:	Precio- militar.....	52
Tabla 25-3:	Modelo para evaluación de desempeño.....	70
Tabla 26-3:	Cronograma de reuniones con el personal.....	70
Tabla 27-3:	Inversión Fija.....	72
Tabla 28-3:	Inversión Diferida.....	73
Tabla 29-3:	Capital de trabajo.....	73
Tabla 30-3:	Resumen de inversiones	74
Tabla 31-3:	Porcentaje de inversión.....	74
Tabla 32-3:	Remuneración mensual	75
Tabla 33-3:	Porcentaje de incremento de sueldos.....	76

Tabla 34-3:	Proyección de las remuneraciones.....	76
Tabla 35-3:	Presupuesto de marketing.....	76
Tabla 36-3:	Ventas Preuniversitario	77
Tabla 37-3:	Ventas de asesoría de trabajos de investigación.....	77
Tabla 38-3:	Ventas de elaboración y publicación de artículos científicos.....	78
Tabla 39-3:	Ventas de preparación ingresos escuelas militares.....	78
Tabla 40-3:	Ventas de clases de inglés	79
Tabla 41-3:	Vida útil de activos.....	79
Tabla 42-3:	Cálculo de la depreciación de activos.....	79
Tabla 43-3:	Depreciación y amortización de activos.....	80
Tabla 44-3:	Resumen de egresos	81
Tabla 45-3:	Datos de amortización	83
Tabla 46-3:	Amortización del financiamiento	83
Tabla 47-3:	Estado de situación inicial	85
Tabla 48-3:	Estado de resultados proyectado	86
Tabla 49-3:	Flujo de caja proyectado.....	88
Tabla 50-3:	Tasas de interés referenciales	91
Tabla 51-3:	Resumen de Flujo de caja.....	91
Tabla 52-3:	Periodo de retorno de inversión.....	92
Tabla 53-3:	Ingresos y Egresos.....	93

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-1:	Descripción del negocio.....	6
Figura 1-3:	Logo de la empresa	39
Figura 2-3:	Campus virtual	57
Figura 3-3:	Página Web	57
Figura 4-3:	Macro Localización Provincia de Chimborazo.....	60
Figura 5-3:	Micro localización	61
Figura 6-3:	Distribución del establecimiento.....	62
Figura 7-3:	Flujograma del servicio educativo	64
Figura 8-3:	Organigrama de Clase Líder	67

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-3:	Edad.....	26
Gráfico 1-3:	Género	27
Gráfico 2-3:	Importancia de una empresa de servicios educativos.....	28
Gráfico 3-3:	Asesoría personalizada	29
Gráfico 4-3:	Publicación en revistas de alto impacto.....	30
Gráfico 5-3:	Clases de inglés	31
Gráfico 6-3:	Modalidad.....	32
Gráfico 7-3:	Medio para buscar el servicio.....	33
Gráfico 8-3:	Servicios educativos	34
Gráfico 9-3:	Empresas que ofrecen servicios educativos	36
Gráfico 10-3:	Aspectos para elegir estos servicios educativos	37
Gráfico 11-3:	Demanda proyectada	47

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A MODELO DE ENCUESTA A LOS CLIENTES DE LA CIUDAD DE
RIOBAMBA

ANEXO B ENTREVISTA AL COORDINADOR GENERAL DE "CLASE LÍDER"

ANEXO C PLAN DE NEGOCIO

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo la finalidad de elaborar un plan de negocios para la empresa “Clase Líder” de la ciudad de Riobamba, Provincia de Chimborazo para mejorar su gestión administrativa y financiera y que esta empresa sea reconocida entre las tres principales de la ciudad. Para lo cual, la metodología que se utilizó fue cualitativa con un diseño no experimental, los métodos aplicados fueron el inductivo, deductivo y analítico, apoyados en técnicas de investigación como entrevista al coordinador general, encuestas a los posibles clientes de la ciudad de Riobamba, las cuales fueron aplicadas a través de instrumentos como la guía de entrevista y cuestionario. Para el desarrollo de este trabajo se realizó un análisis FODA con la finalidad de conocer la situación actual tanto de su entorno como de la empresa para desarrollar las estrategias con el propósito de atraer a más clientes y que estos se sientan confiados en acceder a estos servicios, también se elaboró un plan operativo de marketing y ventas, plan de recursos humanos y un plan financiero. Además, se estableció la demanda que sirvió para los cálculos y proyecciones del plan financiero y con la ayuda de indicadores financieros como el Valor Actual Neto (VAN) que arrojó un valor positivo de \$15223,35 una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 38,48%, el periodo de Recuperación de la Inversión de 3 años 6 meses y 4 días y una relación Beneficio/Costo de \$1,33 permitió determinar la viabilidad y rentabilidad de este negocio y por ende la implementación de este plan de negocio. Se recomienda que se evalúe que se esté cumpliendo el plan de negocios o si es necesario que se realicen cambios con la finalidad de alcanzar los objetivos propuestos y mejorar su competitividad en el mercado.

Palabras clave <CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS>, <FINANZAS>, <PLAN DE NEGOCIOS>, <SERVICIOS EDUCATIVOS>, <COMPETITIVIDAD>, <RENTABILIDAD>, <RIOBAMBA>

0383-DBRA-UTP-2022



Firmado electrónicamente por:
**RAFAEL INTY
SALTO**



24-01-2022

0383-DBRA-UTP-2022

SUMMARY/ABSTRACT

The purpose of this study was to develop a business plan for a company called "Clase Lider" located in Riobamba city, province of Chimborazo to improve its administrative and financial management so that it can be recognized among the top three companies around the city. To do this, a qualitative methodology with a non-experimental design was applied, the inductive, deductive and analytical methods, supported by research techniques such as an interview to the general coordinator, surveys to potential clients from Riobamba city through instruments such as the interview guide and questionnaire. For the development of this study, a SWOT analysis was carried out in order to know the current situation of both its environment and the company to develop strategies with the purpose of attracting more clients and that they feel confident in accessing these services. ,Also, a marketing and sales operational plan, a human resources plan and a financial plan were also developed. In addition, the demand was established that served for the calculations and projections of the financial plan and with the help of financial indicators such as the Net Present Value (NPV) that yielded a positive value of \$15,223.35, an Internal Rate of Return (IRR) of 38 .48%, the Investment Recovery period of 3 years 6 months and 4 days and a Benefit/Cost ratio of \$1.33 made it possible to determine the viability and profitability of this business and therefore the implementation of this business plan. It is recommended to check if the business plan is being fulfilled or make changes when necessary in order to achieve the proposed objectives and improve its competitiveness within the market.

Keywords <ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES>, <FINANCE>, <BUSINESS PLAN>, <EDUCATIONAL SERVICES>, <COMPETITIVENESS>, <PROFITABILITY>, <RIOBAMBA>

LUIS
FERNANDO
BARRIGA
FRAY

Firmado
digitalmente por
LUIS FERNANDO
BARRIGA FRAY
Fecha: 2022.03.08
15:52:06 -05'00'

INTRODUCCIÓN

En la presente investigación se elaborará un Plan de Negocios a la empresa de programas y servicios educativos en línea “Clase Líder” ubicada en la ciudad de Riobamba, Provincia de Chimborazo, la misma que ofrece servicios de preparación preuniversitaria, cursos en el idioma inglés, asesoramiento en trabajos de investigación y preparación para ingreso de escuelas militares.

Un plan de negocios es una herramienta clave para cualquier negocio ya que permite tener un panorama claro de los objetivos que desea alcanzar la empresa y de esta manera poder desarrollar las estrategias, además ayuda a conocer el mercado en el que se desenvuelve, la inversión que se necesita para realizar mejoras al negocio y sobre todo la rentabilidad que generaría la empresa.

En este sentido para la elaboración del plan de negocio de “Clase Líder” se ha identificado que la empresa no ha desarrollado un estudio de mercado previo a iniciar sus actividades, lo cual es necesario ya que revela una visión actualizada del sector de actividad, puntos débiles y fuertes de su potencial competencia, lo que hace que no pueda establecer estrategias que le permitan diferenciarse y ser competitivos. También no se está difundiendo adecuadamente sus servicios educativos en las redes sociales de la empresa y no cuenta con un plan de marketing que ayude atraer a más clientes. En la entrevista previa a la elaboración de este trabajo el propietario manifestó que no tiene una cifra exacta de sus activos, pasivos y patrimonio.

Por lo cual, se apoyará en la recopilación de información bibliográfica y técnicas metodológicas mencionadas a continuación para la elaboración del plan de negocios y de esta manera la empresa conocerá el mercado en que se va a desempeñar, la situación actual de la empresa mediante la matriz FODA y poder establecer objetivos que permitan a la empresa ser más competitivos y desarrollar estrategias que ayuden a cumplirlos y por ende atraer más clientes y mejorar su rentabilidad. También permitirá validar la factibilidad económica, financiera y técnica de Clase Líder y a la vez considerar si es una buena idea el alquiler de un local para ofertar estos servicios permitiendo que los clientes puedan confiar más en acceder a los mismos.

La investigación está conformada de tres capítulos, conclusiones, recomendaciones, glosario y anexos.

En el Capítulo I se detalla el marco teórico.

En el Capítulo II se describe la metodología de la investigación que se ha utilizada para recopilar información y conocer el mercado en el que se va a desarrollar.

En el Capítulo III se detalla los resultados obtenidos en la investigación y la propuesta del plan de negocios para la empresa “Clase Líder” que se conforma de: resumen ejecutivo, descripción del negocio, análisis del mercado y de la empresa, plan de marketing operativo, aspecto legal, plan administrativo, plan financiero y la evaluación financiera del proyecto.

Y, por último, las conclusiones y recomendaciones del presente trabajo.

Al haber realizado la respectiva investigación, se encontró temas afines que servirá de guía para elaboración del presente trabajo.

En el trabajo de investigación titulado: “Plan de negocios de la compañía Translaureles S.A. de la ciudad de Riobamba, 2019-2022” Pilco (2019) manifiesta que:

Un plan de negocio permitirá encontrar soluciones que ayude a desarrollar a la institución de manera competitiva con el mercado que les rodea, permitiendo al investigador tomar decisiones que permita solventar la gestión de la institución y satisfaciendo las necesidades de los clientes y socios, cumpliendo con los diferentes objetivos que se plantea la institución. (Pilco, 2019, p.2)

En el trabajo titulado: “Plan de negocios para la empresa Vicarrozar cía. Ltda., de la ciudad de Cuenca, Provincia del Azuay, para el año 2017” Villa (2017) menciona que:

Un Plan de Negocios permite entre otras cosas conocer sobre: la elaboración y comercialización de los productos que se ofertaran, la inversión requerida, el financiamiento, la proyección de ingresos y egresos para determinar si es o no rentable invertir en el negocio y los objetivos que se desea alcanzar. (Villa, 2017, p. 3)

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

En el presente capítulo se detallará la información bibliográfica que será de apoyo para la elaboración del plan de negocio para la empresa “Clase Líder”, por lo cual se debe iniciar mencionando que los planes de negocios son una parte de la planeación estratégica y ambos tienen un papel primordial en el futuro desarrollo empresarial. En este sentido los procesos de determinación de metas y objetivos, así como las rutas; y acciones para alcanzarlos constituyen estos conceptos.

1.1.1 Planificación

La planificación es una herramienta que permite a la empresa predecir y ordenar las actividades que se van a realizar y determinar los recursos necesarios para llevarlo a cabo con la finalidad de alcanzar objetivos de manera eficiente, es decir utilizar el menor tiempo posible, con un mínimo de recursos y establecer estrategias que permitan lograr dichos objetivos (Morán et al., 2017, p.19).

Así mismo, significa anticiparse a los acontecimientos para tener tiempo suficiente y lograr tomar decisiones adecuadas, teniendo en cuenta el escenario donde se desenvuelve y elementos externos e internos que pueden afectar el alcance de los objetivos.

Al no realizar una planificación puede traer consecuencias negativas a la organización como: presentarse situaciones de imprevisto que no se pueda controlar y tomar decisiones erróneas, no se puede evaluar el éxito o fracaso de la gestión, en el momento de realizar inversiones no se tendrá los criterios para decidir si es buena idea, también se desperdiciarán recursos lo que provocará la quiebra de la organización a mediano plazo.

Por lo cual, la planificación es muy importante ya que ayuda a la organización a establecer una guía de las actividades para su correcta gestión, estar preparado para posibles riesgos y aprovechar las oportunidades que se les presente en el mercado.

1.1.2 Planificación estratégica

Para Sainz (2015) el plan estratégico:

Constituye la herramienta en la que la alta dirección recoge las decisiones estratégicas corporativas que ha adoptado hoy, en referencia a lo que hará en los tres próximos años para lograr una empresa competitiva que le permite satisfacer las expectativas de sus diferentes grupos de interés (stakeholders) (Sainz, 2015, p.28).

Como se menciona anteriormente, la planificación estratégica es una herramienta para diagnosticar, analizar y tomar decisiones sobre la situación actual de la empresa y que ruta tomar en el futuro para aprovechar las oportunidades y alcanzar con eficiencia sus objetivos mediante la formulación y ejecución de estrategias.

1.1.2.1 Beneficios de la planificación estratégica

Castellano (2015) señala que los beneficios de la planificación estratégica son vitales para una empresa u organización, citando los siguientes:

- Permite detectar oportunidades, y clasificarlas en prioridad y explotarlas
- Ofrece una visión objetiva de los problemas administrativos
- Representa un marco para coordinar y controlar mejor las actividades
- Reduce consecuencias de condiciones y cambios adversos
- Permite tomar decisiones importantes para respaldar mejor los objetivos establecidos
- Permite asignar con mayor eficacia recursos y tiempo a oportunidades detectadas. (Castellano, 2015, pág. 44)

1.1.3 Plan de negocios

“El plan de negocios es un documento que identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio, examina su viabilidad, y desarrolla las estrategias y procedimientos para convertir dicha oportunidad en un proyecto empresarial concreto” (Zorita, 2015, p.15).

Así mismo, es una herramienta que permite analizar la situación del mercado al cual se va a dirigir, ayuda a establecer los objetivos que se desea alcanzar junto a sus estrategias, así mismo sirve para analizar la rentabilidad y factibilidad de cualquier proyecto.

- **Objetivos del plan de negocios**

Al momento de realizar un plan de negocios es necesario conocer sus dos objetivos fundamentales tanto interno como externo, el primero es recabar toda información necesaria de la organización para poder realizar un análisis de cuan factible es la idea de negocio o que cambios se debe implementar en una empresa en marcha; el segundo busca ser atrayente ante terceros para obtener financiación (Zorita, 2015, p.15).

- **Características**

De acuerdo con lo que expone Zorita (2015) las características del plan de negocio son las siguientes:

- **Eficaz:** Debe contener, ni más ni menos, toda aquella información que a los promotores del proyecto les sirva para analizar en profundidad todas las implicaciones que suponen la puesta en marcha de su proyecto, y también, aquella información que un eventual inversor espera conocer.
- **Estructurado:** Debe tener una estructura simple y clara que permita seguirlo fácilmente.
- **Comprensible:** Debe estar escrito con claridad, con vocabulario preciso y evitando jergas y conceptos muy técnicos. Las cifras y tablas deben ser simples y de fácil comprensión. En definitiva, debe ser fácil de leer (Zorita, 2015, p.19).

Es importante tener en cuenta que el plan de negocios debe tener una estructura que sea fácil y entendible tanto para las personas de la organización como para los posibles inversionistas, así mismo debe contener información clara y útil que sirva para analizar la situación de la empresa.

1.1.4 Estructura de un plan de negocio

Desde la perspectiva del autor Zorita (2015) un plan de negocio consta las siguientes partes:

- Resumen ejecutivo.

- Descripción del negocio.
- Análisis del mercado y de la empresa.
- Plan Operativo de Marketing y Ventas.
- Plan de recursos humanos
- Plan financiero y proyecciones

1.1.5 Resumen ejecutivo

En el resumen ejecutivo se debe redactar los aspectos más importantes del plan de negocio de manera clara y sencilla pero no debe ser mayor a dos a tres páginas para que el lector tenga una visión general de lo que trata el proyecto y que a la vez se genere interés por el mismo. Por lo tanto, en pocas palabras se debe describir el producto o servicio, el mercado, la empresa, los elementos de éxito del proyecto, los resultados deseados, las necesidades de financiamiento y las conclusiones generales de viabilidad (Zorita, 2015, p. 24).

1.1.6 Descripción del negocio

Para Cipriano (2016) los puntos clave para describir el negocio en forma integral son los siguientes:

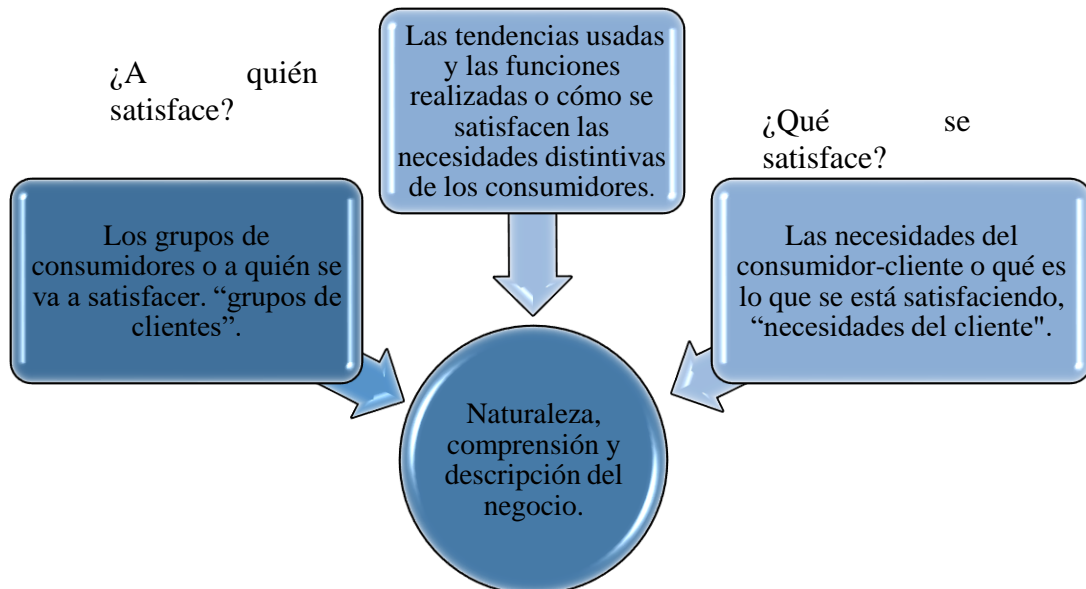


Figura 1-1: Descripción del negocio

Fuente: Plan estratégico de negocios (Cipriano, 2016, p.50)

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

Se debe tomar en cuenta que la descripción de la empresa es diferente si ya está funcionando o si es una empresa nueva.

Por lo tanto, en esta investigación se realizará la descripción de la empresa que ya está funcionando y de acuerdo a Weinberger (2009) se deberá incluir una breve información de los siguientes aspectos:

- Historia de la empresa
- Análisis de la industria
- Productos y servicios ofrecidos
- Información económica y financiera
- Equipo empresarial y gerencial (Weinberger 2009, p.46).

1.1.7 Análisis del mercado y de la empresa.

Analizar el mercado donde se desarrolla la empresa es necesaria para descubrir las oportunidades que la rodean e identificar las amenazas que puedan dificultar el ingreso al mercado o la continuidad de sus actividades.

Según Lázaro (2016) el análisis PESTEL identifica los factores del entorno general que hay que tener en cuenta:

- **Factores político-legales:** Este elemento está integrado por las leyes, decretos y las resoluciones que responden a las políticas del Gobierno. Los grupos de presión influyen y limitan las actividades de diversas organizaciones e individuos en la sociedad.
- **Factores económicos:** Se refiere a todas aquellas variables que miden de alguna manera la marcha de la economía. Y estos pueden ser: la evolución del producto bruto interno, evolución de los precios, tasa de inflación, Política monetaria (tasas de interés, créditos, etc.), nivel de desarrollo, etc.
- **Factores Sociales:** El ámbito social incluye a grupos de personas con sistemas de valores que afectan a las preferencias y comportamientos de la sociedad. Entre los que se tiene: distribución de la renta, estilos de vida, nivel de educación, movilidad social, porcentaje de población por nivel socioeconómico. hábitos de consumo, etc.

- **Factores tecnológicos:** Referido principalmente a los cambios tecnológicos que pueden esperarse ahora y en el futuro próximo, en términos de desarrollo de nuevas tecnologías y la potencial aparición de nuevos productos. Como pueden ser: disponibilidad tecnológica, desarrollo de nuevos productos, tecnología requerida (atraso tecnológico), madurez de la tecnología, inversión pública en investigación, inversión privada en investigación, etc. (Lázaro, 2016, p. 81-82)

1.1.7.1 Investigación de mercado

El estudio de mercado es esencial para seguir avanzando con las otras partes del plan de negocio ya que permite recolectar información valiosa sobre el mercado al cual desea dirigirse la organización, si el producto o servicio será aceptado en el caso de que se esté iniciando o si está cumpliendo con las expectativas del consumidor, además permite identificar a la competencia y a desarrollar estrategias de marketing.

- Análisis del consumidor

Por lo cual, este análisis es necesario para definir quiénes van a ser los posibles clientes y que están buscando, de esta manera permite mejorar los productos o servicios, haciéndolos más atractivos tratando de averiguar con el mayor detalle posible las características de los potenciales clientes: ingresos, sexo, edad, educación, etc.

- Análisis a la competencia

Así mismo, realizar el análisis a la competencia permite identificar los puntos fuertes y débiles de los principales competidores, las características de los productos o servicios que ofrece para formular estrategias que permitan diferenciarlos de ellos y a la vez conocer de qué manera la organización se puede desenvolver y destacar en el mercado para atraer a los clientes.

1.1.8 Plan Operativo de Marketing y Ventas.

Para Baque et al. (2020) en esta sección del plan de negocio se “desarrolla todas las estrategias con las que contará la empresa para maximizar las ventas, además se debe indicar de qué forma se hará conocer al producto”.

Al marketing operativo se le conoce como una estrategia que se encarga de ejecutar las acciones y tácticas de venta con el objetivo de dar a conocer a los clientes potenciales las características de los productos o servicios que ofrece la empresa (Peiro, 2020).

Dentro del campo del marketing operativo, se empieza por definir los objetivos. Estos deben servir de apoyo a los objetivos estratégicos. Por lo cual Lázaro (2016) manifiesta que los objetivos en el plan de negocio han de cumplir determinadas condiciones para ser útiles:

- Deben ser precisos (específicos): Para que se sepa exactamente qué es lo que se quiere conseguir.
- Deben ser medibles (medibles): Para saber de un modo preciso si se han alcanzado los objetivos.
- Deben ser realistas (realistas): Han de ser coherentes en su alcance con los recursos de los que dispone la empresa
- Deben ser relevantes: De interés para la empresa. Deben empujar a la empresa a mejorar (ventas, calidad, atención al cliente, etc.). La R también significa que han de ser factibles (realizables): Su consecución en el plazo previsto debe ser posible.
- Deben tener un plazo de consecución en el tiempo: Una fecha que defina el tiempo necesario para alcanzarlos. Suele ser necesario establecer varias metas intermedias, acompañadas por sus fechas correspondientes. El plazo de tiempo ha de ser adecuado (Lázaro, 2016, p.91-92).

También, el marketing operativo con la ayuda del marketing mix permite a las empresas comprender de mejor manera como establecer las ofertas de los productos o servicios con la finalidad de tener una acogida exitosa.

1.1.9 Plan de recursos humanos

La organización de los recursos humanos es fundamental para que se cumplan con eficacia y eficiencia los planes formulados, ya que sin este recurso es imposible cumplir con las actividades propuestas y mucho menos alcanzar el éxito de la organización.

De acuerdo a Cipriano (2016) la organización es importante en el negocio porque:

- Define la estructura correcta del negocio.
- Determina los niveles jerárquicos indicados para el funcionamiento efectivo de sus integrantes.

- Elimina la duplicidad de funciones en la departamentalización.
- Es un medio para lograr lo planeado.
- Coordina la división de trabajo para que se dé un orden.
- Determina la estructura, para que las fases de dirección y central tengan un patrón confiable (Cipriano, 2016, p.62).

1.1.10 Plan Financiero

El plan financiero de un proyecto de emprendimiento se confecciona a través de dos componentes el estudio económico y el estudio financiero por lo que Moreno (2016) afirma que:

El primero establece la viabilidad económica del negocio con sus retornos estimados, determina el volumen mínimo de ventas para obtener ganancias y proyecta la sensibilidad de sus resultados de acuerdo a las variaciones en ventas, costos e inversiones. En cambio, el segundo determina las necesidades de financiamiento a corto y largo plazo, identifica las fuentes de apoyo y establece la estructura financiera (Moreno, 2016, p. 254).

Al realizar un plan financiero permitirá conocer la viabilidad de un negocio, lo que se requiere de financiación, los costos de producción y los ingresos que posiblemente tendrá la organización.

1.1.10.1 Estados financieros básicos

- **Balance General**

El balance general para Prieto (2017):

Consiste en el conjunto de datos respecto a la cantidad de recursos con los que cuenta la empresa (activos), así como sus deudas y compromisos (pasivos), y se presenta dentro de un periodo contable (cierre mensual, trimestral o anual); evidencia los recursos que provienen de la inversión de los accionistas y las utilidades que estos aún conservan dentro de la empresa (capital contable) (Prieto, 2017, p. 153).

El balance general es una parte muy importante en el plan de negocios porque refleja la situación financiera de la organización en un periodo determinado; si la empresa está cumpliendo con sus deudas, que cantidad se ha invertido y los recursos que le pertenecen.

- **Estado de Resultados**

De acuerdo a Prieto (2017):

Este estado expone los resultados de una empresa en un periodo respecto a sus ingresos, costos y gastos. Dicha información facilita a identificación del tipo de operaciones que las originaron. Asimismo, permite realizar el cálculo de la utilidad y pérdida en dicho lapso comparando los ingresos, costos y gastos efectuados (Prieto, 2017, p. 154).

El estado de ganancias y pérdidas detalla los ingresos, gastos y el beneficio o pérdida que ha generado en un periodo la empresa ya sea mensual, trimestral o anual. En el plan de negocio este documento ayuda a medir la rentabilidad de la organización, además permite tener una mejor visión financiera para prevenir y anticiparse a posibles problemas financieros.

1.1.10.2 Indicadores de evaluación financiera

- **Punto de equilibrio de la empresa**

Según Prieto (2017):

Este indicador refiere al nivel de producción y ventas que una empresa o negocio debe alcanzar para lograr cubrir los costos y gastos a partir de los ingresos obtenidos. Para ello se tiene que determinar cuántas unidades se requieren vender para cubrir costos y gastos que pertenecen a la operación (Prieto, 2017, p. 158).

Al realizar el plan financiero se debe incluir este indicador ya que permite conocer cuántas unidades debe vender la organización para cubrir sus costos y gastos, además es una herramienta para determinar la solvencia y rentabilidad.

Formula:

$$P. E \% = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Ventas totales} - \text{Costos variables}} \times 100$$

- **Flujo Neto de efectivo (FNE por periodo)**

Para entender la finalidad de este indicador Prieto (2017) menciona que:

Este indicador financiero permite identificar si se esperara un déficit o un excedente de efectivo en los periodos que se reporta al cuantificar la diferencia entre gastos e ingresos derivados del proyecto de inversión. Se espera que el FNE sea positivo para generar un propósito optimista para el proyecto y conocer qué necesidades de efectivo tendrá éste (Prieto, 2017, p. 159).

Fórmula:

FNE= Ingreso- (Gastos+ Costos- Impuestos+ Intereses)

- **Periodo de Recuperación de la inversión (PRI)**

Según Quaranta (2020) “evalúa el tiempo que el proyecto demora en recuperar la inversión, es decir, cuántos periodos del horizonte de planeamiento deben transcurrir para recuperar la inversión”. (p.96)

Fórmula:

$$PRI = \frac{\text{Inversión inicial}}{\text{Ganancias promedio}}$$

- **Valor actual neto (VAN)**

Quaranta (2020) menciona que el valor actual neto:

Mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión. Para ello, calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja proyectados a partir del primer período de operación y le resta la inversión total expresada en el momento cero (Quaranta, 2020, p. 93).

El VAN es un indicador que ayuda a medir la viabilidad de cualquier proyecto, también ayuda a determinar a qué precio se debería vender para generar una rentabilidad.

Tabla 1-1: VAN

Valor	Interpretación	Significado
VAN > 0	La inversión genera ganancias por encima de la rentabilidad estimada	Se acepta el proyecto
VAN < 0	La inversión genera ganancias por debajo de la rentabilidad estimada	Se rechaza el proyecto
VAN = 0	La inversión no genera ninguna rentabilidad.	Se puede plantear nuevas estrategias dentro del proyecto

Fuente: Formulación y evaluación de proyectos (Córdoba, 2011)

Elaborado por: Santana, C. (2019)

Fórmula:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{FE_t}{(1+i)^t} - FE$$

Donde:

n= número de periodos de vida del proyecto

FE_t=Flujo de efectivo neto en el periodo t

i=Tasa de interés o costo de oportunidad

FE₀=Inversión inicial (García, V., 2015)

- **Tasa Interna de Retorno (TIR)**

“Evalúa al proyecto a través de un coeficiente, una tasa. Conceptualmente, es aquella tasa que maximiza el proyecto y convierte el VAN en cero” (Quaranta, 2020, p.94).

Al finalizar con la investigación bibliográfica se concluye que la planificación en la organización es muy importante ya que permite anticiparse a los acontecimientos para tener tiempo suficiente y lograr tomar decisiones adecuadas, teniendo en cuenta el escenario donde se desenvuelve y elementos externos e internos que puedan afectar el alcance de los objetivos y a la vez que se debe tomar en consideración a planificación estratégica ya que tiene contenidos que pueden servir para elaborar de mejor manera cualquier plan de negocios. Así mismo, el plan de negocios le permitirá

al emprendedor conocer, entender adecuadamente el mercado donde se desarrollará su idea de negocio, le ayudará a identificar los posibles riesgos que le impidan alcanzar el éxito y analizar la viabilidad de la organización.

CAPÍTULO II

2. MARCO METODOLÓGICO

2.1 Enfoque de investigación

2.1.1 Enfoque cualitativo

“Dentro de este enfoque a los objetos de estudio, se los consideran actores sociales. El interés de este método es comprender el significado de los fenómenos, dar prioridad a la comprensión y al sentido” (Monje, 2011).

Se aplicó este enfoque ya que se realizó las entrevistas a los docentes, la investigación literaria, generación de ideas, propuesta del plan de negocios y por último las respectivas conclusiones y recomendaciones

2.2 Nivel de Investigación

2.2.1 Investigación exploratoria

De acuerdo a Díaz y Calzadilla (2016):

Los estudios exploratorios tienen como función familiarizarse con objetos o fenómenos desconocidos o relativamente desconocidos y tratan de identificar, en estos, conceptos, características o variables promisorias (entre otros aspectos) que puedan potencialmente constituirse en futuras características específicas para estos objetos o fenómenos (Díaz y Calzadilla, 2016).

Esta investigación se empleó en conocer de forma directa las actividades que se desarrollan en la empresa “Clase Líder” de la ciudad de Riobamba, familiarizándolo con el sector a la que pertenece la empresa y los problemas que se pretende solucionar.

2.2.2 Investigación Descriptiva

Para el autor Fernández y Díaz (2016) menciona que “el Diseño de investigación descriptiva es un método científico que implica observar y describir el comportamiento de un sujeto sin influir sobre él de ninguna manera.”

Por medio de esta investigación se pudo conocer de qué manera se está manejando a la empresa, cómo se está realizando las actividades y cuál es el comportamiento de su mercado, complementando con el análisis e interpretación de la información.

2.3 Diseño de investigación

2.3.1 Según la manipulación de la variable independiente

2.3.1.1 No experimental

Según los autores Hernández, Fernández y Baptista (2014) el diseño de investigación no experimental:

Es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables, basándose en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para analizarlos con posterioridad. En este tipo de investigación no hay condiciones ni estímulos a los cuales se expongan los sujetos del estudio. Los sujetos son observados en su ambiente natural (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Esta investigación tiene un enfoque no experimental debido a que no se manipuló ninguna variable, recopilando los datos tal y como se presentan en el entorno de estudio con las diferentes metodologías mencionadas anteriormente.

2.3.2 Según las intervenciones en el trabajo de campo

2.3.2.1 Transversal

De acuerdo a los autores Hernández, Fernández y Baptista (2010):

Son estudios que recolectan datos en un solo momento y sus propósitos pueden variar al analizar cuál es el nivel o modalidad de una o diversas variables en un momento dado; evaluar una situación, comunidad, evento, fenómeno o contexto en un punto del tiempo o determinar o ubicar cuál es la relación entre un conjunto de variables en un momento (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p.151).

Esta investigación utilizó el diseño transversal ya que se recolectó la información en una sola instancia en el momento que se realice la entrevista al coordinador y la aplicación de encuestas a la muestra de la PEA.

2.4 Tipo de estudio

2.4.1 Documental

Baena (2017) afirma que:

La investigación documental es la búsqueda de una respuesta específica a partir de la indagación en documentos, es decir todo aquello donde ha dejado huella el hombre en su paso por el planeta y puede ser libros, publicaciones periódicas: periódicos, revistas e impresos: folletos, carteles, volantes, trípticos, despleables (Baena, 2017).

La investigación documental, se utilizó como guía para la elaboración del plan de negocios, tomando como referencias artículos científicos, informes finales de tesis de grado, libros y otras fuentes que a la vez servirán de sustento para la investigación.

2.4.2 De campo

Para Baena (2017) “las técnicas específicas de la investigación de campo tienen como finalidad recoger y registrar ordenadamente los datos relativos al tema escogido como objeto de estudio. Equivalen, por tanto, a instrumentos que permiten controlar los fenómenos”. (p.70)

La investigación se complementó con la recopilación de datos del mercado, las necesidades de los posibles usuarios, docentes de la empresa mediante encuestas y entrevistas con este tipo de estudio ayudó a comprender de mejor manera los lineamientos para establecer el plan de negocios.

2.5 Población y Planificación, selección y cálculo del tamaño de la muestra

2.5.1 Población

De acuerdo a los autores Arias, Villasís y Miranda (2016) “la población de estudio es un conjunto de casos, definido, limitado y accesible, que formará el referente para la elección de la muestra, y que cumple con una serie de criterios predeterminados”. (p. 202)

Actualmente la empresa está conformada por 17 docentes, por lo que se ha considerado la aplicación de encuestas para los 16 docentes y la entrevista para el coordinador general, con el fin de conocer el desenvolvimiento dentro de la empresa. Además, se tomó a la población económicamente activa de la ciudad de Riobamba de acuerdo al Censo del INEC del 2010 y el plan de desarrollo y ordenamiento territorial de Riobamba que es la cantidad de 100.585 (INEC, 2010).

2.5.2 Muestra

“Parte representativa del universo de estudio. La muestra se obtiene por diversos procedimientos que comprenden dos grandes rubros, el muestreo probabilístico y el no probabilístico” (Baena, 2017, p. 125).

Se realizó la entrevista al coordinador general de la empresa y se aplicó encuestas a la muestra de la población económicamente activa de la ciudad de Riobamba de acuerdo al Censo del INEC del 2010 con la ayuda de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{NE^2 + Z^2 pq}$$

Dónde:

n= Tamaño de la muestra;

Z= Nivel de confianza 95% constante 1,96;

p= Variabilidad positiva; el % pasarlo a decimal

q= Variabilidad negativa;

E= Precisión o error.

$$n = \frac{(1,96)^2(0,50)(0,50)(100585)}{100585(0,05)^2 + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{(3,8416)(0,50)(0,50)(100585)}{100585(0,0025) + (3,8416)(0,5)(0,5)}$$

$$n = 383$$

Es decir, en la presente investigación, se aplicaron 383 encuestas a la población económicamente activa.

2.6 Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

2.6.1 *Métodos de investigación*

2.6.1.1 Método Analítico-Sintético

“Es aquel método de investigación que consiste en la separación de un universo, desglosando en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. El análisis es la observación de un efecto en individual” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Con la ayuda de este método, se analizó la situación actual de la empresa “Clase Líder”, su comportamiento en el mercado, y las necesidades de los posibles clientes para posterior continuar con el análisis de la situación financiera de la empresa.

2.6.1.2 Método Inductivo- Deductivo

El método inductivo-deductivo, “se compone de una primera etapa que se caracteriza por la inducción de principios explicativos a partir de los fenómenos observados, y después en una segunda etapa, sobre estos principios se construyen enunciados que los contengan y se refieran a los fenómenos” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

De esta forma la elaboración de un plan de negocios comprendió la recolección y análisis de los datos obtenidos de las encuestas para establecer los lineamientos a seguir por “Clase Líder”. Por otro lado, se procesó esta información y se construyó el modelo del plan de negocio como se ha manifestado anteriormente: Resumen ejecutivo, descripción del negocio, análisis del mercado y de la empresa, plan Operativo de Marketing y Ventas, organización y recursos humanos y plan financiero y proyecciones

2.6.2 Técnicas de investigación

2.6.2.1 Encuesta

De acuerdo a Martínez (2014) “el propósito de la investigación tipo encuesta es describir las características determinadas de un amplio grupo de personas, objetos o instituciones, mediante con la ayuda de diferentes técnicas de recogida de datos en un grupo más reducido”.

A través de este instrumento se logró recolectar información sobre la situación de los docentes en la empresa “Clase Líder” y las necesidades de los usuarios para posteriormente analizarlos.

2.6.2.2 Entrevista

Santiesteban (2017) menciona que:

Es una técnica de recopilación de información mediante una conversación profesional, con la que además de adquirirse información acerca de lo que se investiga, tiene importancia desde el punto de vista educativo; los resultados a lograr en la misión dependen en gran medida del nivel de comunicación entre el investigador y los participantes en la misma (Santiesteban, 2017, pág. 178).

Se aplicó esta técnica al Coordinador General con el fin de conocer ciertas falencias y cuál es su perspectiva de la empresa y que mejoras pretende dar a la misma para que esta sea más competitiva en el mercado.

2.6.3 Instrumentos

2.6.3.1 Guía de entrevista

Para Troncoso y Amaya (2016) “la entrevista permite la obtención de datos o información del sujeto de estudio mediante la interacción oral con el investigador”.

En esta investigación se realizó una entrevista al Coordinador General para lo cual se estructuró preguntas abiertas con la finalidad de obtener información sobre la situación actual de la empresa.

2.6.3.2 Cuestionario

De acuerdo a Pedraza (2015) “es un conjunto de preguntas respecto de una o más variables por medir. En la formulación del cuestionario, los términos deber ser operativos, fidedignos y válidos.”

En el presente trabajo se diseñó un cuestionario con preguntas cerradas y claras con el propósito de recolectar datos, dirigido a la población económicamente activa anteriormente mencionada.

2.7 Opcional (hipótesis - según el nivel o alcance de investigación)

Elaborar el plan de negocios en la Empresa “Clase Líder” permitirá mejorar su gestión, cumplir con los diferentes objetivos que se plantee y desenvolverse de mejor manera ante su competencia.

CAPÍTULO III

3. MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

3.1 Resultados

En el presente apartado se dará a conocer los resultados y análisis de las encuestas aplicadas a las 383 personas de la ciudad de Riobamba para conocer sus preferencias y aceptación de estos servicios educativos, así también la entrevista aplicada al coordinador general de la empresa “Clase Líder” con la finalidad de conocer la situación actual de la misma.

3.1.1 Entrevista al Coordinador General de la Empresa “Clase Líder”

Tabla 1-3: Datos del Coordinador General

DATOS DEL COORDINADOR GENERAL	
Nombre:	Wilson Rojas
Edad:	48 años
Formación académica:	Magister en la enseñanza del idioma inglés como lengua extranjera

Fuente: Entrevista realizada

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

Tabla 2-3: Entrevista al Coordinador General

Preguntas	Respuestas
1. ¿Cuáles son sus principales funciones?	Dirigir, coordinar y supervisar las funciones de cada uno de los coordinadores con las actividades que se están a cada uno de ellos encomendadas para su cumplimiento.
2. ¿Cuáles considera que son las fortalezas y debilidades de la organización?	<ul style="list-style-type: none">• Como fortalezas que tenemos talento humano con experiencia y títulos de cuarto nivel lo cual acredita el desarrollo óptimo de todos los programas que se ejecutan.

	<ul style="list-style-type: none"> • Como debilidades, no tenemos la adecuada socialización de nuestra empresa en las redes sociales considerando que somos una empresa de servicios en línea.
3. ¿Cuáles considera que son las oportunidades para la empresa?	Las oportunidades son muchas para emprender con los servicios y programas de capacitación que ofertamos.
4. ¿Cuáles considera que son las amenazas para la empresa?	Empresas que ofrecen las mismas o iguales servicios de capacitación que nosotros pero que son de baja calidad y a menor costo, lo que perjudica al mercado y al tener servicios baratos por ende tienen un pésimo resultado y esto influye en la credibilidad de todos al pensar que nuestra empresa también oferta baja calidad.
5. ¿La empresa cuenta instalaciones óptimas para el desarrollo de sus actividades?	La empresa al ser en línea no necesita de espacios o instalaciones de primera, pero se está implementando las instalaciones de acuerdo a las necesidades.
6. ¿La empresa posee herramientas tecnológicas que garanticen un adecuado servicio?	Si, de acuerdo a los servicios y programas de educación que ofertamos disponemos de las plataformas y demás herramientas tecnológicas para garantizar un buen servicio.
7. ¿Cómo se proyecta la empresa “Clase Líder”?	Nos proyectamos como una empresa que ira creciendo y sirviendo de una forma real y no demagógica. Nos proyectamos a ser una empresa que rompa los parámetro y barreras de la educación en línea y que opten como una de las opciones para la superación personal.

8. ¿Qué estrategias ha desarrollado frente a su competencia?	Como estrategia hemos puesto nuestros servicios al público en forma clara y veraz, mas no ofertando un servicio que no podremos cumplir.
9. ¿La empresa cuenta con docentes capacitados y con disponibilidad de tiempo?	Si, disponemos de talento humano y profesional de primera, con años de experiencia y títulos que acreditan el buen desenvolvimiento de las actividades académicas y además que tiene disponibilidad de tiempo cuando se les requiere de su trabajo.
10. ¿Los docentes conocen cuáles son sus funciones?	Si, cada uno de ellos tienen claro su trabajo y funciones a desarrollar.
11. ¿Se realiza un control de los ingresos y egresos de la institución?	Este control se lo realiza cada mes.

Fuente: Entrevista realizada

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

3.1.1.1 Análisis de la entrevista

- El coordinador general tiene claro cuáles son sus funciones dentro de la organización, pero se considera que también debería evaluar el desempeño de las actividades que realizan cada uno de los docentes.
- La empresa cuenta con una gran fortaleza al tener talento humano con experiencia y títulos de cuarto nivel, de esta manera los servicios que ofrecen tendrán resultados favorables, generando credibilidad y prestigio para la empresa. Por otro lado, presenta una debilidad al no manejar adecuadamente la difusión de sus servicios en redes sociales, provocando que no despierte el interés y pierdan usuarios.
- El coordinador general no tiene muy claro cuáles serían sus posibles oportunidades en el mercado.

- Considera que su principal amenaza es que existen empresas que ofrecen los mismos o iguales servicios de capacitación a menor costo y muchos de ellos no ofrecen un trabajo de calidad lo que perjudica al mercado e influye en la credibilidad al pensar que la empresa también oferta baja calidad.
- Por el momento la empresa no necesita espacios o instalaciones de primera, pero se está implementando las instalaciones de acuerdo a las necesidades.
- La empresa dispone de plataformas y demás herramientas tecnológicas de acuerdo a los servicios que ofrece.
- “Clase Líder” desea ser una empresa que rompa los parámetros y barreras de la educación en línea y ser la primera opción para apoyar a que los usuarios se superen académicamente.
- Su estrategia principal es definir los servicios al público en forma clara y veraz, para evitar una mala reputación, pero es necesario definir más estrategias que capten la atención de los usuarios y los diferencie de su competencia.
- La empresa cuenta con talento humano de primera, con años de experiencia y títulos que acreditan el buen desenvolvimiento de las actividades académicas, tienen disponibilidad de tiempo cuando se les requiere de su trabajo y además conocen cuáles son sus funciones.
- Un parámetro muy importante dentro de la organización es realizar un control de ingresos y egresos cada mes.

3.1.2 Análisis y encuesta de los usuarios

Edad

Tabla 3-3: Edad

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
16-20	73	19%
21-35	271	71%
36-50	39	10%
Total	383	100%

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

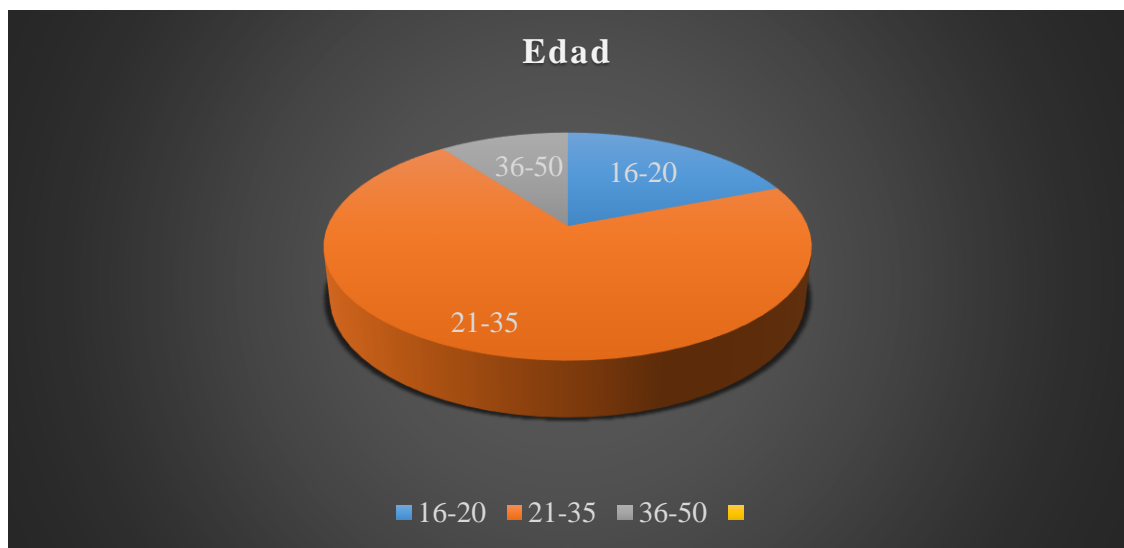


Gráfico 1-3: Edad

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

Análisis e interpretación:

El 10% corresponde al rango de edad entre 36-50 años, el 19% se encuentran los usuarios de 16-21 años y el 71% se encuentran los usuarios de 21-35 años. Dando como resultado que los clientes potenciales se encuentra en el rango de 21 a 35 años ya que es en la etapa donde se ocupan más estos servicios ya sea en la elaboración de trabajos investigativos o para la preparación para las pruebas de escuelas militares y son usuarios tecnológicos activos.

Género

Tabla 4-3: Género

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	166	43%
Femenino	217	57%
Total	383	100%

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

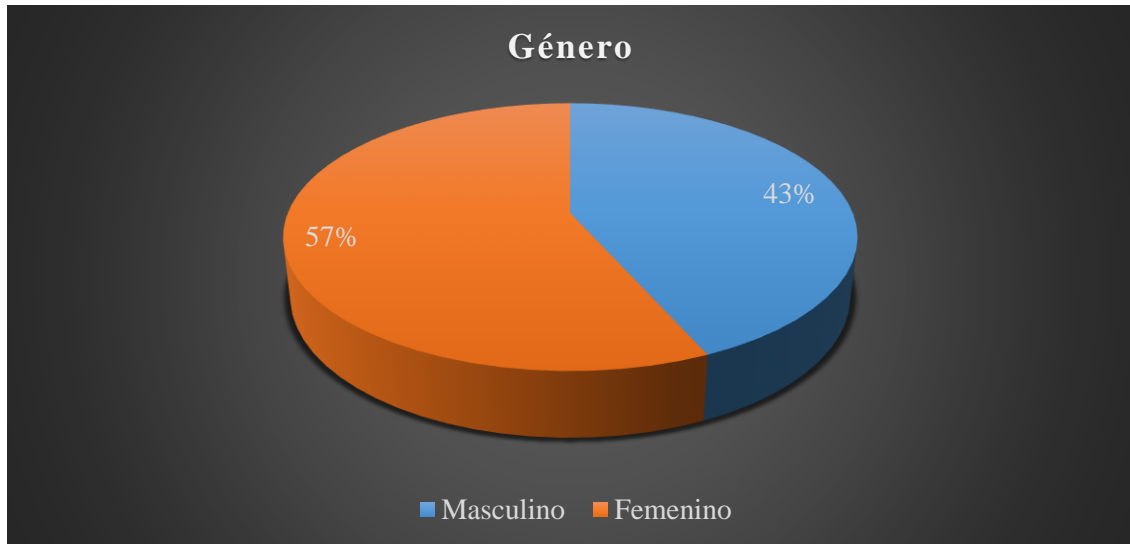


Gráfico 2-3: Género

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

Análisis e interpretación:

El 57% corresponde al género femenino y el 43% representa al género masculino. Reflejando que las mujeres están más interesadas en estos servicios educativos.

Pregunta 1: ¿Considera importante que exista una empresa que ofrezca servicios de asesoría en trabajos de investigación, nivelación de inglés, preparación preuniversitaria y preparación para las pruebas de ingreso a las diferentes Escuelas Militares?

Tabla 5-3: Importancia de una empresa de servicios educativos

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	287	75%
NO	96	25%
Total	383	100%

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020



Gráfico 3-3: Importancia de una empresa de servicios educativos

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

Análisis e interpretación:

El 75% de las personas encuestadas han respondido positivamente que es importante que exista una empresa que ofrezca servicios de asesoría en trabajos de investigación, nivelación de inglés, preparación preuniversitaria y preparación para las pruebas de ingreso a las diferentes Escuelas Militares y el 25% respondió que no lo consideran importante. Dando como resultado que las personas en Riobamba consideran necesario que existan estos servicios y es una buena oportunidad para “Clase Líder”.

Pregunta 2: ¿Si usted realiza un trabajo de investigación, le interesaría acceder a una asesoría personalizada?

Tabla 6-3: Asesoría personalizada

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	287	75%
NO	96	25%
Total	383	100%

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020



Gráfico 4-3: Asesoría personalizada

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

Análisis e interpretación:

Al realizar un trabajo de investigación el 75% de las personas encuestadas les interesaría acceder a una asesoría personalizada y al 25% no. Por lo tanto, es una oportunidad para “Clase Líder” al ofrecer este servicio ya que refleja que las personas que las personas si necesitan una guía para realizar estos trabajos.

Pregunta 3: ¿Le gustaría que sus trabajos de investigación se publiquen en revistas de alto impacto?

Tabla 7-3: Publicación en revistas de alto impacto

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	230	60%
NO	153	40%
Total	383	100%

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

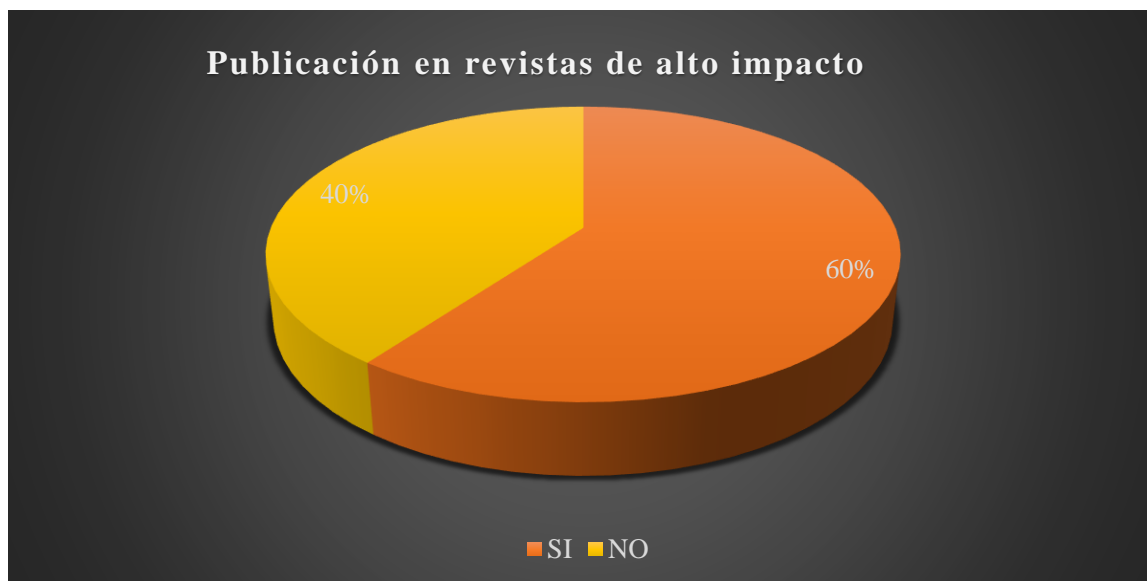


Gráfico 5-3: Publicación en revistas de alto impacto

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

Análisis e interpretación:

El 75% de las personas encuestadas les gustaría que sus trabajos de investigación se publiquen en revistas de alto impacto y el 25% no. El resultado obtenido nos indica que si están interesados en que se publiquen sus trabajos y esto llega a ser beneficioso para que “Clase Líder” potencie este servicio y destaque de su competencia.

Pregunta 4: ¿Le interesaría Clases de inglés personalizadas en los horarios de su elección?

Tabla 8-3: Clases de inglés

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	286	75%
NO	97	25%
Total	383	100%

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

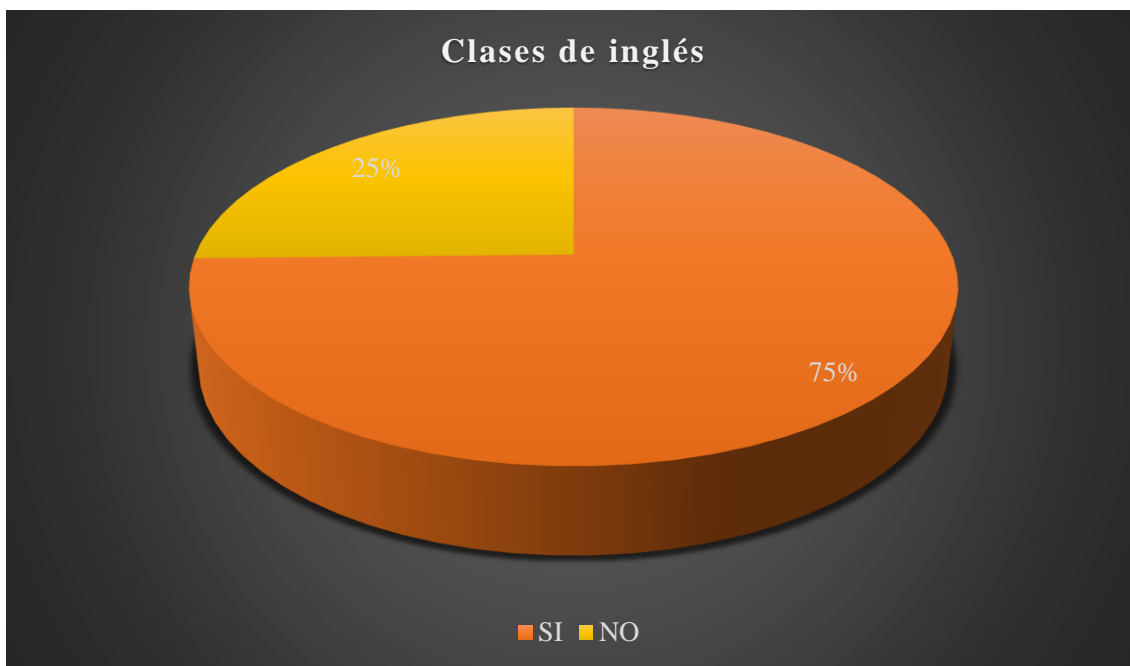


Gráfico 6-3: Clases de inglés

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

Análisis e interpretación:

El 75% de las personas encuestadas en la ciudad de Riobamba les interesa clases de inglés personalizadas en horario a elección, mientras que el 25% no les interesa. En conclusión, se puede decir que las personas si les interesa aprender inglés y el que “Clase Líder” ofrezca un servicio más personalizado permitirá destacar de las demás empresas y atraer clientes.

Pregunta 5: ¿De qué manera preferiría recibir los servicios de: asesoría en trabajos de investigación, nivelación de inglés, preparación preuniversitaria y preparación para las pruebas de ingreso a las diferentes Escuelas Militares?

Tabla 9-3: Modalidad

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Online	49	13%
Presencial	40	10%
Ambos	294	77%
Total	383	100%

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

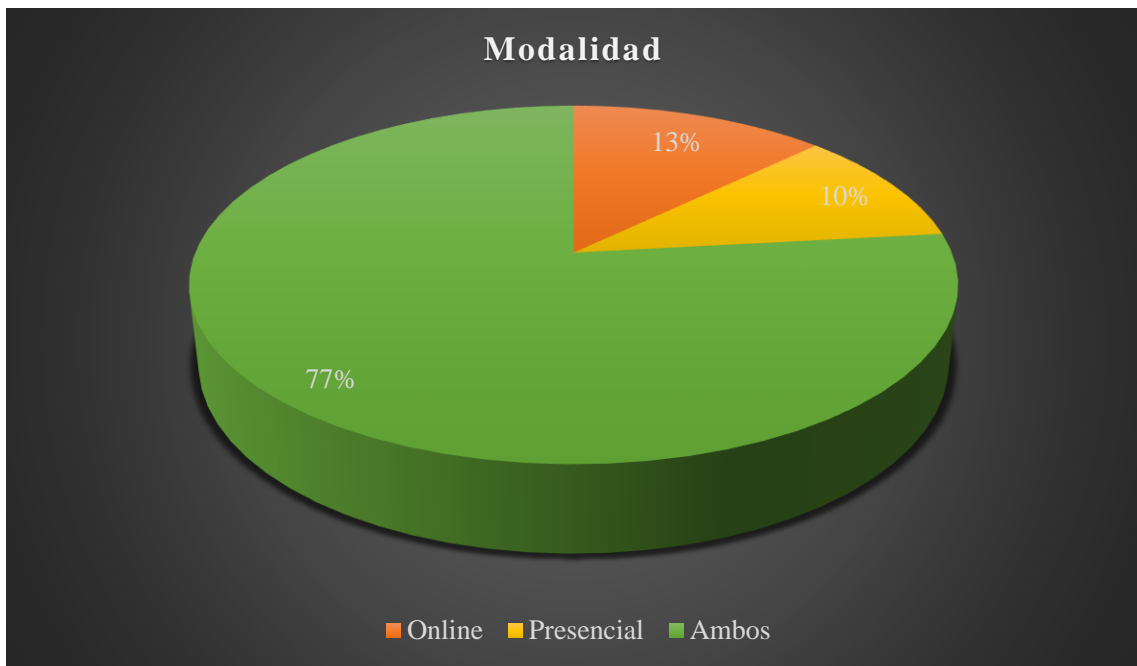


Gráfico 7-3: Modalidad

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

Análisis e interpretación:

Para recibir los servicios de asesoría en trabajos de investigación, nivelación de inglés, preparación preuniversitaria y preparación para las pruebas de ingreso a las diferentes Escuelas Militares, el 10% de las personas encuestadas prefiere que sea presencial, el 13% que sea online y el 77% que sea ambas maneras, por lo cual es necesario que “Clase Líder considere adquirir un establecimiento para impartir estos servicios y dar un mejor servicio a sus clientes.

Pregunta 6: ¿Qué medio utiliza para buscar servicios de asesoría en trabajos de investigación, nivelación de inglés, preparación preuniversitaria y preparación para las pruebas de ingreso a las diferentes Escuelas Militares?

Tabla 20-3: Medio para buscar el servicio

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	213	56%
Instagram	31	8%
Google	90	24%
Televisión	6	2%
Radio	3	1%
Recomendado	40	10%
Total	383	100%

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

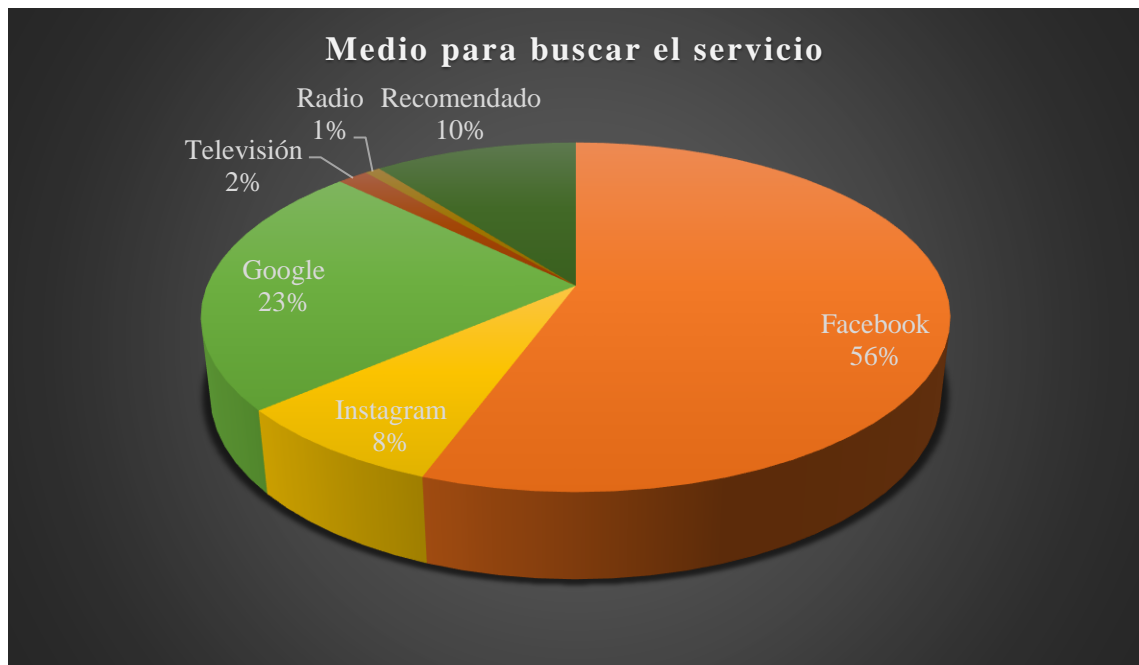


Gráfico 8-3: Medio para buscar el servicio

Elaborado por: Quispe, Nathaly

Análisis e interpretación:

Se tuvo como resultados que el medio que más utilizan las personas para buscar estos servicios educativos es Facebook con 56%, seguido de Google con 23%, de igual manera un 10% por recomendación, 8% mediante Instagram, 2% por televisión y 1% por radio. En conclusión, actualmente las personas buscan estos servicios mediante redes sociales, por lo cual para esta empresa es necesario que se realice mayor publicidad por estos medios para atraer a más usuarios.

Pregunta 7: En el caso que considere que es importante que exista una empresa que ofrezca los servicios anteriormente mencionados, señale cuál de los siguientes servicios educativos accedería:

Tabla 3-3: Servicios educativos

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Preuniversitario	46	16%
Asesoría en trabajos de titulación	89	31%
Elaboración y publicación de artículos científicos	52	18%
Preparación para el ingreso de escuelas militares	23	8%
Clases de inglés	77	27%
TOTAL	287	100%

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

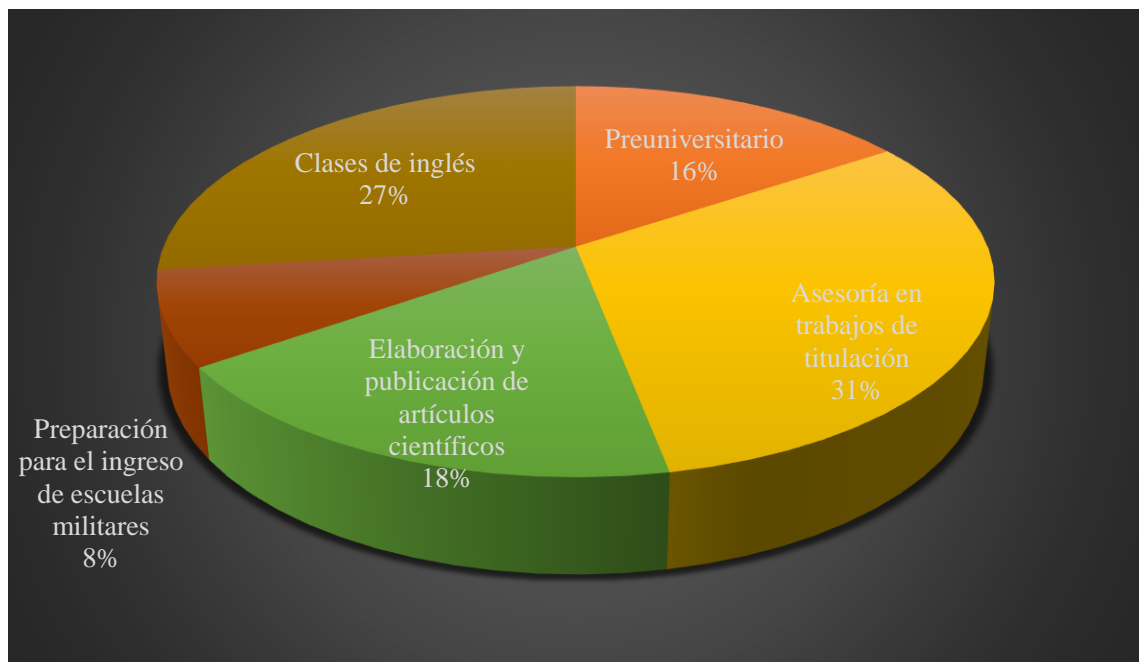


Gráfico 9-3: Servicios educativos

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

Análisis e interpretación:

El 31% de las personas encuestadas accederían a las asesorías de trabajos de titulación, el 27% a clases de inglés, el 18% a la elaboración y publicación de artículos científicos, el 16% al servicio del preuniversitario y el 8% a prepararse para el ingreso de escuelas militares. Con estos resultados se puede conocer cuales servicios tienen más acogida.

Pregunta 8: Señale el establecimiento que usted considere más importante en brindar servicios de: asesoría en trabajos de investigación, nivelación de inglés, preparación preuniversitaria y preparación para las pruebas de ingreso a las diferentes Escuelas Militares:

Tabla 4-3: Empresas que ofrecen servicios educativos

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Capcenter	6	2%
CAAP	4	1%
Preuniversitario Hawking	94	25%
Preuniversitario Isaac Newton	26	7%
Genios Trabajando	103	27%
Preuniversitario Politécnica	135	35%
Clase Líder	15	4%
Total	383	100%

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

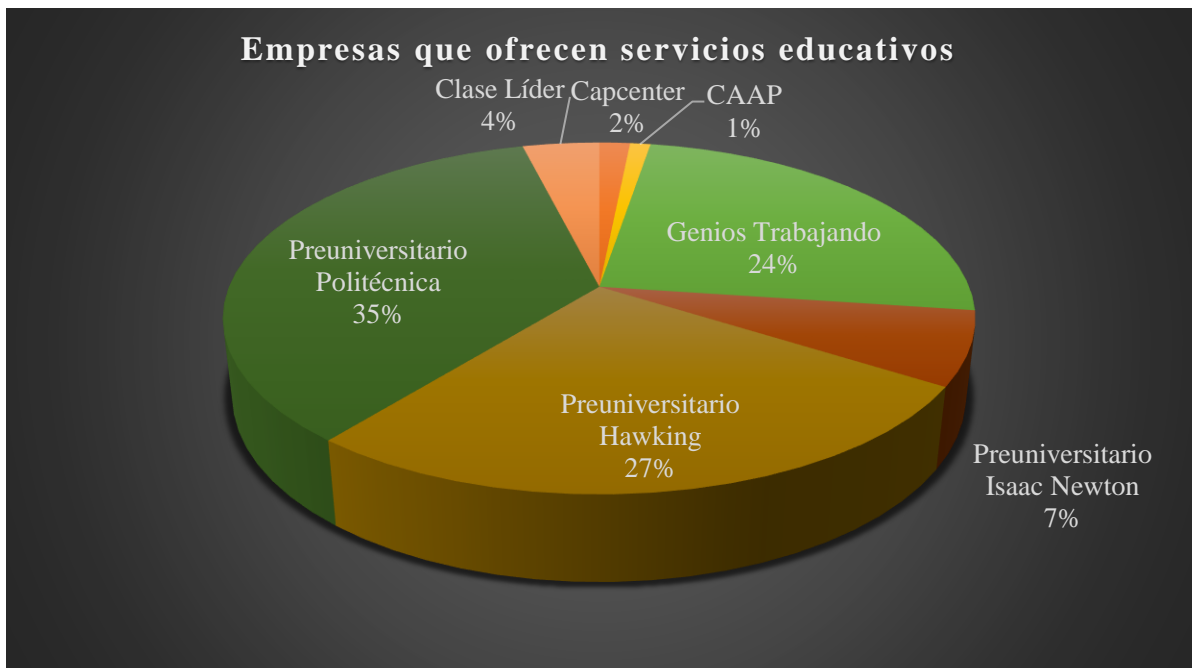


Gráfico 10-3: Empresas que ofrecen servicios educativos

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

Análisis e interpretación:

El 35% de las personas encuestadas consideran que el establecimiento más importante en brindar estos servicios educativos es el Preuniversitario Politécnica, el 27% Preuniversitario Hawking, el 24% Genios Trabajando, el 7% Preuniversitario Isaac Newton, el 4% Clase Líder, el 2% Capcenter y el 1% CAAP. Con estos resultados se puede conocer cuál podría ser la potencial competencia de “Clase Líder” y de esta manera establecer estrategias que ayuden a la empresa a destacarla en el mercado para que en un futuro se considere una de las primeras opciones al momento de solicitar estos servicios.

Pregunta 9: ¿Qué aspectos toma en cuenta usted el momento de elegir estos servicios educativos?

Tabla 13-3: Aspectos para elegir estos servicios educativos

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Atención personalizada	68	18%
Precios accesibles	164	43%
Horarios flexibles	22	6%
Experiencia de los docentes	94	24%
Campus Virtual	14	4%
Nombre del centro	2	1%
Recomendación de otros usuarios	19	5%
Total	383	100%

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

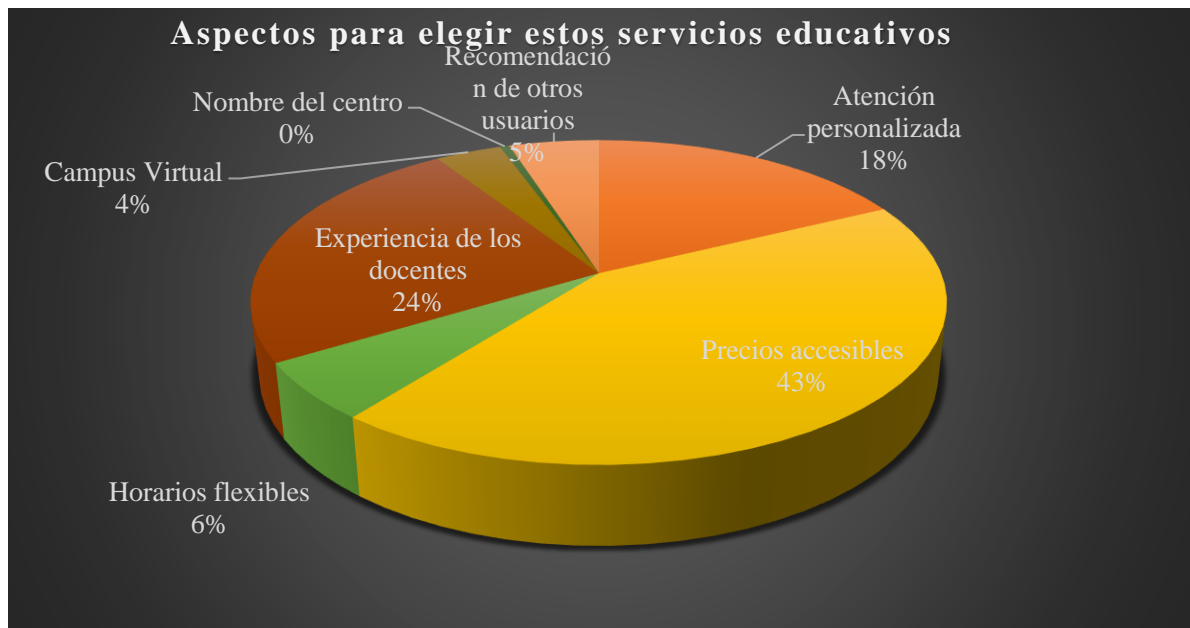


Gráfico 11-3: Aspectos para elegir estos servicios educativos

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

Análisis e interpretación:

Al momento de elegir estos servicios educativos el 43% de las personas encuestadas consideran precios accesibles, el 24% experiencia de los docentes, el 18% atención personalizada, 6% horarios flexibles, 5% recomendación de otros usuarios, 4% Campus Virtual y 1% nombre del centro. Por lo cual, es importante que se considere ofrecer precios competitivos y accesibles por lo servicios sin afectar la calidad y que la institución cuente siempre con docentes experimentados

para ofrecer un mejor servicio y se gane prestigio en el mercado. Y también establecer alguna estrategia que ayude a que los clientes se interesen por acceder a un campus virtual ya que es una de las herramientas que Clase Líder ofrece para mejorar la calidad de los servicios educativos.

3.2 Discusión de resultados

Como resultado de la investigación presentada anteriormente se obtuvo que es necesario que, en este Plan de negocios, se realice un análisis a la empresa para que tengan claro cuáles son sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.

Así también, es importante conocer a la competencia de “Clase líder” ya que permitirá desarrollar en la parte del plan operativo de marketing estrategias que ayuden a potenciar los servicios que ofrecen para ser más competitivos y que a la vez es necesario que se involucren e inviertan más en la publicidad en redes sociales.

La parte de organización y recursos humanos ayudará a tener más claro las funciones y distribuirlo de mejor manera.

El plan financiero permitirá que la empresa lleve de mejor manera sus ingresos y egresos y que al momento de invertir en instalaciones considere si es viable o no realizarlo en este momento y también sepa cuanto está invirtiendo en plataformas y demás herramientas tecnológicas para garantizar un buen servicio.

Por lo cual, elaborar un Plan de negocios permitirá mejorar la gestión y competitividad de la empresa “Clase Líder”.

3.3 Propuesta

3.3.1 Resumen ejecutivo.

La empresa “Clase Líder” ofrece servicios educativos en línea como asesoría en trabajos de investigación, cursos de inglés, preuniversitario y preparación para el ingreso a escuelas militares. En la actualidad es una gran oportunidad para que la empresa continúe ofreciendo estos servicios ya que un 75% de las personas de Riobamba consideran importante que exista una empresa que ofrezca todos estos servicios. Así mismo se espera que los clientes confíen en que los servicios son de calidad y que no les van a estafar ya que por ser en línea muchas veces se cree que ocurrirá eso, por tal motivo se ha considerado la idea de alquilar un local.

A pesar de que existen empresas que ofrecen servicios similares, no hay empresas que ofrezcan todos estos servicios juntos y tengan las características que ofrece “Clase Líder”, por lo que este punto se puede aprovechar y diferenciarse del mercado que permita el crecimiento de la institución.

Estos servicios tienen más aceptación entre las personas de 16 a 35 años ya que entre ellos se encuentra estudiantes que van a rendir las pruebas de ingreso a universidades o escuelas militares, universitarios, docentes que buscan asesorías en sus trabajos investigativos o que desean aprender el idioma inglés.

La inversión que se ha realizado y se requiere para continuar con sus actividades es de \$54565,11 que serán aportados por recursos propios de 4 docentes y lo demás se espera recurrir a una financiación.

En la evaluación financiera mediante indicadores se obtuvo como resultados al VAN con \$15223,35, TIR con 38,49%. Por lo tanto, se puede concluir que el proyecto es viable y rentable.

3.3.2 Descripción del negocio



Figura 1-3: Logo de la empresa

Fuente: Clase Líder

La empresa “Clase Líder” inicio sus actividades el 14 de septiembre de 2020, cuya razón social se debe a que es llamativo y abarca a la educación y liderazgo, además que no tenga coincidencias con otras organizaciones. Se formó para ofrecer servicios educativos en línea para el desarrollo de profesionales entre los cuales tenemos: preparación integral en Clase Militar, desarrollo de investigaciones, clases de inglés, Clase Pre-Universitario.

Está conformado por 8 miembros los cuales cuentan títulos de cuarto nivel y están altamente calificados para ofrecer servicios de calidad.

Actualmente se encuentra en mercado competitivo ya que existen varios centros dedicados a ofrecer algunos de estos servicios en la ciudad de Riobamba ya sea de manera presencial o virtual, aunque estos centros se han enfocado más en la preparación para las pruebas de ingreso a las universidades lo cual resulta una ventaja para “Clase Líder” ya que esta brinda más servicios, cuenta con campus virtual y además busca agregar más servicios que sirvan de apoyo para los estudiantes que necesitan refuerzo en las distintas materias, también facilitar a los investigadores para que puedan publicar sus trabajos investigativos en revistas de alto de impacto.

3.3.2.1 Misión

Guiar el aprendizaje en línea, para que todos puedan alcanzar sus metas y aspiraciones rompiendo las barreras de la distancia.

3.3.2.2 Visión

Ser la mejor opción de servicios educativos en línea que aporte al desarrollo integral con compromiso y calidad.

3.3.2.3 Valores

Los valores son los principios que orientan y comprometen a los miembros de la empresa a cumplir con los objetivos de la empresa, además son los que le dan identidad a “Clase Líder”.

Honestidad: La empresa siempre otorgará la información de sus servicios tal y como son desde el principio.

Respeto: Los empleados siempre tendrán en cuenta que deben dirigirse a sus compañeros y a sus clientes de una manera cordial sin dañar su integridad.

Calidad: Clase Líder trabajará duro para prestar los servicios educativos de la mejor manera.

Trabajo en equipo: Todos los trabajadores se apoyarán para sacar adelante a la empresa.

Ambición: la empresa no será conformista si no que siempre buscará las maneras para sobresalir y otorgar el mejor servicio a sus clientes.

3.3.3 Análisis del mercado y de la empresa

3.3.3.1 Análisis FODA, Empresa “Clase Líder”

Tabla 5-3: FODA

Fortalezas	Oportunidades
<p>F1: Docentes con experiencia</p> <p>F2: Atención personalizada en los servicios que ofrecen</p> <p>F3: Horarios flexibles en la preparación de los distintos servicios</p> <p>F4: La empresa dispone de plataformas y demás herramientas tecnológicas de acuerdo a los servicios que ofrece.</p>	<p>O1: Necesidad de una asesoría en sus trabajos investigativos por parte de estudiantes</p> <p>O2: Prepararse en el idioma inglés abre puertas en el mundo laboral</p> <p>O3: Interés de jóvenes por ingresar a las escuelas militares</p> <p>O4: Escasos centros que ofrecen todos los servicios de “Clase Líder”</p> <p>O5: Financiación para emprendedores por parte de instituciones financieras</p>
Debilidades	Amenazas
<p>D1: Desconocimiento de estrategias de marketing</p> <p>D2: Desconocimiento en el manejo de las redes sociales para realizar publicidad</p> <p>D3: No cuenta con un profesional especializado para las plataformas virtuales</p> <p>D4: Inexperiencia en dirigir una empresa</p> <p>D5: No es conocido en el mercado</p>	<p>A1: Situación económica</p> <p>A2: Desconfianza en que estas instituciones no ofrezcan un servicio de calidad</p> <p>A3: Experiencia de la competencia en estos servicios</p> <p>A4: Emergencia sanitaria</p> <p>A5: La competencia ofrece los mismos o iguales servicios de capacitación a menor costo.</p>

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

3.3.3.2 Análisis de la matriz EFI

Tabla 6-3: Ponderación

Criterio	Ponderación
Debilidad mayor	1
Debilidad menor	2
Fuerza menor	3
Fuerza mayor	4

Fuente: Yi Min Shum, 2018

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

Tabla 7-3: Matriz EFI

Matriz EFI				
	Fortalezas	Peso	Calificación	Valor Promedio
1	Docentes con experiencia	0.16	4	0.64
2	Atención personalizada en los servicios que ofrecen	0.16	3	0.48
3	Horarios flexibles en la preparación de los distintos servicios	0.10	3	0.30
4	La empresa dispone de plataformas y demás herramientas tecnológicas de acuerdo a los servicios que ofrece.	0.16	4	0.64
	Subtotal de Fortalezas			2.06
	Debilidades	Peso	Calificación	Valor Promedio
1	Desconocimiento de estrategias de marketing	0.08	1	0.08
2	Desconocimiento en el manejo de las redes sociales para realizar publicidad	0.08	1	0.08
3	No cuenta con un profesional especializado para las plataformas virtuales	0.05	2	0.10
4	Inexperiencia en dirigir una empresa	0.05	2	0.10

5	No cuenta con una infra estura para atender a los clientes que buscan los servicios de manera presencial	0.08	2	0.16
6	No es conocido en el mercado	0.08	2	0.16
	Subtotal de debilidades			0.68
	Total	1		2.74

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

Análisis e interpretación

La empresa “Clase Líder” en su matriz EFI se observa internamente está débil, pero al comparar el valor de fortaleza que es del 2.06 frente a las debilidades es favorable y muestra un valor total de 2.74, lo cual refleja un indicador alentador para la empresa ya que permitirá en un futuro potenciar estas fortalezas y minimizar las debilidades. Una de las fortalezas de la empresa es que dispone de plataformas y demás herramientas tecnológicas de acuerdo a los servicios que ofrece, pero también presenta una debilidad el no contar con una infra estura para atender a los clientes que buscan los servicios de manera presencial.

3.3.3.3 Análisis de la matriz EFE

Tabla 8-3: Matriz EFE

Matriz EFE				
	Oportunidades	Peso	Calificación	Valor Promedio
1	Necesidad de una asesoría en sus trabajos investigativos por parte de estudiantes	0.15	4	0.60
2	Prepararse en el idioma inglés abre puertas en el mundo laboral	0.13	4	0.52
3	Interés de jóvenes por ingresar a las escuelas militares	0.15	4	0.60
4	Escasos centros que ofrecen todos los servicios de “Clase Líder”	0.13	3	0.39
5	Financiación para emprendedores por parte de instituciones financieras	0.05	3	0.15
	Subtotal de Oportunidades			2.26
	Amenazas	Peso	Calificación	Valor Promedio
1	Situación económica	0.1	1	0.1
2	Desconfianza en que estas instituciones no ofrezcan un servicio de calidad	0.08	1	0.08
3	Experiencia de la competencia en estos servicios	0.08	2	0.16
4	Emergencia sanitaria	0.08	2	0.16
5	La competencia ofrece los mismos o iguales servicios de capacitación a menor costo.	0.05	1	0.05
	Subtotal de debilidades			0.55
	Total	1		2.81

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

Análisis e interpretación

La Empresa “Clase Líder” en la matriz de EFE presentada anteriormente se observa que tienen oportunidades fuertes frente a las amenazas, dando un valor promedio de 2.81 y representa un indicio favorable para que la empresa aproveche estas oportunidades para mejorar la situación de la empresa y disminuir sus amenazas. Uno de los factores primordiales que se debe poner empeño como una oportunidad es la necesidad de una asesoría en sus trabajos investigativos por

parte de estudiantes ya que debido a la situación de pandemia no tienen una comunicación continua con sus docentes por lo que buscan una guía para sus investigaciones de igual manera se debe tomar en cuenta la desconfianza en que estas instituciones no ofrezcan un servicio de calidad.

3.3.3.4 Análisis de la demanda

La educación es una parte fundamental para el desarrollo de los seres humanos ya que si una persona desea conseguir mejores oportunidades de vida debe prepararse día a día, a la vez que aporta al desarrollo intelectual de un país.

En el Ecuador para acceder a las universidades es necesario que se apruebe un examen denominado EAS para ello muchos jóvenes acuden a centros que los preparen para alcanzar los mejores puntajes; al momento de graduarse se debe realizar un trabajo de titulación por lo cual los estudiantes buscan asesoramiento con la finalidad de presentar un buen trabajo.

Muchos docentes y estudiantes deben elaborar artículos científicos y ensayos ya sea como un requisito de las instituciones a las que pertenecen o porque buscan aportar con sus conocimientos y sirva de referencia para futuras investigaciones, además que añada valor a su curriculum.

Prepararse en el idioma inglés en la actualidad es muy importante ya que abre camino para nuevas oportunidades porque si es estudiante puede acceder a becas en otros países o conseguir mejores opciones en el ámbito laboral. Por lo cual las personas buscan acceder a cursos que les ayuden a mejorar su inglés.

Los jóvenes también buscan otras opciones para tener una mejor calidad de vida, siendo una de sus opciones ingresar a escuelas militares.

De esta manera se ha tomado una muestra de la población económicamente activa de la ciudad de Riobamba que representa 383 personas. Y tomando en cuenta las encuestas dirigidas a este segmento, dio un resultado que el 75% han respondido positivamente que es necesario que exista una empresa que ofrezca servicios de asesoría en trabajos de investigación, nivelación de inglés, preparación preuniversitaria y preparación para las pruebas de ingreso a las diferentes Escuelas Militares.

Las 383 personas por el 75% de las personas que respondieron positivamente a que exista una empresa que ofrezca estos servicios educativos; dan como resultado 287 personas.

3.3.3.5 Demanda proyectada

A continuación, se proyecta la demanda de la Empresa “Clase Líder” para cinco años, tomando en cuenta que la tasa de crecimiento demográfico para la ciudad de Riobamba es del 2,20% y el factor de crecimiento anual será $1+0,020=1,020$.

Población esperada para cada año= año anterior por el factor de crecimiento anual.

Año 2021= $287*1,020$

Año 2021= 293

Año 2022= $293*1,020$

Año 2022= 299

Año 2023= $299*1,020$

Año 2023= 305

Año 2024= $305*1,020$

Año 2024= 311

Año 2025= $311*1,020$

Año 2025= 317

Tabla 9-3: Demanda proyectada

AÑO	DEMANDA PROYECTADA
2021	293
2022	299
2023	305
2024	311
2025	317

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

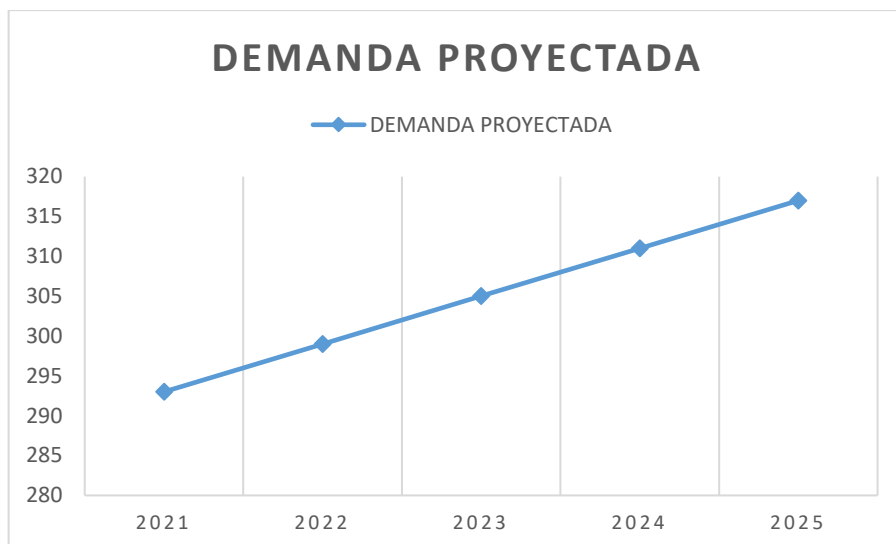


Gráfico 12-3: Demanda proyectada

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

3.3.3.6 Oferta

Es la cantidad de centros que ofrecen servicios similares de “Clase Líder” como: asesoría en trabajos de investigación, clases de inglés y preparación para las pruebas de ingreso a la universidad y escuelas militares en la ciudad de Riobamba. Y de acuerdo a la pregunta 7 se pudo evidenciar que la preferencia de los usuarios se encuentra de la siguiente manera:

Tabla 10-3: Nombres de los centros de servicios educativos de Riobamba

Nombres de los centros de servicios educativos	
1	Preuniversitario Politécnica
2	Genios Trabajando
3	Preuniversitario Hawking
4	Isaac Newton
5	Capcenter
6	CAAP

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

PLAN DE NEGOCIOS

Objetivo general: Posicionar a la empresa “Clase Líder” entre las 3 principales de la ciudad de Riobamba.

Objetivos operativos:

- Aumentar el reconocimiento de los servicios que oferta “Clase Líder” en la ciudad de Riobamba y diferenciarlos de la competencia mediante la elaboración de un plan de marketing.
- Mejorar la calidad del servicio que ofrece “Clase Líder” y la productividad de los empleados con la ayuda de un plan operativo.
- Elaborar la estructura documental de la gestión de la empresa “Clase Líder” mediante un plan administrativo.
- Aumentar la rentabilidad de la empresa “Clase Líder” mediante el desarrollo de un plan financiero.

Objetivo operativo: Aumentar el reconocimiento de los servicios que oferta “Clase Líder” en la ciudad de Riobamba y diferenciarlos de la competencia mediante la elaboración de un plan de marketing.

Estrategia

- Desarrollar el marketing mix.

3.3.4 *Plan de Marketing operativo*

De acuerdo a la entrevista que se realizó al coordinador de “Clase Líder” se pudo conocer que no manejan adecuadamente la difusión de los servicios educativos en las redes sociales, causando que las personas no sepan que ofrece la misma para lo cual se desarrolla el plan de marketing operativo de la empresa “Clase Líder”, constituido por los siguientes aspectos:

3.3.4.1 *Marketing operativo: Mix*

“La estrategia óptima de marketing implica sintonizar de manera adecuada los niveles de las variables del marketing mix con el mercado objetivo” (Lázaro, 2016, p.93).

Tabla 11-3: Marketing Mix

Producto	Precio	Distribución	Comunicación
<ul style="list-style-type: none">• Calidad• Marca• Envase• Etiqueta• Diseño	<ul style="list-style-type: none">• Precio• Descuento• Rápeles• Formas de pago	<ul style="list-style-type: none">•Canales de distribución•Localización•Almacenamiento•Aprovisionamiento • Transporte	<ul style="list-style-type: none">• Publicidad• RR. PP.• Internet

Fuente: The business plan ¡en un pim pam! (Lázaro, 2015, p.93)

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

- **Producto o servicio**

Los servicios educativos que “Clase Líder” que ofrece se dividen en cuatro ámbitos: Investigación, inglés, preuniversitario y militar.

En el ámbito de investigación ofrece los siguientes servicios:

Asesoramiento en elaboración de trabajos de titulación; Pregrado, Maestría y Doctorado en todas las áreas, español/inglés

Este servicio inicia con una entrevista con el cliente para conocer los parámetros de la investigación y las asesorías se darán mediante la plataforma zoom. El estudiante podrá estar en contacto directo con el docente asignado mediante WhatsApp y para ponerse de acuerdo para iniciar la reunión por Zoom en el horario que necesite la asesoría, donde se despejarán dudas de su trabajo de investigación; se le dará la guía y a la vez se le facilitará libros que le ayuden a realizar un trabajo de calidad.

Elaboración de artículos científicos, español/inglés

En este servicio se le ayuda con la guía de docentes capacitados para escoger el tema adecuado de su artículo, los parámetros a seguir, los aspectos que pueda considerar en su artículo, se verifica que se aplique las citas correctas y al finalizar se realiza una revisión con la finalidad que no presente plagio y que exista la posibilidad de publicarlo.

El cliente puede solicitar el servicio en el horario que mejor le parezca y a la vez tiene la posibilidad si no quiere tener la reunión por zoom, solventar cualquier inquietud por WhatsApp.

Y si ya tiene un avance de su artículo también puede solicitar pautas para continuar con el mismo en el horario a su elección mediante zoom. Este servicio puede ser en inglés o español.

También tiene la opción de que se publiquen sus investigaciones en revistas indexadas de alto impacto y base de datos SCOPUS Q2, donde “Clase Líder” se encarga de la revisión y que su publicación sea un éxito.

En el área de inglés dispone de los siguientes servicios:

Clases de inglés

Este servicio consiste en que primero se evaluará al estudiante para saber en qué nivel de inglés se encuentra con la finalidad de conocer sus falencias y planificar las clases de acuerdo a las necesidades del alumno, el cual tendrá la posibilidad de escoger su horario. Además, tendrá a su disposición el acceso al campus virtual donde encontrará el material que se esté utilizando para las clases 24/7, también los docentes para que aprender sea más divertido antes de finalizar se le enviará un link donde accederá a juegos que le ayuden a su aprendizaje. Y estas clases se complementarán con conversatorios de jóvenes de todo el mundo.

Preparación para exámenes internacionales estandarizados niveles de A1 a C2

El estudiante podrá prepararse con docentes certificados bajo los estándares del MCER, en horarios a su elección.

Traducciones e interpretaciones

“Clase Líder” le ayuda con cualquier traducción o interpretación en el menor tiempo posible.

En el área del preuniversitario:

Para estudiantes que desean prepararse 100% en línea para el Examen EAES de acceso a la Educación Superior, examen ser bachiller (Lider, 2020).

- Clases en línea Zoom en vivo.
- Docentes certificados en Educación Virtual.
- Plataformas modernas 24/7.
- Simuladores de prácticas para el EAES.
- Asesoramiento durante todo el proceso de postulación.

Los horarios son de acuerdo a las necesidades del estudiante

Opción 1: De lunes a jueves de 16h00 a 18h00

Opción 2: sábados y domingos de 14h00 a 18h00

Clase Líder también ofrece cursos para todas las pruebas de ingreso a las diferentes Escuelas Militares.

- **Preparación Académica:** Matemática básica, inglés, Realidad nacional, Computación básica, Comunicación oral y escrita.
- **Preparación Psicológica:** Pruebas de personalidad y psicométricas (Clase Líder, 2020).

Los docentes cuentan con amplia experiencia tanto en el campo militar como académico.

- **Precio**

Para establecer los precios de los distintos servicios se ha tomado en cuenta a los de la competencia, aunque no existe una reducción muy alta, se ha establecido precios que son por lo menos más bajos, pero manteniendo la calidad de los servicios, con esta estrategia se pretende captar a más clientes del mercado ya que es uno de los aspectos que más le atrae y de esta manera la empresa pueda ser conocida en la ciudad de Riobamba.

Una vez realizado el análisis de los factores que implican para establecer el precio como los costos de los servicios, rentabilidad esperada y precios de la competencia. A continuación, se detallan los precios de los servicios educativos:

Tabla 12-3: Precio-Investigación

Investigación		
Asesoramiento en elaboración de trabajos de titulación; Pregrado, Maestría y Doctorado en todas las áreas, español/inglés	Elaboración de artículos científicos, español/inglés.	Publicación de resultados de investigación en revistas indexadas de alto impacto y base de datos SCOPUS Q2.
\$800	Plan 2: \$750 Plan 4: \$1150	Latindex: \$400 Scopus: \$800

Fuente: Clase Líder, 2020

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

Tabla 13-3: Precio- inglés

Inglés	
Clases de inglés personalizadas en los horarios a elección.	\$80 mensual
Preparación para exámenes internacionales estandarizados niveles de A1 a C2.	\$200
Traducciones e interpretaciones	\$40

Fuente: Clase Líder, 2020

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

Tabla 14-3: Precio- preuniversitario

Preuniversitario	
Preparación 100% en línea para el Examen EAES de acceso a la Educación Superior, examen ser bachiller	\$70 mensuales.

Fuente: Clase Líder, 2020

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

Tabla 15-3: Precio- militar

Militar	
Preparación Académica: Matemática básica, inglés, Realidad nacional, Computación básica, Comunicación oral y escrita.	\$210 MENS.
Preparación Física: Natación, Abdominales, Flexiones de codo, entre otras	
Preparación Psicológica: Pruebas de personalidad y psicométricas	

Fuente: Clase Líder, 2020

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

✓ **Promoción**

Para atraer a más usuarios se han desarrollado estrategias de promoción, en donde se establece planes de pagos y descuentos que ayuden a diferenciarse de la competencia y beneficie al cliente. Y cabe destacar que al momento de solicitar información de algún servicio podrá ser por WhatsApp, correo electrónico y mediante una llamada por zoom.

Asesoramiento en elaboración de trabajos de titulación; Pregrado, Maestría y Doctorado en todas las áreas, español/inglés y elaboración de artículos científicos, español/inglés

La cancelación se ha estipulado de la siguiente manera: la mitad del total del servicio se realizará al momento de solicitar el servicio y la otra al finalizarlo. Pero si el cliente desea pagar antes de finalizar el asesoramiento del trabajo de titulación o en la elaboración del artículo tendrá un descuento del 6% sobre el valor restante del servicio.

Y si el cliente desea pagar el total al iniciar estos servicios tendrá un descuento del 10% sobre el valor total del servicio.

Para la publicación y elaboración de artículos científicos existen 4 planes que se detallan a continuación:

Plan 1: Publicación de manuscrito científico

- Se recibe el avance del manuscrito hasta la preparación del mismo
- Publicación en revista científica indexada (Latindex)
- Propiedad intelectual de 4 autores
- Tiempo estimado de 30-60 días.
- Idioma: español- inglés
- Precio: \$400

Plan 2: elaboración del manuscrito científico

- Se realiza el proceso del manuscrito hasta la publicación del mismo.
- Publicación en revista científica indexada (Latindex)
- Propiedad intelectual de 4 autores
- Tiempo estimado de 45-60 días.
- Idioma: español- inglés
- Precio: \$750

Plan 3: Publicación del manuscrito científico (Scopus)

- Se recibe el avance del manuscrito hasta la publicación del mismo

- Publicación en revista científica en base de datos bibliográfica SCOPUS.
- Categoría de impacto cuartil: Q1- Q2
- Propiedad intelectual de 4 autores.
- Tiempo estimado de 45-75 días.
- Idioma: español- inglés
- Precio: \$800

Al enviar el manuscrito en dos días se lo revisan.

Plan 4: Elaboración del manuscrito científico

- Publicación en revista científica en base de datos bibliográfica SCOPUS.
- Categoría de impacto cuartil: Q1- Q2
- Propiedad intelectual de 4 autores.
- Tiempo estimado de 45-75 días.
- Idioma: español- inglés
- Precio: \$1150

Clases de inglés

Para las clases de inglés se ha planteado dos planes:

- **Plan Backing**

Este plan consiste en que el estudiante recibe sus clases de inglés personalizadas en los horarios a su elección, con acceso al campus virtual 24/7 durante 1 mes y además puede acceder al servicio de tareas dirigidas 2 días a la semana.

El precio por este plan es de \$65, el cual se podrá pagar semanalmente \$16,25.

- **Plan Friends**

Este plan consiste en que el estudiante recibe sus clases de inglés personalizadas en los horarios a su elección con acceso al campus virtual 24/7 durante 1 mes, podrá acceder a la biblioteca, club de conversatorios con personas del todo el mundo en donde se realizarán dinámicas con la

finalidad de mejorar la fluidez en el inglés además puede acceder al servicio de tareas dirigidas 4 días a la semana, incluido sábados.

El precio por este plan es de \$80, el cual se podrá pagar semanalmente \$20. A estos planes se le agrega que si el estudiante paga antes que termine el mes tendrá un descuento del 4% sobre el valor que aun quede pendiente. Si el estudiante presenta que tiene un promedio alto en la asignatura de inglés tiene un descuento del 6%. Y si se paga de contado el estudiante tendrá un descuento del 9%.

Todos los cursos antes de finalizar la clase se le enviará un link donde podrá acceder a un juego para que sea más divertido aprender. Además, por temporadas se ofrecerán cursos para niños de entre 5 y 6 años denominado Camp, donde habrá dinámicas, cuentos, canciones, manualidades y premios sorpresas y tendrá un valor de \$20.

Preuniversitario

En esta área Clase Líder ofrece dos opciones de pago en donde cada uno tendrá sus descuentos. También a los estudiantes se les dará un taller de relajación previo al examen y podrán realizar un test de vocación.

En la primera opción de pago la inscripción será de \$10 y las 4 cuotas serán de \$11,25 semanalmente dando un total de \$55 pero si el pago es de contado será \$40.

En la segunda opción de pago la inscripción será de \$10 y las 2 cuotas serán de \$19 dando un total de \$48.

Además, cuenta con descuentos del 25% para abanderados y escoltas de unidades Educativas y 6% para dependiente de personal militar (hijos/as).

Cursos Militares

- **Plan mensual 1:** preparación física + preparación psicológica + preparación académica
- **Plan mensual 2:** preparación física
- **Plan mensual 3:** preparación psicológica + preparación académica

Además, cuenta con descuentos del 25% para abanderados y escoltas de unidades Educativas y 6% para dependiente de personal militar (hijos/as).

Charlas promocionales

Para promocionar a la empresa se realizará charlas promocionales mediante lives en redes sociales donde se dará a conocer las deficiencias generales de los estudiantes, los obstáculos que no permiten que se desarrollen de mejor manera en el ámbito educativo, la importancia de prepararse para conseguir mejores oportunidades, tips para los estudiantes, entre otros temas que puedan ser de interés. Así también se presentará los beneficios de acceder a los servicios que brinda “Clase Líder” y podrán conocer a los docentes.

Se realizarán dinámicas donde podrán ganar premios entre ellos estarán descuentos, cupones de comida y hasta cursos gratis.

Convenios con instituciones

Además, se buscará realizar convenios con instituciones educativas para que los cursos del preuniversitario e inglés tengan un menor costo por grupos.

Alianzas

Se ha creado alianzas con otras instituciones, docentes que tienen experiencia, reputación y son reconocidos para dar cursos en el área de inglés con la finalidad de que los clientes se sientan seguros al solicitar los servicios.

- **Distribución**

Canales de distribución

Clase Líder al ser una empresa que ofrece servicios de manera online está utilizando plataformas digitales como es un campus virtual, en donde los usuarios podrán ingresar 24/7 y encontrar el material del servicio solicitado. Y las clases se realizan mediante la plataforma zoom.

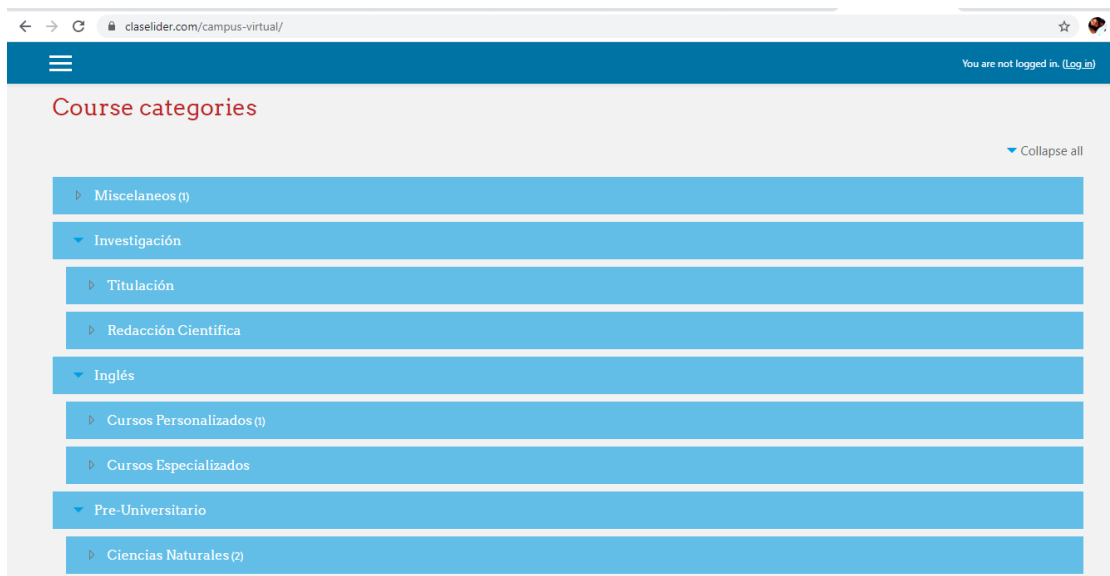


Figura 2-3: Campus virtual

Fuente: Clase Líder, 2020

- **Comunicación**

Como se mencionó anteriormente no manejan adecuadamente la difusión de los servicios educativos en redes sociales, además que en la pregunta 6 de la encuesta las personas contestan que buscan estos servicios mediante redes sociales por lo cual se utilizará algunas funciones que ofrecen las mismas para dar a conocer a la empresa y potencias las ventas.

Cabe mencionar que las herramientas que está utilizando actualmente la empresa “Clase Líder” como canal de comunicación directo con sus clientes y posibles usuarios son las siguientes:



Figura 3-3: Página Web

Fuente: Clase Líder, 2020

En la página web se encuentra especificado la información de cada uno de los servicios que ofrecen, quienes son, enlace para el campus virtual y los contactos de un asesor si desea solicitar el servicio o más información.

En las redes sociales como Facebook e Instagram se publican los diferentes servicios que ofertan, las promociones, también se publican videos de los cursos que se han estado impartiendo para que los usuarios se sientan tranquilos que es una empresa seria y confiable.

Estrategias

Actualmente las redes sociales son medios muy útiles para promocionar diferentes negocios y llegar a cualquier parte del mundo, en este caso primordialmente se busca atraer a más usuarios de la ciudad de Riobamba, además que la empresa ofrece servicios de forma online son herramientas fundamentales en el negocio por lo que para mejorar la comunicación con sus clientes se utilizarán algunas estrategias que se presentan a continuación:

- En Google se utilizará Google AdWords que “es el programa de publicidad que permite crear anuncios que se muestran a los usuarios que buscan información relacionada con unas palabras clave (keywords) concretas” (Antevenio, 2015).

De esta manera, los posibles clientes podrán encontrar fácilmente a Clase Líder al momento de colocar palabras relacionadas a trabajos de investigación, inglés, cursos militares, proyectados de grado, tesis, preuniversitario y más palabras que relacionen a los servicios que ofrece.

Por lo cual, para iniciar se utilizará el de \$5 diarios y este ofrece que aproximadamente se obtendrá 1590-2660 clics en el anuncio cada mes.

En Facebook se utilizará Facebook Ads que “se basa en el sistema de pago por click o en el pago por cada mil impresiones que reciba tu anuncio. Se marca una impresión cada vez que se muestra el anuncio en Facebook” (Andrea, 2020).

Existen 14 tipos de campañas publicitarias, pero para la empresa se utilizará:

- Atraer personas al sitio web
- Promocionar publicaciones
- Mejorar el reconocimiento de marca

Por este servicio, se está pagando \$45 mensuales con la finalidad de que estas publicaciones lleguen a más personas para que el negocio crezca.

- En Instagram también se utilizará el servicio de Facebook para promocionarla, el cual ofrece que los resultados diarios estimados serán: Personas alcanzada 842- 2.4 mil y la interacción de la publicación será de 103- 299, ya que algunos usuarios utilizan más esta aplicación. Por este servicio se cancelará \$40 mensuales.
- Para mejorar las imágenes de publicidad que se estén posteando en las diferentes redes sociales se utilizará la aplicación Canvas, la cual ofrece herramientas de diseños y plantillas prediseñadas.

Objetivo operativo: Mejorar la calidad del servicio que ofrece “Clase Líder” y la productividad de los empleados con la ayuda de un plan operativo.

Estrategias

- Definir la localización y la distribución del establecimiento con sus características para ofrecer los servicios presencialmente.
- Desarrollar un flujograma para que los empleados tengan presente cual es el proceso a realizar al momento que un cliente requiera el servicio.

3.3.5 Plan Operativo

De acuerdo a la encuesta que se aplicó, en la pregunta 5 en donde se manifestó de qué manera le gustaría recibir los servicios educativos, se pudo constatar que también desean una atención de manera presencial por lo cual se establecerá la posibilidad arrendar un local.

3.3.5.1 Localización

La localización del local lo estableció el propietario ya que previamente se estaba considerando la idea de ofertar lo servicios de manera presencial.

3.3.5.2 Macro localización

La empresa “Clase Líder” se encontrará ubicada en el centro de Ecuador, en la provincia de Chimborazo, cantón Riobamba con una extensión jurisdiccional de 6500,66 Km. Sus límites son al Norte: Provincia de Tungurahua; Sur: Provincia de Cañar; Este: Provincia de Morona Santiago y Cañar y al Oeste: Provincia de Bolívar y Guayas.

El rango altitudinal de la Provincia de Chimborazo. desde los 135 m.s.n.m. a 6310 m.s.n.m. (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Chimborazo, 2015)

País: Ecuador

Provincia: Chimborazo

Cantón: Riobamba

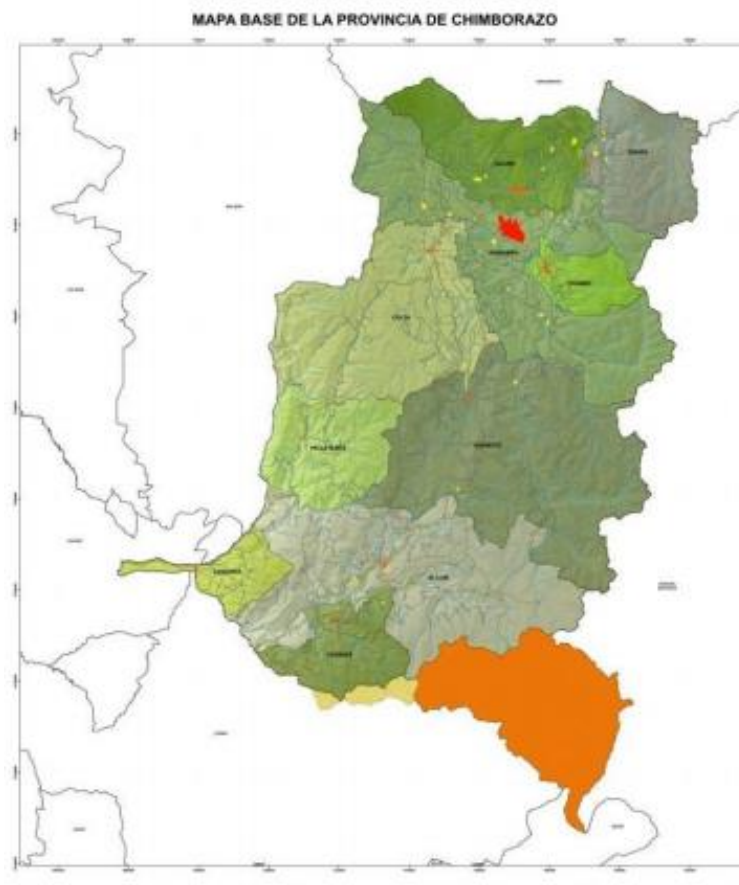


Figura 4-3: Macro Localización Provincia de Chimborazo

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Chimborazo, 2015

3.3.5.3 Micro localización

El establecimiento que se ha elegido para realizar esta actividad económica se ubica en las calles 5 de Junio y Ayacucho debido a que es un lugar concurrido y cumple con las condiciones que se estaba buscando como es el arriendo a un buen precio con respecto a los demás lugares que se ha visitado, el lugar es amplio y se espera lograr atraer la mayor cantidad de clientes.



Figura 5-3: Micro localización

Fuente: Google Maps

3.3.5.4 Distribución del establecimiento



Figura 6-3: Distribución del establecimiento

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

3.3.5.5 Características del establecimiento

Cabe destacar de que se trata de un local alquilado, puesto que la compra del mismo sería una fuerte inversión para un negocio que aún no es muy conocido en el mercado. Pero no hay que quitar la posibilidad que más adelante la empresa alcance mayor estabilidad y reconocimiento, lo que se podría plantear la adquisición de un local.

A continuación, se va a detallar las características que tendrá el establecimiento de servicios educativos Clase Líder:

El local será de 10x15 metros el cual será distribuido por 6 estancias.




- El primero será destinado para la oficina del coordinador general.
- 1 sala de reuniones para discutir temas relacionados a la empresa, entre coordinador general y docentes.
- 2 aulas para impartir las clases que solo dispondrá para el acceso de 8 estudiantes por clase debido a la situación de pandemia, se requiere que se respete el distanciamiento social y no aglomeraciones.

- 1 baño
- Área designada a recepción, ubicada a la entrada del establecimiento.

Se instalará un sistema de ventilación centralizado. Cada área del establecimiento cuenta con un sistema de luminosidad. Contará con la señalización respectiva en caso de que se tenga que salir inesperadamente. Afiches recordando las normas de bioseguridad.

3.3.5.6 Flujograma de los servicios educativos

Tabla 16-3: Simbología

Símbolo	Significado
	Inicio/Fin
	Operación/ Actividad
	Documento

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020



Figura 7-3: Flujograma del servicio educativo

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

La empresa “Clase Líder” para una correcta atención y satisfacción al usuario debe realizar los siguientes procesos:

Solicitud de información: El usuario al ingresar a las diferentes plataformas digitales solicita al asesor la información requerida o si va al establecimiento se dirigirá a la recepción donde la secretaria otorgará la información pertinente.

Asignación de un coordinador del programa o servicio: El asesor le asigna un coordinador del programa o servicio que ha solicitado.

Presentación de las actividades que se realizará: El coordinador del programa o servicio que ha solicitado le indicará cuales son las actividades que se realizará.

Planificación del horario: se establecerá el horario que mejor le convenga al cliente.

Llenado de ficha de matrícula del estudiante: el cliente deberá llenar la información requerida.

Pago por el servicio: El cliente realizará el pago por el servicio solicitado.

Desarrollo de actividades: serán de acuerdo al servicio solicitado.

Finalización del programa o servicio

3.3.6 Aspecto Legal

3.3.6.1 Permisos municipales

Los permisos municipales necesarios para el funcionamiento del establecimiento son tomados de la página web del Ilustre Municipio de Riobamba, registrados en la Dirección Financiera en el área de Servicio de Rentas Municipales, de los cuales se detallan a continuación:

3.3.6.2 Inscripción en el registro de actividades económicas para personas naturales

- Copia del RUC. o Copia de la cédula y certificado de votación.
- Nombre completo del dueño de casa donde funciona la actividad económica, este requisito es usado para identificar el predio donde funciona la actividad económica.

3.3.6.3 Pago de patente municipal personas naturales

- Copia de la declaración de Impuesto a la Renta para quienes estén obligados a declarar.
- Copia de la declaración de impuesto al IVA de hasta 3 meses anteriores para quienes sus ingresos no superan la fracción básica del pago de impuesto.
- Copia del RUC para quienes se acogen al RISE.

3.3.6.4 Obligaciones tributarias posteriores al registro de la actividad

- Realizar mensualmente la declaración del IVA.
- Realizar la declaración del Impuesto a la Renta si sus ingresos superan la fracción básica.
- Declarar y pagar cada año el impuesto a la patente municipal con la presentación de la Declaración de IVA de hasta 3 meses anteriores, o la declaración del Impuesto a la Renta en caso de estar obligado (Dueñas, 2015, p. 157-158).

Objetivo operativo: Elaborar la estructura documental de la gestión de la empresa “Clase Líder” mediante un plan administrativo.

Estrategias

- Mejorar el organigrama de la empresa “Clase Líder”
- Describir cada una de las funciones de los miembros de la empresa para distribuir de mejor manera las actividades y que no exista sobre carga de trabajo.
- Evaluar a los miembros de la organización para conocer los aspectos que se deben mejorar.
- Motivar constantemente en reuniones a los miembros de Clase Líder que deben considerar al usuario como el activo más valioso de la empresa, el cual tiene la expectativa de obtener un servicio de calidad por la inversión realizada.

3.3.7 Plan Administrativo

En la entrevista inicial previa a la realización de esta investigación, el coordinador General manifestó que no existe un documento donde se describa por escrito las funciones que desempeñan los trabajadores, a pesar de que en la entrevista posterior mencionó que cada uno conoce sus funciones.

3.3.7.1 Organigrama de la Empresa “Clase Líder”

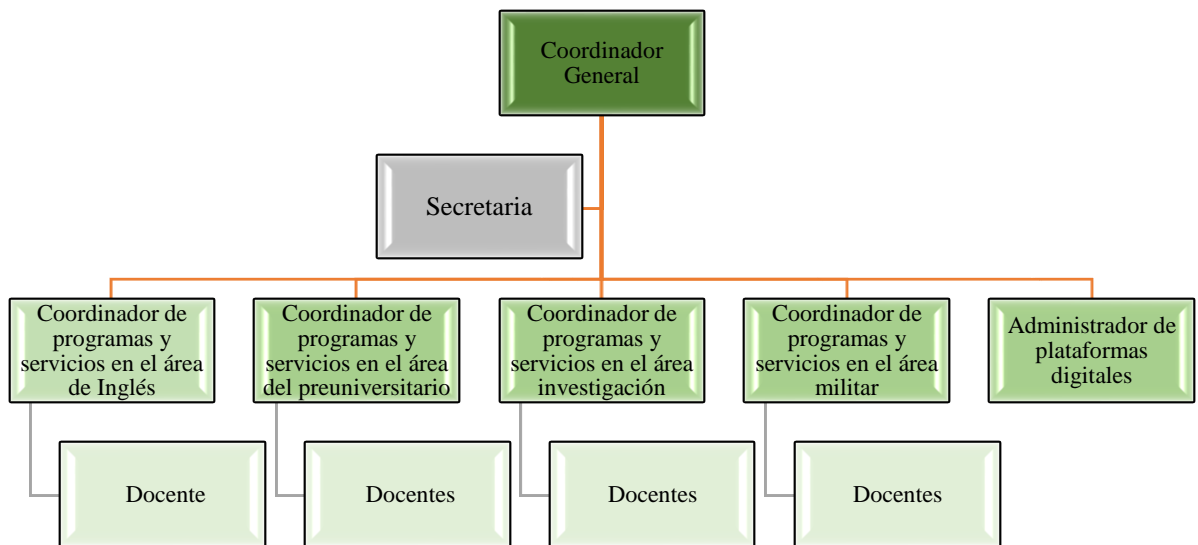


Figura 2-3: Organigrama de Clase Líder

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

3.3.7.2 Descripción de los puestos de trabajo

En esta parte se describirá las funciones y tareas que debe desarrollar cada trabajador dependiendo del puesto que desempeñe.

Coordinador general

Este cargo es desempeñado por el fundador de la empresa, el cual desarrollara las siguientes funciones:

- **Administración y gestión del negocio:** Tiene la responsabilidad llevar la contabilidad del negocio, dirigir y evaluar las gestiones de los docentes de la empresa. Además, se encarga de planificar, coordinar y controlar todas las actividades que se realizan en la empresa. También tiene la tarea de verificar que se esté actualizando la página web, así como las redes sociales de “Clase Líder”, ya que son herramientas que ayuden a captar a más clientes.

- **Acción comercial:** El coordinador tiene la función de decidir las estrategias comerciales que deban llevarse a cabo en la empresa, también de las reuniones que tenga fuera de la empresa con la finalidad de dar a conocer al negocio y promocionar los distintos servicios que ofrece.
- **Gestión del personal:** El coordinador general es quien se encarga de seleccionar a los docentes y demás personal que se necesite en “Clase Líder”.

Secretaria

- La secretaria tiene la función de llevar la base de datos los estudiantes inscritos
- Otorgar la información a los clientes sobre los servicios que se ofrece.
- Reportar al coordinador general los estudiantes inscritos para asignar a los docentes.
- Registrar las horas que se deben pagar a los docentes y, además, verifica que se estén realizando los pagos correspondientes de los servicios educativos.
- Medir la temperatura al momento de ingreso de las personas y verificar que cumplan con las normas de bioseguridad, es decir que las personas utilicen mascarilla y que se desinfecten sus manos.

Docentes

En el caso de los cursos de inglés imparten 2 docentes, en las asesorías de trabajos investigativos se encargan 2 docentes, para el preuniversitario las imparten 2 docentes y para las clases para ingreso de escuelas militares se encargan 2 docentes.

- Los docentes tienen la tarea de impartir las clases que le corresponden en los horarios establecidos.
- Coordinar los horarios elegidos por los clientes.
- Planificar los contenidos que se van a impartir en las clases asignadas.
- Entregar informes de las actividades que realice con los estudiantes.

Coordinador de programas y servicios

- Supervisar y controlar que se estén realizando las actividades planificadas de acuerdo al área asignada.

- Informan al Coordinador General sobre el cumplimiento de las actividades relacionadas con el área académica asignada de Clase Líder.
- Realizar un seguimiento de los requerimientos de los clientes.
- Promover el desarrollo de propuestas académicas nuevas.

Administrador de las plataformas digitales

- Tiene la función de publicar la información en las diferentes herramientas como Facebook, Instagram y la página web oficial.
- Crear los anuncios de los servicios que ofertan “Clase Líder”.
- Desarrollar estrategias de contenidos para las plataformas anteriormente mencionadas y medir los resultados con la finalidad de mantener un control de los aspectos que puedan afectar a la imagen de la empresa.

3.3.7.3 Evaluación de desempeño

A los miembros de la empresa “Clase Líder” se aplicará una evaluación de desempeño con la finalidad de realizar un seguimiento del desenvolvimiento de los mismos y tomar medidas correctivas en caso de ser necesario.

La evaluación se la puede aplicar en cualquier momento que lo considere el Coordinar General, pero se recomienda que se aplique como mínimo 2 veces al año.

Tabla 17-3: Modelo para evaluación de desempeño

Identificación del evaluado						
Nombre y Apellido						
C.I						
Cargo				Área		
Criterios de evaluación	1	2	3	4	5	
Calidad de trabajo						
Creatividad						
Trabajo en equipo						
Cumplimiento de las actividades asignadas						
Comunicación						
Participación activa en mejoras metodológicas						
Capacidad de asimilar las sugerencias de los clientes						
Evaluador						
Periodo de evaluación						

Fuente: Guía práctica para la elaboración de un plan de negocios (Bóveda, J.; Oviedo, A.; Yakusik, A., 2015)

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

3.3.7.4 Cronograma de reuniones con el personal

Para siempre mantener un dialogo con sus trabajadores, se realizarán reuniones en donde se tratarán temas sobre mejoras para el desenvolvimiento de “Clase líder”, charlas de motivación, así también despejar cualquier inquietud de los miembros y se darán a conocer al mejor trabajador del mes. Estas reuniones se realizarán mediante zoom o en el establecimiento.

Tabla 18-3: Cronograma de reuniones con el personal

Semana	Hora	Tema
Primera semana	19:00-20:00	Charla motivacional
Segunda semana	19:00-20:00	Estrategias o inquietudes a tratar
Cuarta semana	19:00-20:00	Reconocimiento al mejor trabajador del mes e incentivo.

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

Objetivo operativo: Aumentar la rentabilidad de la empresa “Clase Líder” mediante el desarrollo de un plan financiero.

Estrategias

- Determinar la inversión fija, diferida y capital de trabajo con la implementación de un establecimiento.
- Proyectar ventas y egresos.
- Elaborar estados financieros con la finalidad de conocer el desempeño financiero.
- Aplicar indicadores financieros.

3.3.8 Plan financiero

3.3.8.1 Inversión Fija

Para realizar las actividades de la empresa “Clase Líder”, se cuantifico una inversión en muebles y enseres de \$2288,00 los mismos que serán utilizados para adecuar las oficinas del Coordinador General, Sala de reuniones de los trabajadores, recepción y las aulas donde se impartirán las clases.

Así mismo, se cuantifico una inversión en equipo de cómputo de \$4117,00 ya que son los medio que se utilizan para impartir las clases.

Tabla 19-3: Inversión Fija

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Muebles y enseres			\$ 2.288,00
Escritorio	1	\$ 195,00	\$ 195,00
Armario	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Silla giratoria	1	\$ 65,00	\$ 65,00
Silla de espera	2	\$ 35,00	\$ 70,00
Pupitres	16	\$ 45,00	\$ 720,00
Pizarras acrílicas	2	\$ 69,00	\$ 138,00
Mesa de reunión 210x120x78 cm metálica	1	\$ 210,00	\$ 210,00
Sillas	12	\$ 20,00	\$ 240,00
Mostrador recepción	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Mesa cafetera	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Equipo de cómputo			\$ 4.117,00
Laptop Lenovo V130 (14", Intel)	2	\$ 780,00	\$ 1.560,00
laptop ThinkPad T14 (14", Intel)	1	\$ 980,00	\$ 980,00
Impresora Epson L311	1	\$ 239,00	\$ 239,00
Proyector Epson	2	\$ 559,00	\$ 1.118,00
Tablet	1	\$ 220,00	\$ 220,00
ACTIVO INTAGIBLE			\$ 3.390,00
Moodle 3.9, dominio web cuentas correos, bases de datos, consultoría de dominios y servidores			\$ 2.640,00
ZOOM	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Microsoft 365	3	150	\$ 450,00
TOTAL			\$ 9.795,00

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

3.3.8.2 Inversión Diferida

Tabla 20-3: Inversión Diferida

Descripción	Valor total
Gastos de constitución	
Patente	\$ 500,00
Permisos (municipal, bomberos, sanitario)	\$ 500,00
Gastos de instalación	\$ 1.500,00
Permiso de publicación de artículos científicos	\$ 7.600,00
TOTAL	\$ 10.100,00

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

3.3.8.3 Capital de trabajo

Se ha considerado el cálculo del capital de trabajo para 5 meses.

Tabla 21-3: Capital de trabajo

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
MATERIALES DE OFICINA			
Perforadora	1	\$ 4,00	\$ 4,00
Grapadora	1	\$ 1,94	\$ 1,94
Saca grapas	1	\$ 2,00	\$ 2,00
Grapas (caja)	5	\$ 0,99	\$ 4,95
Clips (Cajas)	2	\$ 0,50	\$ 1,00
Resma de hojas	8	\$ 3,50	\$ 28,00
Marcadores de tiza liquida (caja)	15	\$ 0,90	\$ 13,50
caja lápices	5	\$ 3,00	\$ 15,00
Esfero (caja)	2	\$ 4,30	\$ 8,60
Borrador (caja)	3	\$ 4,34	\$ 13,02
Folder	3	\$ 2,00	\$ 6,00
Borrador pizarra	2	\$ 0,60	\$ 1,20
MATERIALES DE ASEO			\$ -
Papel higiénico	5	\$ 1,00	\$ 5,00
Jabón Líquido	5	\$ 3,55	\$ 17,75

Dispensador de jabón Líquido	1	\$	15,50	\$	15,50
Toallas de papel (paquete)	5	\$	1,59	\$	7,95
Dispensador de toallas de papel	1	\$	15,50	\$	15,50
Desinfectante	5	\$	4,50	\$	22,50
Alcohol	6	\$	2,20	\$	13,20
Gel antibacterial	4	\$	12,25	\$	49,00
Trapeador	1	\$	2,00	\$	2,00
Escoba	1	\$	1,50	\$	1,50
Basurero baño	1	\$	5,00	\$	5,00
Fundas de basura	6	\$	1,00	\$	6,00
ARRIENDO	5	\$	250,00	\$	1.250,00
SERVICIOS BÁSICOS				\$	-
Energía eléctrica	5	\$	55,00	\$	275,00
Agua potable	5	\$	20,00	\$	100,00
Internet	5	\$	40,00	\$	200,00
				\$	-
PUBLICIDAD	5	\$	717,00	\$	3.585,00
SUELDOS Y SALARIOS				\$	29.000,00
TOTAL				\$	34.670,11

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

3.3.8.4 Resumen de inversiones

Tabla 22-3: Resumen de inversiones

DETALLE	VALOR
Inversiones fijas	\$ 9.795,00
Inversiones diferidas	\$ 10.100,00
Capital de trabajo	\$ 34.670,11
TOTAL	\$ 54.565,11

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

Tabla 23-3: Porcentaje de inversión

Inversión propia	25%	\$ 13.641,28
Inversión ajena	75%	\$ 40.923,83

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

3.3.8.5 Remuneración del personal

Tabla 24-3: Remuneración mensual

N° DE PUESTOS	CARGO	SALARIO BÁSICO	APORTE IESS	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	TOTAL REMUN. MENSUAL	TOTAL REMUN. ANUAL
1	Coordinador general	\$ 400,00	\$ 44,60	\$ 33,33	33,333333	\$ 16,67	\$ 483,33	\$ 5.800,00
1	Secretaria	\$ 400,00	\$ 44,60	\$ 33,33	33,333333	\$ 16,67	\$ 483,33	\$ 5.800,00
9	Docentes	\$ 400,00	\$ 44,60	\$ 33,33	33,333333	\$ 16,67	\$ 4.350,00	\$ 52.200,00
1	Administrador de plataformas digitales	\$ 400,00	\$ 44,60	\$ 33,33	33,333333	\$ 16,67	\$ 483,33	\$ 5.800,00
TOTAL		\$ 1.600,00	\$ 178,40	\$ 133,33	\$ 133,33	\$ 66,67	\$ 5.800,00	\$ 69.600,00

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

Para las proyecciones de los sueldos y salarios se ha tomado como referencia el porcentaje de incremento de sueldo de los últimos años.

Tabla 25-3: Porcentaje de incremento de sueldos

AÑO	% incremento sueldo
2016	3,27%
2017	2,40%
2018	2,94%
2019	2,07%
2020	1,52%
Σ	12,20%
Promedio	2,44%

Fuente: El universo, 2020

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

Tabla 26-3: Proyección de las remuneraciones

N° DE PUESTOS	CARGO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Coordinador general	\$ 5.800,00	\$ 6.436,45	\$ 7.142,74	\$ 7.926,53	\$ 8.796,32
1	Secretaria	\$ 5.800,00	\$ 6.436,45	\$ 7.142,74	\$ 7.926,53	\$ 8.796,32
9	Docentes	\$ 52.200,00	\$ 57.928,04	\$ 64.284,63	\$ 71.338,74	\$ 79.166,92
1	Administrador de plataformas digitales	\$ 5.800,00	\$ 6.436,45	\$ 7.142,74	\$ 7.926,53	\$ 8.796,32
TOTAL		\$ 69.600,00	\$ 77.237,38	\$ 85.712,84	\$ 95.118,32	\$ 105.555,89

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

3.3.8.6 Presupuesto de marketing

Tabla 27-3: Presupuesto de marketing

Descripción	Cantidad	Valor mensual	Valor anual
Canvas	1	\$ 10,00	\$ 120,00
Publicidad hojas volantes	1	\$ 250,00	\$ 500,00
Publicidad Facebook	1	\$ 45,00	\$ 540,00
Publicidad Instagram	1	\$ 40,00	\$ 480,00
Publicidad Google adwords	1	\$ 152,00	\$ 1.824,00
tarjeta digital	1	\$ 220,00	\$ 2.640,00
TOTAL		\$ 717,00	\$ 6.104,00

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

3.3.8.7 Proyección de las ventas

De acuerdo a la pregunta 8 de las encuestas aplicadas a las personas de la ciudad de Riobamba se pudo calcular los posibles ingresos que tendrá por cada servicio.

Tabla 28-3: Ventas Preuniversitario

AÑO	DEMANDA	%	Nº DE ESTUDIANTES	PRECIO	INGRESOS PROYECTADOS
2021	293	16%	47	\$ 70,00	\$ 3.281,60
2022	299		48	\$ 72,80	\$ 3.482,75
2023	305		49	\$ 75,71	\$ 3.694,75
2024	311		50	\$ 78,74	\$ 3.918,13
2025	317		51	\$ 81,89	\$ 4.153,47

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

Tabla 29-3: Ventas de asesoría de trabajos de investigación

AÑO	DEMANDA	% ASESORÍA EN TRABAJOS DE TITULACIÓN	Nº DE ESTUDIANTES	PRECIO	INGRESOS PROYECTADOS
2021	293	31%	91	\$ 800,00	\$ 72.664,00
2022	299		93	\$ 832,00	\$ 77.118,08
2023	305		95	\$ 865,28	\$ 81.812,22
2024	311		96	\$ 899,89	\$ 86.758,51
2025	317		98	\$ 935,89	\$ 91.969,60

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

Tabla 39-3: Ventas de elaboración y publicación de artículos científicos

AÑO	DEMANDA	% ELABORACIÓN Y PUBLICACIÓN DE ARTÍCULOS CIENTÍFICOS	Nº DE ESTUDIANTES	PRECIO	INGRESOS PROYECTADOS
2021	293	18%	53	\$ 800,00	\$ 42.192,00
2022	299		54	\$ 832,00	\$ 44.778,24
2023	305		55	\$ 865,28	\$ 47.503,87
2024	311		56	\$ 899,89	\$ 50.375,91
2025	317		57	\$ 935,89	\$ 53.401,70

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

Tabla 30-3: Ventas de preparación ingresos escuelas militares

AÑO	DEMANDA	% PREPARACIÓN INGRESOS ESC. MILITARES	Nº DE ESTUDIANTES	PRECIO	INGRESOS PROYECTADOS
2021	293	8%	23	\$ 210,00	\$ 4.922,40
2022	299		24	\$ 218,40	\$ 5.224,13
2023	305		24	\$ 227,14	\$ 5.542,12
2024	311		25	\$ 236,22	\$ 5.877,19
2025	317		25	\$ 245,67	\$ 6.230,20

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

Tabla 31-3: Ventas de clases de inglés

AÑO	DEMANDA	% CLASES DE INGLÉS	Nº DE ESTUDIANTES	PRECIO	INGRESOS PROYECTADOS
2021	293	27%	79	\$ 80,00	\$ 6.328,80
2022	299		81	\$ 83,20	\$ 6.716,74
2023	305		82	\$ 86,53	\$ 7.125,58
2024	311		84	\$ 89,99	\$ 7.556,39
2025	317		86	\$ 93,59	\$ 8.010,26

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

3.3.8.8 Depreciación y amortización de los activos

Se utilizará el método de línea recta para calcular la depreciación. En los gastos de constitución se empleará una amortización del 20% para cada año.

Tabla 32-3: Vida útil de activos

ACTIVO	VIDA ÚTIL	% DEPRECIACIÓN
Muebles y enseres	10	10%
Equipo de cómputo	3	33,33%

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

3.3.8.9 Cálculo de la depreciación de activos

Tabla 33-3: Cálculo de la depreciación de activos

Activo	Fórmula	Procedimiento	Resultado (anual)
Muebles y enseres	Dep= (Valor real-Valor residual) / Vida útil	Dep= (2288-228,80) /10	\$205,92
Equipo de cómputo		Dep= (4117-1372,20)/3	\$914,93

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

Tabla 34-3: Depreciación y amortización de activos

DEPRECIACIÓN					
ACTIVO	AÑOS				
	2021	2022	2023	2024	2025
Muebles y enseres	\$205,92	\$205,92	\$205,92	\$205,92	\$205,92
Equipo de cómputo	\$914,93	\$914,93	\$914,93		\$914,93
TOTAL	\$1120,85	\$1120,85	\$1120,85	\$205,92	\$1120,85
AMORTIZACIÓN					
Gastos de constitución	\$2020	\$2020	\$2020	\$2020	\$2020
TOTAL	\$2020	\$2020	\$2020	\$2020	\$2020

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

3.3.8.10 Resumen de egresos

Tabla 35-3: Resumen de egresos

DETALLE	2021	2022	2023	2024	2025
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldo personal administrativo	\$ 17.400,00	\$ 19.309,35	\$ 21.428,21	\$ 23.779,58	\$ 26.388,97
Servicios básicos	\$ 1.380,00	\$ 1.380,00	\$ 1.380,00	\$ 1.380,00	\$ 1.380,00
Depreciación	\$ 1.120,85	\$ 1.120,85	\$ 1.120,85	\$ 205,92	\$ 1.120,85
Amortización de diferidos	\$ 2.020,00	\$ 2.020,00	\$ 2.020,00	\$ 2.020,00	\$ 2.020,00
útiles de oficina	\$ 56,98	\$ 56,98	\$ 56,98	\$ 56,98	\$ 56,98
Arriendo	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Materiales de aseo	\$ 204,26	\$ 204,26	\$ 204,26	\$ 204,26	\$ 204,26
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 25.182,09	\$ 27.091,44	\$ 29.210,30	\$ 30.646,74	\$ 34.171,07
GASTOS DE VENTAS					

Salario personal docente	\$ 52.200,00	\$ 57.928,04	\$ 64.284,63	\$ 71.338,74	\$ 79.166,92
Plataforma digital	\$ 3.390,00	\$ 3.390,00	\$ 3.390,00	\$ 3.390,00	\$ 3.390,00
Materiales de clase	\$ 141,44	\$ 141,44	\$ 141,44	\$ 141,44	\$ 141,44
Publicidad	\$ 8.604,00	\$ 8.604,00	\$ 8.604,00	\$ 8.604,00	\$ 8.604,00
Subtotal Gastos de ventas	\$ 64.335,44	\$ 70.063,48	\$ 76.420,07	\$ 83.474,18	\$ 91.302,36
Gastos financieros	\$ 5.858,79	\$ 4.889,78	\$ 3.761,66	\$ 2.448,30	\$ 919,30
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	\$ 95.376,33	\$ 102.044,70	\$ 109.392,03	\$ 116.569,22	\$ 126.392,73

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

3.3.8.11 Amortización del financiamiento

Tabla 36-3: Datos de amortización

Institución Financiera	BanEcuador
Tasa de interés	15,30%
Plazo	5 años
Moneda	Dólares

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

Tabla 37-3: Amortización del financiamiento

AMORTIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO				
PERIODOS	AMORTIZACIÓN	INTERÉS	CAPITAL PAGADO	SALDO
				\$ 40.923,83
1	\$ 980,03	\$ 521,77	\$ 458,25	\$ 40.465,58
2	\$ 980,03	\$ 515,93	\$ 464,10	\$ 40.001,48
3	\$ 980,03	\$ 510,01	\$ 470,01	\$ 39.531,47
4	\$ 980,03	\$ 504,02	\$ 476,01	\$ 39.055,46
5	\$ 980,03	\$ 497,95	\$ 482,08	\$ 38.573,38
6	\$ 980,03	\$ 491,81	\$ 488,22	\$ 38.085,16
7	\$ 980,03	\$ 485,58	\$ 494,45	\$ 37.590,71
8	\$ 980,03	\$ 479,28	\$ 500,75	\$ 37.089,96
9	\$ 980,03	\$ 472,89	\$ 507,14	\$ 36.582,83
10	\$ 980,03	\$ 466,43	\$ 513,60	\$ 36.069,22
11	\$ 980,03	\$ 459,88	\$ 520,15	\$ 35.549,07
12	\$ 980,03	\$ 453,25	\$ 526,78	\$ 35.022,29
13	\$ 980,03	\$ 446,53	\$ 533,50	\$ 34.488,79
14	\$ 980,03	\$ 439,73	\$ 540,30	\$ 33.948,49
15	\$ 980,03	\$ 432,84	\$ 547,19	\$ 33.401,30
16	\$ 980,03	\$ 425,86	\$ 554,17	\$ 32.847,14
17	\$ 980,03	\$ 418,80	\$ 561,23	\$ 32.285,91
18	\$ 980,03	\$ 411,64	\$ 568,39	\$ 31.717,52
19	\$ 980,03	\$ 404,39	\$ 575,63	\$ 31.141,88
20	\$ 980,03	\$ 397,05	\$ 582,97	\$ 30.558,91
21	\$ 980,03	\$ 389,62	\$ 590,41	\$ 29.968,51
22	\$ 980,03	\$ 382,09	\$ 597,93	\$ 29.370,57
23	\$ 980,03	\$ 374,47	\$ 605,56	\$ 28.765,01
24	\$ 980,03	\$ 366,75	\$ 613,28	\$ 28.151,74
25	\$ 980,03	\$ 358,93	\$ 621,10	\$ 27.530,64
26	\$ 980,03	\$ 351,01	\$ 629,02	\$ 26.901,62
27	\$ 980,03	\$ 342,99	\$ 637,04	\$ 26.264,59

28	\$	980,03	\$	334,87	\$	645,16	\$	25.619,43
29	\$	980,03	\$	326,64	\$	653,38	\$	24.966,05
30	\$	980,03	\$	318,31	\$	661,71	\$	24.304,33
31	\$	980,03	\$	309,88	\$	670,15	\$	23.634,18
32	\$	980,03	\$	301,33	\$	678,70	\$	22.955,49
33	\$	980,03	\$	292,68	\$	687,35	\$	22.268,14
34	\$	980,03	\$	283,92	\$	696,11	\$	21.572,03
35	\$	980,03	\$	275,04	\$	704,99	\$	20.867,04
36	\$	980,03	\$	266,05	\$	713,98	\$	20.153,06
37	\$	980,03	\$	256,95	\$	723,08	\$	19.429,98
38	\$	980,03	\$	247,73	\$	732,30	\$	18.697,68
39	\$	980,03	\$	238,39	\$	741,63	\$	17.956,05
40	\$	980,03	\$	228,94	\$	751,09	\$	17.204,96
41	\$	980,03	\$	219,36	\$	760,67	\$	16.444,29
42	\$	980,03	\$	209,66	\$	770,37	\$	15.673,93
43	\$	980,03	\$	199,84	\$	780,19	\$	14.893,74
44	\$	980,03	\$	189,89	\$	790,13	\$	14.103,60
45	\$	980,03	\$	179,82	\$	800,21	\$	13.303,40
46	\$	980,03	\$	169,62	\$	810,41	\$	12.492,98
47	\$	980,03	\$	159,28	\$	820,74	\$	11.672,24
48	\$	980,03	\$	148,82	\$	831,21	\$	10.841,03
49	\$	980,03	\$	138,22	\$	841,81	\$	9.999,23
50	\$	980,03	\$	127,49	\$	852,54	\$	9.146,69
51	\$	980,03	\$	116,62	\$	863,41	\$	8.283,28
52	\$	980,03	\$	105,61	\$	874,42	\$	7.408,86
53	\$	980,03	\$	94,46	\$	885,57	\$	6.523,30
54	\$	980,03	\$	83,17	\$	896,86	\$	5.626,44
55	\$	980,03	\$	71,74	\$	908,29	\$	4.718,15
56	\$	980,03	\$	60,16	\$	919,87	\$	3.798,28
57	\$	980,03	\$	48,43	\$	931,60	\$	2.866,68
58	\$	980,03	\$	36,55	\$	943,48	\$	1.923,20
59	\$	980,03	\$	24,52	\$	955,51	\$	967,69
60	\$	980,03	\$	12,34	\$	967,69	\$	0,00

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

3.3.8.12 Estado de situación inicial

Tabla 38-3: Estado de situación inicial

EMPRESA "CLASE LÍDER"			
		ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL	
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2021			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVOS A LARGO PLAZO	
Bancos	\$ 34.670,11	Préstamo por pagar	\$ 40.923,83
ACTIVOS FIJOS		PATRIMONIO	
Muebles y enseres	\$ 2.288,00	Capital social	\$ 13.641,28
Equipo de Cómputo	\$ 4.117,00		
ACTIVOS INTANGIBLES			
Moodle 3.9, dominio web cuentas correos , bases de datos , consultoria de dominios y servidores (ACTIVOS INTANGIBLES)	\$ 2.640,00		
ZOOM	\$ 300,00		
Microsoft 365	\$ 450,00		
ACTIVO DIFERIDO			
Gastos de constitución	\$ 10.100,00		
TOTAL ACTIVO	\$ 54.565,11	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 54.565,11

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

3.3.8.13 Estado de resultados proyectados

Tabla 49-3: Estado de resultados proyectado

EMPRESA "CLASE LÍDER"					
	ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO				
	PERIODO				
Ingresos	2021	2022	2023	2024	2025
Ingresos por servicios (preuniversitario)	\$ 3.281,60	\$ 3.482,75	\$ 3.694,75	\$ 3.918,13	\$ 4.153,47
Ingresos por servicios (asesoría de trabajos de titulación)	\$ 72.664,00	\$ 77.118,08	\$ 81.812,22	\$ 86.758,51	\$ 91.969,60
Ingresos por servicios (elaboración y publicación de artículos científicos)	\$ 42.192,00	\$ 44.778,24	\$ 47.503,87	\$ 50.375,91	\$ 53.401,70
Ingresos por servicios (preparación de ingreso escuelas militares)	\$ 4.922,40	\$ 5.224,13	\$ 5.542,12	\$ 5.877,19	\$ 6.230,20
Ingresos por servicios (cursos de inglés)	\$ 6.328,80	\$ 6.716,74	\$ 7.125,58	\$ 7.556,39	\$ 8.010,26
Total Ingresos	\$ 129.388,80	\$ 137.319,94	\$ 145.678,54	\$ 154.486,12	\$ 163.765,22
Gastos operacionales					
Gastos administrativos	\$ 25.182,09	\$ 27.091,44	\$ 29.210,30	\$ 30.646,74	\$ 34.171,07

Gastos de ventas	\$	\$	\$	\$	\$
	64.335,44	70.063,48	76.420,07	83.474,18	91.302,36
Gastos Financieros	\$	\$ 4.889,78	\$	\$	\$
	5.858,79		3.761,66	2.448,30	919,30
Total Gastos operacionales	\$	\$	\$	\$	\$
	95.376,33	102.044,70	109.392,03	116.569,22	126.392,73
Utilidad Operacional	\$	\$	\$	\$	\$
	34.012,47	35.275,24	36.286,51	37.916,90	37.372,49
15% Participación Trabajadores	\$	\$ 5.291,29	\$	\$	\$
	5.101,87		5.442,98	5.687,53	5.605,87
Utilidad antes de impuestos	\$	\$	\$	\$	\$
	28.910,60	29.983,95	30.843,54	32.229,36	31.766,62
Impuesto a la renta	\$	\$ 7.495,99	\$	\$	\$
	7.227,65		7.710,88	8.057,34	7.941,66
Utilidad o pérdida neta	\$ 21.682,95	\$ 22.487,97	\$ 23.132,65	\$ 24.172,02	\$ 23.824,97

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

3.3.8.14 Flujo de caja proyectado

Tabla 39-3: Flujo de caja proyectado

EMPRESA "CLASE LÍDER"						
	FLUJO DE CAJA PROYECTADO					
	0	2021	2022	2023	2024	2025
Ingresos						
Ingresos por servicios (preuniversitario)		\$ 3.281,60	\$ 3.482,75	\$ 3.694,75	\$ 3.918,13	\$ 4.153,47
Ingresos por servicios (asesoría de trabajos de titulación)		\$ 72.664,00	\$ 77.118,08	\$ 81.812,22	\$ 86.758,51	\$ 91.969,60
Ingresos por servicios (elaboración y publicación de artículos científicos)		\$ 42.192,00	\$ 44.778,24	\$ 47.503,87	\$ 50.375,91	\$ 53.401,70
Ingresos por servicios (preparación de ingreso escuelas militares)		\$ 4.922,40	\$ 5.224,13	\$ 5.542,12	\$ 5.877,19	\$ 6.230,20
Ingresos por servicios (cursos de inglés)		\$ 6.328,80	\$ 6.716,74	\$ 7.125,58	\$ 7.556,39	\$ 8.010,26
Total Ingresos		\$ 129.388,80	\$ 137.319,94	\$ 145.678,54	\$ 154.486,12	\$ 163.765,22
Gastos operacionales		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos administrativos		\$ 25.182,09	\$ 27.091,44	\$ 29.210,30	\$ 30.646,74	\$ 34.171,07

Gastos de ventas	\$ 64.335,44	\$ 70.063,48	\$ 76.420,07	\$ 83.474,18	\$ 91.302,36
Gastos Financieros	\$ 5.858,79	\$ 4.889,78	\$ 3.761,66	\$ 2.448,30	\$ 919,30
Total Gastos operacionales	\$ 95.376,33	\$ 102.044,70	\$ 109.392,03	\$ 116.569,22	\$ 126.392,73
Utilidad Operacional	\$ 34.012,47	\$ 35.275,24	\$ 36.286,51	\$ 37.916,90	\$ 37.372,49
15% Participación Trabajadores	\$ 5.101,87	\$ 5.291,29	\$ 5.442,98	\$ 5.687,53	\$ 5.605,87
Utilidad antes de impuestos	\$ 28.910,60	\$ 29.983,95	\$ 30.843,54	\$ 32.229,36	\$ 31.766,62
Impuesto a la renta	\$ 7.227,65	\$ 7.495,99	\$ 7.710,88	\$ 8.057,34	\$ 7.941,66
Utilidad o pérdida neta	\$ 21.682,95	\$ 22.487,97	\$ 23.132,65	\$ 24.172,02	\$ 23.824,97
+ Depreciaciones	\$ 1.120,85	\$ 1.120,85	\$ 1.120,85	\$ 205,92	\$ 1.120,85
+ Amortizaciones	\$ 2.020,00	\$ 2.020,00	\$ 2.020,00	\$ 2.020,00	\$ 2.020,00
- Pago Préstamo (Capital)					
+ Valor de Salvamento					\$ 4.689,34
- Inversiones					

Fija	\$ 9.795,00					
Diferida	\$ 10.100,00					
Capital de Trabajo	\$ 34.670,11					
= Flujo Neto de Efectivo	\$ (54.565,11)	\$ 24.823,81	\$ 25.628,82	\$ 26.273,51	\$ 26.397,94	\$ 31.655,16

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

3.3.9 Evaluación financiera del proyecto

3.3.9.1 Valor actual neto (VAN)

Tabla 40-3: Tasas de interés referenciales

Tasa	Porcentaje	Fecha
Tasa pasiva	15,30%	Febrero 2021
Tasa Activa	11,83%	Febrero 2021
Inflación	0,12%	Febrero 2021
Riesgo país	12,93%	Febrero 2021

Fuente: BanEcuador, 2020

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

Tabla 41-3: Resumen de Flujo de caja

Años	Inversión inicial	Flujo de caja
0	\$ (54.565,11)	
1		\$ 24.823,81
2		\$ 25.628,82
3		\$ 26.273,51
4		\$ 26.397,94
5		\$ 31.655,16

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

Cálculo de la tasa de descuento

$$CPK = (TIO * \%RP) + (TA * \%RA) + INFLACIÓN + RIESGO PAÍS$$

$$CPK = (15,30\% * 25\%) + (11,83\% * 75) + 0,12\% + 12,93\%$$

$$CPK = 25,75\%$$

$$VAN = -54.565,11 + \frac{Flujo\ caja\ 1}{(1 + td)^1} + \frac{Flujo\ caja\ 2}{(1 + td)^2} + \frac{Flujo\ caja\ 3}{(1 + td)^3} + \frac{Flujo\ caja\ 4}{(1 + td)^4} + \frac{Flujo\ caja\ 5}{(1 + td)^5}$$

$$VAN = -54.565,11 + \frac{24.823,81}{(1 + 0,2575)^1} + \frac{25.628,82}{(1 + 0,2575)^2} + \frac{26.273,51}{(1 + 0,2575)^3} + \frac{26.397,94}{(1 + 0,2575)^4} + \frac{31.655,16}{(1 + 0,2575)^5}$$

$$VAN = \$15223,35$$

El resultado del VAN es del \$15223,35, lo que nos muestra la viabilidad del proyecto porque al ser un valor positivo indica que este dinero puede ser invertido para generar una utilidad.

3.3.9.2 Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno se obtuvo mediante la función TIR de Excel.

TIR= 38,49%

$$VAN = -54.565,11 + \frac{24.823,81}{(1 + 0,3849)^1} + \frac{25.628,82}{(1 + 0,3849)^2} + \frac{26.273,51}{(1 + 0,3849)^3} + \frac{26.397,94}{(1 + 0,3849)^4} + \frac{31.655,16}{(1 + 0,3849)^5}$$

VAN= 0

La Tasa Interna de Retorno del proyecto es 38,04%; el cual supera a la tasa de descuento; indicando que el proyecto es atractivo para invertir porque presenta condiciones de rentabilidad.

3.3.9.3 Periodo de retorno de la inversión (PRI)

Tabla 42-3: Periodo de retorno de inversión

AÑOS	FNE	FNE ACTUALIZADOS	FNE ACTUALIZ. Y ACUMULADOS
1	24823,8071	19740,99456	\$ 19.740,99
2	25628,8199	16208,01722	\$ 35.949,01
(a) 3	26273,5064	13213,56355	\$ 49.162,58 (c)
4	26397,9421	(d) 10557,78062	\$ 59.720,36
5	31655,1583	10068,10399	\$ 69.788,46

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

a= año anterior en el que se recupera la inversión

b= Inv. Ini.

c= flujo neto efectivo actualizado y acumulado del año anterior donde se recupera la inversión

d= flujo neto efectivo actualizado del año en el que se recupera la inversión

$$PRI = a + \frac{b - c}{d}$$

$$PRI = 3 + \frac{54565,11 - 49162,58}{10557,78}$$

$$PRI = 3 + \frac{5402,53}{10557,78}$$

$$PRI = 3 + 0,51 * 12$$

3 años 6 meses 4 días

El periodo de recuperación de la inversión para “Clase Líder” será en 3 años 6 meses y días.

3.3.9.4 Beneficio- Costo

$$RBC = \frac{VAN \text{ ingresos actualizados}}{VAN \text{ egresos actualizados}}$$

Tabla 43-3: Ingresos y Egresos

AÑO	INGRESOS	EGRESOS
1	\$ 129.388,80	\$ 95.376,33
2	\$ 137.319,94	\$ 102.044,70
3	\$ 145.678,54	\$ 109.392,03
4	\$ 154.486,12	\$ 116.569,22
5	\$ 163.765,22	\$ 126.392,73

Elaborado por: Quispe, Nathaly, 2020

$$VAN \text{ ingresos} = \frac{129.388,80}{(1 + 0,2575)^1} + \frac{137.319,94}{(1 + 0,2575)^2} + \frac{145.678,54}{(1 + 0,2575)^3} + \frac{154.486,12}{(1 + 0,2575)^4} + \frac{163.765,22}{(1 + 0,2575)^5}$$

VAN ingresos= \$ 376.876,64

$$VAN \text{ egresos} = \frac{95.376,33}{(1 + 0,2575)^1} + \frac{102.044,70}{(1 + 0,2575)^2} + \frac{109.392,03}{(1 + 0,2575)^3} + \frac{116.569,22}{(1 + 0,2575)^4} + \frac{126.392,73}{(1 + 0,2575)^5}$$

VAN egresos= \$ 282219,23

$$**RBC = \frac{\$ 376.876,64}{\$ 282219,23}**$$

RBC= 1,33

Este indicador de relación beneficio/costo nos muestra que es de \$ 1,33; siendo mayor a 1 y por lo tanto este proyecto es rentable ya que por cada dólar invertido se genera una ganancia de 0,33 centavos.

Al concluir con la evaluación financiera se puede apreciar que el negocio es factible y rentable ya que los indicadores mencionados anteriormente arrojaron valores positivos y adecuados para continuar con sus actividades e implementar la idea de arrendar un local.

CONCLUSIONES

- Al concluir esta investigación con la ayuda de la recopilación bibliográfica se pudo determinar la importancia de desarrollar un plan de negocios ya sea al inicio de sus actividades o en marcha y conocer las diferentes estructuras que existen para implementar la adecuada en la empresa “Clase Líder”.
- A través del análisis del entorno y la empresa se determinó que la población existente si consideran acceder a estos servicios educativos y que no existen centros que ofrezcan todos estos servicios en conjunto, también que no cuentan con plataformas digitales que ayuden a la educación en línea lo que se considera una buena oportunidad para “Clase Líder”. Asimismo, mediante el FODA se pudo conocer las debilidades de la empresa lo que posteriormente ayudó para establecer las estrategias.
- Elaborar un plan de negocios ayuda favorablemente a la gestión administrativa y financiera de la empresa “Clase Líder” ya que se conoce los recursos que necesita o permite anticiparse a los sucesos al recurrir a una inversión y permitió constatar la viabilidad y rentabilidad del negocio mediante los indicadores financieros, además que permite mejorar su competitividad en el mercado.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a la empresa “Clase Líder” aplicar este plan de negocio ya que le ayudará a conocer y utilizar de manera eficiente los recursos que necesitará para ampliar sus servicios de manera presencial para obtener la rentabilidad establecida.
- Realizar un diagnóstico situacional de la empresa mínimo una vez al año para conocer cómo se está desarrollando y de ser necesarios tomar decisiones oportunas para corregirla. Además, efectuar un estudio de mercado constantemente con la finalidad de determinar las nuevas necesidades de los clientes para satisfacerlas y también conocer a los nuevos competidores.
- Evaluar que se esté cumpliendo el plan de negocios o si es necesario que se realicen cambios con la finalidad de alcanzar los objetivos propuestos y mejorar su competitividad en el mercado.

GLOSARIO

Planificar: Definir lo que se ha de hacer y asignar los recursos necesarios para hacerlo, siendo el estudio del escenario donde competirá la nueva empresa, la elección de los objetivos que desean alcanzarse y el diseño de las estrategias para lograrlos.

Estudio técnico: Consiste en ubicar, analizar, definir, diseñar el tamaño y localización óptima, así como investigación de necesidades de infraestructura, proceso de producción, activo fijo, micro y macro localización del negocio.

Estrategia: Son las opciones alternativas o modelos para alcanzar los fines.

Mercado potencial: Mercado en el que una empresa podría incursionar a partir de la identificación de una necesidad específica.

Análisis financiero: es la que da como resultado proporcionar datos al proceso de administración, específicamente hablando de administración financiera.

Rentabilidad: Capacidad de la empresa para retornar la inversión realizada para constituirla.

Servicio: Es todo sistema, proceso, función o tarea que el proveedor ofrece al cliente y que se caracteriza esencialmente por la intangibilidad, sin otorgar propiedad alguna.

BIBLIOGRAFÍA

- Andrea. (2020). *Startupmarketing*. Recuperado de <https://startupmarketing.com/como-hacer-publicidad-en-facebook/#:~:text=La%20publicidad%20en%20Facebook%20funciona,muestra%20el%20anuncio%20en%20Facebo ok>.
- Antevenio. (febrero de 2015). Recuperado de [https://www.antevenio.com/blog/2015/02/como-funciona-google-adwords/#:~:text=Google%20AdWords%20es%20el%20programa,palabras%20clave%20\(keywords\)%20concretas](https://www.antevenio.com/blog/2015/02/como-funciona-google-adwords/#:~:text=Google%20AdWords%20es%20el%20programa,palabras%20clave%20(keywords)%20concretas)
- Arias, Jesús; Villasís, Miguel Ángel y Miranda, María. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México*. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Baena, G. M. E. (2017). *Metodología de la investigación (3a. ed.)*. Grupo Editorial Patria. Recuperado de: <https://elibro.net/es/lc/epoch/titulos/40513>
- BanEcuador. (2020). *Tasas de interés*. Recuperado de: <https://www.banecuador.fin.ec/wp-content/plugins/pdf-viewer-for-elementor/assets/pdfjs/web/viewer.html?file=https://www.banecuador.fin.ec/wp-content/uploads/2021/01/TASAS-DE-INTERES-ENERO-2021.pdf&embedded=true>
- Baque, L., Viteri, D., Álvarez, L. & Izquierdo, A. (2020). Plan de negocio para emprendimientos de los actores y organizaciones de economía popular y solidaria. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 120-125. Epub 02 de agosto de 2020. Recuperado de: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000400120&lng=es&tlng=es.
- Bóveda, J., Oviedo, A., & Yakusik, A. (2015). *Guía Práctica para la elaboración de un plan de negocios*. Bogotá: Consultora Productiva
- Carrillo, W. y Arroba, C. (2014). *Elaboración de un plan de negocios para un centro piloto de apoyo y nivelación académica para nivel medio y preuniversitario, caso de aplicación en la ciudad de Quito*. (Tesis de pregrado, Escuela Politécnica Nacional). Recuperado de: <https://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/8943/3/CD-5991.pdf>
- Castellano, L. (2015). *Estrategia y Planificación estratégica*. Caracas: IE Venezuela.
- Cipriano, A. (2016). *Plan estratégico de negocios*. Grupo Editorial Patria. Recuperado de: <https://elibro.net/es/lc/epoch/titulos/40472>
- Clase Líder*. (2020). Formación militar. Recuperado de: <https://claselider.com/formacion-online/clase-militar/>
- Clase Líder*. (2020). Formación Inglés. Recuperado de: <https://claselider.com/formacion-online/clase-ingles/>
- Clase Líder*. (2020). Clase Investigación. Recuperado de: <https://claselider.com/formacion-online/clase-investigación/>
- Clase Líder*. (2020). Preuniversitario. Recuperado de: <https://claselider.com/formacion-online/pre-universitario/>
- Córdoba, M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Díaz, V. y Calzadilla, A. (2016). Tipos de investigación y productividad científica en las ciencias de la salud. *Cienc. Salud*, 117-118.
- Dueñas, A. (2015). *Estudio de factibilidad para la creación de un centro de apoyo pedagógico a nivel de bachillerato en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura*. (Tesis de pregrado, Universidad Técnica del Norte). Recuperado de: <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/6339/1/02%20ICA%201021%20TRABAJO%20GRADO.pdf>
- El Universo. (2020). El porcentaje del aumento salarial es el más bajo en cinco años. *El Universo*. Recuperado de: <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/01/17/nota/7694286/salario-basico-unificado-sueldo-incremento-ministerio-trabajo/>
- Escobar, D. y Eras, A. (2016). *Plan de negocios para la creación de una empresa dedicada al servicio de tutorías académicas en la ciudad de Quito a los estudiantes de segundo y tercer nivel de educación* (Tesis de pregrado). Universidad de las Américas, Quito.
- Fernández, P., y Díaz, P. (2016). Investigación cualitativa y cuantitativa. *Unidad de Epidemiología, Clínica y Bioestadística*. Recuperado de: https://www.fisterra.com/gestor/upload/guias/cuanti_cuali2.pdf

Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Chimborazo. (2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia de Chimborazo*. Recuperado de: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0660000280001_PDyOT%20FINAL%20-%20160516%2013y50_16-05-2016_19-06-53.pdf

Googlemaps. (2020). Localización. Recuperado de: <https://www.google.com.ec/maps/place/Ayacucho+%26+5+de+Junio,+Riobamba/@-1.6703837,-78.6480674,17z/data=!3m1!4m5!3m4!1s0x91d3a825341bc77f:0x3ef820f6f612c9c0!8m2!3d-1.6703837!4d-78.6458787>

Gutiérrez, R. (2015). *Administración y Gestión de las Comunicaciones de la Dirección*. Paraninfo.

Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México D.F: McGraw-Hill.

Hernández Sampieri, R, Fernández, C y Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación. (5 a. Ed.)*. México D.F, México: McGraw-Hill.

INEC. (2010). Censo de Población y Vivienda 2010. Recuperado de: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/>

Lavalle, A. (2017). *Análisis financiero*. México, D.F, Mexico: Editorial Digital UNID. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/epoch/41183>

Lázaro, J. (2016). *Tu business plan ¿en un pim pam!*. Editorial UOC. Recuperado de: <https://elibro.net/es/lc/epoch/titulos/58439>

Martínez, C. (2014). *Técnicas e instrumentos de recogida y análisis de datos*. Madrid: Universidad Nacional de educación a distancia.

Monje, C. (2011). *Metodología de la investigación Cuantitativa y Cualitativa*. Neiva: Universidad Surcolombiana.

Morán G., Morán, J., Morán, J., Plúa, C. y Castro, M. (2017). *Modelo de plan estratégico de sistemas para la gestión y organización a través de una plataforma informática*. Ecuador: Área de Innovación y Desarrollo, S.L. Recuperado de: <https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2017/03/Modelo-de-plan-estrat%C3%A9gico.pdf>

Moreno, T. (2016). *Emprendimiento y plan de negocio*. Santiago de Chile, Chile: RIL editores. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/epoch/67489>

Pedraza, O. (2015). *Modelo del plan de negocios: para la micro y pequeña empresa*. México D.F, Mexico: Grupo Editorial Patria. Recuperado de: <https://elibro.net/es/ereader/epoch/39387>

Peiro, R. (2020). *Marketing Operativo*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/marketing-operativo.html>

Pilco, O. (2019). *Plan de negocios de la compañía Translaureles S.A. de la ciudad de Riobamba, 2019-2022* (Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Recuperado de: <http://dspace.epoch.edu.ec/bitstream/123456789/13552/1/12T01331.pdf>

Prieto, C. (2017). *Emprendimiento: conceptos y plan de negocios (2a. ed.)*. Pearson Educacion. Recuperado de: <https://elibro.net/es/ereader/epoch/38084>

Quaranta, N. (2020). *Planes de negocio*. Editorial Universidad Adventista del Plata. Recuperado de: <https://elibro.net/es/ereader/epoch/130238>

Sainz, J. (2015). *El plan estratégico en la práctica (4ta. Ed.)*. Madrid, España: ESIC. Recuperado de: https://books.google.com/books?id=bIh5CgAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Santiesteban, E. (2017). *Metodología de la investigación científica*. Editorial Universitaria. Recuperado de: <https://elibro.net/es/ereader/epoch/151737>

Troncoso, C. y Amaya, A. (2016). Entrevista: guía práctica para la recolección de datos cualitativos en investigación de salud. *Rev. Fac. Med.* 65. (2), 2. Doi: <http://dx.doi.org/10.15446/revfacmed.v65n2.60235>

Villa, E. (2017). *Plan de negocios para la empresa Vicarrozar cía. Ltda., de la ciudad de Cuenca, Provincia del Azuay, para el año 2016* (Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Recuperado de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/8683/1/12T01120.pdf>

Weinberger. (2009). *Plan de negocios*. Lima: USAID.

Yi min Shum. (2018). *Matriz de evaluación de factores externos (Matriz EFE- MEFE)*. Recuperado de: <https://yiminshum.com/matriz-evaluacion-factores-externos-matriz-efe-mefe/>

Zorita, E. (2015). *Plan de negocio*. Pozuelo de Alarcón, Madrid, ESIC Editorial. Recuperado de: https://books.google.com.ec/books?id=L1HoBwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false



ANEXOS

ANEXO A: MODELO DE ENCUESTA A LOS CLIENTES DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZ
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA DE FINANZAS



Objetivo de la encuesta: Obtener información sobre las preferencias de los clientes actuales y potenciales de la Empresa de Programas y Servicios Educativos en Línea "Clase Líder" de la ciudad de Riobamba, Provincia de Chimborazo.

ENCUESTA

Edad

16-20 21-35 36-50

Género

Masculino Femenino

1. ¿Considera importante que exista una empresa que ofrezca servicios de asesoría en trabajos de investigación, nivelación de inglés, preparación preuniversitaria y preparación para las pruebas de ingreso a las diferentes Escuelas Militares?

SI NO

2. ¿Si usted realiza un trabajo de investigación, le interesaría acceder a una asesoría personalizada?

SI NO

3. ¿Le gustaría que sus trabajos de investigación se publiquen en revistas de alto impacto?

SI NO

4. ¿Le interesaría Clases de inglés personalizadas en los horarios de su elección?

SI NO

5. ¿De qué manera preferiría recibir los servicios de: asesoría en trabajos de investigación, nivelación de inglés, preparación preuniversitaria y preparación para las pruebas de ingreso a las diferentes Escuelas Militares?

online presencial ambos

6. ¿Qué medio utiliza para buscar servicios de asesoría en trabajos de investigación, nivelación de inglés, preparación preuniversitaria y preparación para las pruebas de ingreso a las diferentes Escuelas Militares?

- Facebook
- Instagram
- Google
- Televisión
- Radio
- Recomendado

7. En el caso que considere que es importante que exista una empresa que ofrezca los servicios anteriormente mencionados, señale cuál de los siguientes servicios educativos accedería:

- Preuniversitario
- Asesoría en trabajos de titulación
- Elaboración y publicación de artículos científicos
- Preparación para el ingreso de escuelas militares
- Clases de inglés

8. Señale el establecimiento que usted considere más importante en brindar servicios de: asesoría en trabajos de investigación, nivelación de inglés, preparación preuniversitaria y preparación para las pruebas de ingreso a las diferentes Escuelas Militares:

- Capcenter
- CAAP
- Genios trabajando
- Preuniversitario Isaac Newton
- Preuniversitario Hawking
- Preuniversitario Politécnica
- Clase Líder

9. ¿Qué aspectos toma en cuenta usted el momento de elegir estos servicios educativos?

- Atención personalizada
- Precios accesibles
- Horarios flexibles
- Experiencia de los docentes
- Campus Virtual
- Nombre del centro

ANEXO B: ENTREVISTA AL COORDINADOR GENERAL DE "CLASE LÍDER"



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA DE FINANZAS**



Entrevista al Coordinador General

- 1. ¿Cuáles son sus principales funciones?**

- 2. ¿Cuáles considera que son las fortalezas y debilidades de la organización?**

- 3. ¿Cuáles considera que son las oportunidades de la organización?**

- 4. ¿Cuáles considera que son las amenazas de la organización?**

- 5. ¿La empresa cuenta instalaciones óptimas para el desarrollo de sus actividades?**

- 6. ¿La empresa posee herramientas tecnológicas que garanticen un adecuado servicio?**

- 7. ¿Cómo se proyecta la empresa "Clase Líder"?**

- 8. ¿Qué estrategias ha desarrollado frente a su competencia?**

- 9. ¿La empresa cuenta con docentes capacitados y con disponibilidad de tiempo?**

- 10. ¿Los docentes conocen cuáles son sus funciones?**

- 11. ¿Se realiza un control de los ingresos y egresos de la institución?**

ANEXO C: PLAN DE NEGOCIO

PLAN DE NEGOCIOS EMPRESA “CLASE LÍDER”



➤ Resumen ejecutivo

La empresa “Clase Líder” ofrece servicios educativos en línea como asesoría en trabajos de investigación, cursos de inglés, preuniversitario y preparación para el ingreso a escuelas militares. En la actualidad es una gran oportunidad para que la empresa continúe ofreciendo estos servicios ya que un 75% de las personas de Riobamba consideran importante que exista una empresa que ofrezca todos estos servicios. Así mismo se espera que los clientes confíen en que los servicios son de calidad y que no les van a estafar ya que por ser en línea muchas veces se cree que ocurrirá eso, por tal motivo se ha considerado la idea de alquilar un local.

A pesar de que existen empresas que ofrecen servicios similares, no hay empresas que ofrezcan todos estos servicios juntos y tengan las características que ofrece “Clase Líder”, por lo que este punto se puede aprovechar y diferenciarse del mercado que permita el crecimiento de la institución.

Estos servicios tienen más aceptación entre las personas de 16 a 35 años ya que entre ellos se encuentra estudiantes que van a rendir las pruebas de ingreso a universidades o escuelas militares, universitarios, docentes que buscan asesorías en sus trabajos investigativos o que desean aprender el idioma inglés.

La inversión que se ha realizado y se requiere para continuar con sus actividades es de \$54565,11 que serán aportados por recursos propios de 4 docentes y lo demás se espera recurrir a una financiación.

En la evaluación financiera mediante indicadores se obtuvo como resultados al VAN con \$15223,35, TIR con 38,49%.

Por lo tanto, se puede concluir que el proyecto es viable y rentable.

Objetivo general: Posicionar a la empresa “Clase Líder” entre las 3 principales de la ciudad de Riobamba.

Objetivos operativos:

- Aumentar el reconocimiento de los servicios que oferta “Clase Líder” en la ciudad de Riobamba y diferenciarlos de la competencia mediante la elaboración de un plan de marketing.

- Mejorar la calidad del servicio que ofrece “Clase Líder” y la productividad de los empleados con la ayuda de un plan operativo.
- Elaborar la estructura documental de la gestión de la empresa “Clase Líder” mediante un plan administrativo.
- Aumentar la rentabilidad de la empresa “Clase Líder” mediante el desarrollo de un plan financiero.

Descripción del negocio

La empresa “Clase Líder” inicio sus actividades el 14 de septiembre de 2020, cuya razón social se debe a que es llamativo y abarca a la educación y liderazgo, además que no tenga coincidencias con otras organizaciones. Se formó para ofrecer servicios educativos en línea para el desarrollo de profesionales entre los cuales tenemos: preparación integral en Clase Militar, desarrollo de investigaciones, clases de inglés, Clase Pre-Universitario.

Está conformado por 12 miembros los cuales cuentan títulos de cuarto nivel y están altamente calificados para ofrecer servicios de calidad.

Actualmente se encuentra en un mercado competitivo ya que existen varios centros dedicados a ofrecer algunos de estos servicios en la ciudad de Riobamba ya sea de manera presencial o virtual, aunque estos centros se han enfocado más en la preparación para las pruebas de ingreso a las universidades lo cual resulta una ventaja para “Clase Líder” ya que esta brinda más servicios, cuenta con campus virtual y además busca agregar más servicios que sirvan de apoyo para los estudiantes que necesitan refuerzo en las distintas materias, también facilitar a los investigadores para que puedan publicar sus trabajos investigativos en revistas de alto de impacto.

Misión

Guiar el aprendizaje en línea, para que todos puedan alcanzar sus metas y aspiraciones rompiendo las barreras de la distancia.

Visión

Ser la mejor opción de servicios educativos en línea que aporte al desarrollo integral con compromiso y calidad.

Valores

Los valores son los principios que orientan y comprometen a los miembros de la empresa a cumplir con los objetivos de la empresa, además son los que le dan identidad a “Clase Líder”.

Honestidad: La empresa siempre otorgará la información de sus servicios tal y como son desde el principio.

Respeto: Los empleados siempre tendrán en cuenta que deben dirigirse a sus compañeros y a sus clientes de una manera cordial sin dañar su integridad.

Calidad: Clase Líder trabajará duro para prestar los servicios educativos de la mejor manera.

Trabajo en equipo: Todos los trabajadores se apoyarán para sacar adelante a la empresa.

Ambición: la empresa no será conformista si no que siempre buscará las maneras para sobresalir y otorgar el mejor servicio a sus clientes.

Análisis del mercado y de la empresa

La educación es una parte fundamental para el desarrollo de los seres humanos ya que si una persona desea conseguir mejores oportunidades de vida debe prepararse día a día, a la vez que aporta al desarrollo intelectual de un país.

En el Ecuador para acceder a las universidades es necesario que se apruebe un examen denominado EAS para ello muchos jóvenes acuden a centros que los preparen para alcanzar los mejores puntajes; al momento de graduarse se debe realizar un trabajo de titulación por lo cual los estudiantes buscan asesoramiento con la finalidad de presentar un buen trabajo.

Muchos docentes y estudiantes deben elaborar artículos científicos y ensayos ya sea como un requisito de las instituciones a las que pertenecen o porque buscan aportar con sus conocimientos y sirva de referencia para futuras investigaciones, además que añade valor a su curriculum.

Prepararse en el idioma inglés en la actualidad es muy importante ya que abre camino para nuevas oportunidades porque si es estudiante puede acceder a becas en otros países o conseguir mejores opciones en el ámbito laboral. Por lo cual las personas buscan acceder a cursos que les ayuden a mejorar su inglés.

Los jóvenes también buscan otras opciones para tener una mejor calidad de vida, siendo una de sus opciones ingresar a escuelas militares.

Fortalezas	Oportunidades
<p>F1: Docentes con experiencia</p> <p>F2: Atención personalizada en los servicios que ofrecen</p> <p>F3: Horarios flexibles en la preparación de los distintos servicios</p> <p>F4: La empresa dispone de plataformas y demás herramientas tecnológicas de acuerdo a los servicios que ofrece.</p>	<p>O1: Necesidad de una asesoría en sus trabajos investigativos por parte de estudiantes</p> <p>O2: Prepararse en el idioma inglés abre puertas en el mundo laboral</p> <p>O3: Interés de jóvenes por ingresar a las escuelas militares</p> <p>O4: Escasos centros que ofrecen todos los servicios de “Clase Líder”</p> <p>O5: Financiación para emprendedores por parte de instituciones financieras</p>
Debilidades	Amenazas
<p>D1: Desconocimiento de estrategias de marketing</p> <p>D2: Desconocimiento en el manejo de las redes sociales para realizar publicidad</p> <p>D3: No cuenta con un profesional especializado para las plataformas virtuales</p> <p>D4: Inexperiencia en dirigir una empresa</p> <p>D5: No es conocido en el mercado</p>	<p>A1: Situación económica</p> <p>A2: Desconfianza en que estas instituciones no ofrezcan un servicio de calidad</p> <p>A3: Experiencia de la competencia en estos servicios</p> <p>A4: Emergencia sanitaria</p> <p>A5: La competencia ofrece los mismos o iguales servicios de capacitación a menor costo.</p>

Competencia

Nombres de los centros de servicios educativos de Riobamba	
1	Preuniversitario Politécnica
2	Genios Trabajando
3	Preuniversitario Hawking
4	Isaac Newton
5	Capcenter
6	CAAP

Objetivo operativo: Aumentar el reconocimiento de los servicios que oferta “Clase Líder” en la ciudad de Riobamba y diferenciarlos de la competencia mediante la elaboración de un plan de marketing.

Estrategia

Desarrollar el marketing mix.

Plan de Marketing operativo

De acuerdo a la entrevista que se realizó al coordinador de “Clase Líder” se pudo conocer que no manejan adecuadamente la difusión de los servicios educativos en las redes sociales por lo cual, el plan de marketing operativo de la empresa “Clase Líder”, está constituido por los siguientes aspectos:

Producto o servicio

Los servicios educativos que “Clase Líder” que ofrece se dividen en cuatro ámbitos: Investigación, inglés, preuniversitario y militar.

En el ámbito de investigación ofrece los siguientes servicios:

Asesoramiento en elaboración de trabajos de titulación; Pregrado, Maestría y Doctorado en todas las áreas, español/inglés

Este servicio inicia con una entrevista con el cliente para conocer los parámetros de la investigación y las asesorías se darán mediante la plataforma zoom.

El estudiante podrá estar en contacto directo con el docente asignado mediante WhatsApp y para ponerse de acuerdo para iniciar la reunión por Zoom en el horario que necesite la asesoría, donde se despejarán dudas de su trabajo de investigación; se le dará la guía y a la vez se le facilitará libros que le ayuden a realizar un trabajo de calidad.

Elaboración de artículos científicos, español/inglés

En este servicio se le ayuda con la guía de docentes capacitados para escoger el tema adecuado de su artículo, los parámetros a seguir, los aspectos que pueda considerar en su artículo, se verifica que se aplique las citas correctas y al finalizar se realiza una revisión con la finalidad que no presente plagio y que exista la posibilidad de publicarlo.

El cliente puede solicitar el servicio en el horario que mejor le parezca y a la vez tiene la posibilidad si no quiere tener la reunión por zoom, solventar cualquier inquietud por WhatsApp. Y si ya tiene un avance de su artículo también puede solicitar pautas para continuar con el mismo en el horario a su elección mediante zoom. Este servicio puede ser en inglés o español.

También tiene la opción de que se publiquen sus investigaciones en revistas indexadas de alto impacto y base de datos SCOPUS Q2, donde “Clase Líder” se encarga de la revisión y que su publicación sea un éxito.

En el área de inglés dispone de los siguientes servicios:

Clases de inglés

Este servicio consiste en que primero se evaluará al estudiante para saber en qué nivel de inglés se encuentra con la finalidad de conocer sus falencias y planificar las clases de acuerdo a las necesidades del alumno, el cual tendrá la posibilidad de escoger su horario. Además, tendrá a su disposición el acceso al campus virtual donde encontrará el material que se esté utilizando para las clases 24/7, también los docentes para que aprender sea más divertido antes de finalizar se le

enviará un link donde accederá a juegos que le ayuden a su aprendizaje. Y estas clases se complementarán con conversatorios de jóvenes de todo el mundo.

Preparación para exámenes internacionales estandarizados niveles de A1 a C2

El estudiante podrá prepararse con docentes certificados bajo los estándares del MCER, en horarios a su elección.

Traducciones e interpretaciones

“Clase Líder” le ayuda con cualquier traducción o interpretación en el menor tiempo posible.

En el área del preuniversitario:

Para estudiantes que desean prepararse 100% en línea para el Examen EAES de acceso a la Educación Superior, examen ser bachiller. (Lider, 2020)

- Clases en línea Zoom en vivo.
- Docentes certificados en Educación Virtual.
- Plataformas modernas 24/7.
- Simuladores de prácticas para el EAES.
- Asesoramiento durante todo el proceso de postulación.

Los horarios son de acuerdo a las necesidades del estudiante

Opción 1: De lunes a jueves de 16h00 a 18h00

Opción 2: sábados y domingos de 14h00 a 18h00

Clase Líder también ofrece cursos para todas las pruebas de ingreso a las diferentes Escuelas Militares.

- **Preparación Académica:** Matemática básica, inglés, Realidad nacional, Computación básica, Comunicación oral y escrita.
- **Preparación Física:** Natación, Abdominales, Flexiones de codo, entre otras.
- **Preparación Psicológica:** Pruebas de personalidad y psicométricas. (Clase Lider, 2020)

Los docentes cuentan con amplia experiencia tanto en el campo militar como académico.

Precio

Para establecer los precios de los distintos servicios se ha tomado en cuenta a los de la competencia, aunque no existe una reducción muy alta, se ha establecido precios que son por lo menos más bajos, pero manteniendo la calidad de los servicios, con esta estrategia se pretende captar a más clientes del mercado ya que es uno de los aspectos que más le atrae y de esta manera la empresa pueda ser conocida en la ciudad de Riobamba.

Una vez realizado el análisis de los factores que implican para establecer el precio como los costos de los servicios, rentabilidad esperada y precios de la competencia. A continuación, se detallan los precios de los servicios educativos:

Investigación

Asesoramiento en elaboración de trabajos de titulación; Pregrado, Maestría y Doctorado en todas las áreas, español/inglés	Elaboración de artículos científicos, español/inglés.	Publicación de resultados de investigación en revistas indexadas de alto impacto y base de datos SCOPUS Q2.
\$800	Plan 2: \$750 Plan 4: \$1150	Latindex: \$400 Scopus: \$800

Inglés

Clases de inglés personalizadas en los horarios a elección.	\$80 mensual
Preparación para exámenes internacionales estandarizados niveles de A1 a C2.	\$200
Traducciones e interpretaciones	\$40

Preuniversitario

Preparación 100% en línea para el Examen EAES de acceso a la Educación Superior, examen ser bachiller	\$70 mensuales.
---	-----------------

Militar

Preparación Académica: Matemática básica, inglés, Realidad nacional, Computación básica, Comunicación oral y escrita.	\$210 MENS.
Preparación Física: Natación, Abdominales, Flexiones de codo, entre otras	
Preparación Psicológica: Pruebas de personalidad y psicométricas	

Promoción

Para atraer a más usuarios se han desarrollado estrategias de promoción, en donde se establecen planes de pagos y descuentos que ayuden a diferenciarse de la competencia y beneficien al cliente. Y cabe destacar que al momento de solicitar información de algún servicio podrá ser por WhatsApp, correo electrónico y mediante una llamada por zoom.

Asesoramiento en elaboración de trabajos de titulación; Pregrado, Maestría y Doctorado en todas las áreas, español/inglés y elaboración de artículos científicos, español/inglés

La cancelación se ha estipulado de la siguiente manera: la mitad del total del servicio se realizará al momento de solicitar el servicio y la otra al finalizarlo. Pero si el cliente desea pagar antes de finalizar el asesoramiento del trabajo de titulación o en la elaboración del artículo tendrá un descuento del 6% sobre el valor restante del servicio.

Y si el cliente desea pagar el total al iniciar estos servicios tendrá un descuento del 10% sobre el valor total del servicio.

Para la publicación y elaboración de artículos científicos existen 4 planes que se detallan a continuación:

Plan 1: Publicación de manuscrito científico

- Se recibe el avance del manuscrito hasta la preparación del mismo
- Publicación en revista científica indexada (Latindex)
- Propiedad intelectual de 4 autores
- Tiempo estimado de 30-60 días.
- Idioma: español- inglés
- Precio: \$400

Plan 2: elaboración del manuscrito científico

- Se realiza el proceso del manuscrito hasta la publicación del mismo.
- Publicación en revista científica indexada (Latindex)
- Propiedad intelectual de 4 autores
- Tiempo estimado de 45-60 días.
- Idioma: español- inglés
- Precio: \$750

Plan 3: Publicación del manuscrito científico (Scopus)

- Se recibe el avance del manuscrito hasta la publicación del mismo
- Publicación en revista científica en base de datos bibliográfica SCOPUS.
- Categoría de impacto cuartil: Q1- Q2
- Propiedad intelectual de 4 autores.
- Tiempo estimado de 45-75 días.
- Idioma: español- inglés
- Precio: \$800

Al enviar el manuscrito en dos días se lo revisan.

Plan 4: Elaboración del manuscrito científico

- Publicación en revista científica en base de datos bibliográfica SCOPUS.
- Categoría de impacto cuartil: Q1- Q2

- Propiedad intelectual de 4 autores.
- Tiempo estimado de 45-75 días.
- Idioma: español- inglés
- Precio: \$1150

Clases de inglés

Para las clases de inglés se ha planteado dos planes:

- **Plan Backing**

Este plan consiste en que el estudiante recibe sus clases de inglés personalizadas en los horarios a su elección, con acceso al campus virtual 24/7 durante 1 mes y además puede acceder al servicio de tareas dirigidas 2 días a la semana.

El precio por este plan es de \$65, el cual se podrá pagar semanalmente \$16,25.

- **Plan Friends**

Este plan consiste en que el estudiante recibe sus clases de inglés personalizadas en los horarios a su elección con acceso al campus virtual 24/7 durante 1 mes, podrá acceder a la biblioteca, club de conversatorios con personas del todo el mundo en donde se realizarán dinámicas con la finalidad de mejorar la fluidez en el inglés además puede acceder al servicio de tareas dirigidas 4 días a la semana, incluido sábados.

El precio por este plan es de \$80, el cual se podrá pagar semanalmente \$20.

A estos planes se le agrega que si el estudiante paga antes que termine el mes tendrá un descuento del 4% sobre el valor que aun quede pendiente. Si el estudiante presenta que tiene un promedio alto en la asignatura de ingles tiene un descuento del 6%.

Y si se paga de contado el estudiante tendrá un descuento del 9%.

Todos los cursos antes de finalizar la clase se le enviará un link donde podrá acceder a un juego para que sea más divertido aprender.

Además, por temporadas se ofrecerán cursos para niños de entre 5 y 6 años denominado Camp, donde habrá dinámicas, cuentos, canciones, manualidades y premios sorpresas y tendrá un valor de \$20.

Preuniversitario

En esta área Clase Líder ofrece dos opciones de pago en donde cada uno tendrá sus descuentos. También a los estudiantes se les dará un taller de relajación previo al examen y podrán realizar un test de vocación.

En la primera opción de pago la inscripción será de \$10 y las 4 cuotas serán de \$11,25 semanalmente dando un total de \$55 pero si el pago es de contado será \$40.

En la segunda opción de pago la inscripción será de \$10 y las 2 cuotas serán de \$19 dando un total de \$48.

Además, cuenta con descuentos del 25% para abanderados y escoltas de unidades Educativas y 6% para dependiente de personal militar (hijos/as).

Cursos Militares

- **Plan mensual 1:** preparación física + preparación psicológica + preparación académica
- **Plan mensual 2:** preparación física
- **Plan mensual 3:** preparación psicológica + preparación académica

Además, cuenta con descuentos del 25% para abanderados y escoltas de unidades Educativas y 6% para dependiente de personal militar (hijos/as).

Charlas promocionales

Para promocionar a la empresa se realizará charlas promocionales mediante lives en redes sociales donde se dará a conocer las deficiencias generales de los estudiantes, los obstáculos que no permiten que se desarrollen de mejor manera en el ámbito educativo, la importancia de prepararse para conseguir mejores oportunidades, tips para los estudiantes, entre otros temas que puedan ser de interés. Así también se presentará los beneficios de acceder a los servicios que brinda “Clase Líder” y podrán conocer a los docentes.

Se realizarán dinámicas donde podrán ganar premios entre ellos estarán descuentos, cupones de comida y hasta cursos gratis.

Convenios con instituciones

Además, se buscará realizar convenios con instituciones educativas para que los cursos del preuniversitario e inglés tengan un menor costo por grupos.

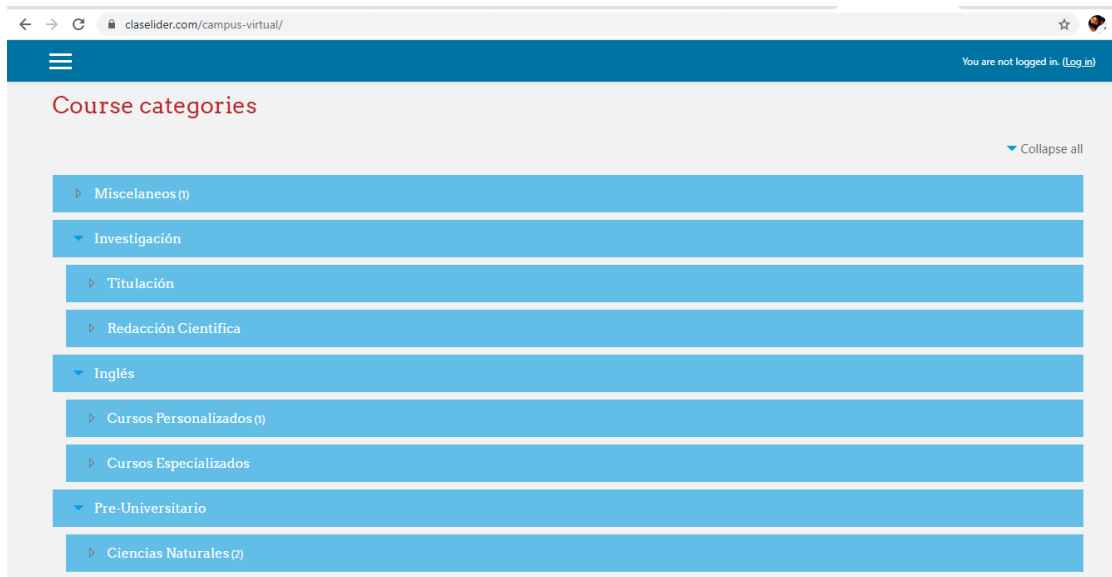
Alianzas

Se ha creado alianzas con otras instituciones, docentes que tienen experiencia, reputación y son reconocidos para dar cursos en el área de inglés con la finalidad de que los clientes se sientan seguros al solicitar los servicios.

- **Distribución**

Canales de distribución

Clase Líder al ser una empresa que ofrece servicios de manera online está utilizando plataformas digitales como es un campus virtual, en donde los usuarios podrán ingresar 24/7 y encontrar el material del servicio solicitado. Y las clases se realizan mediante la plataforma zoom.



Comunicación

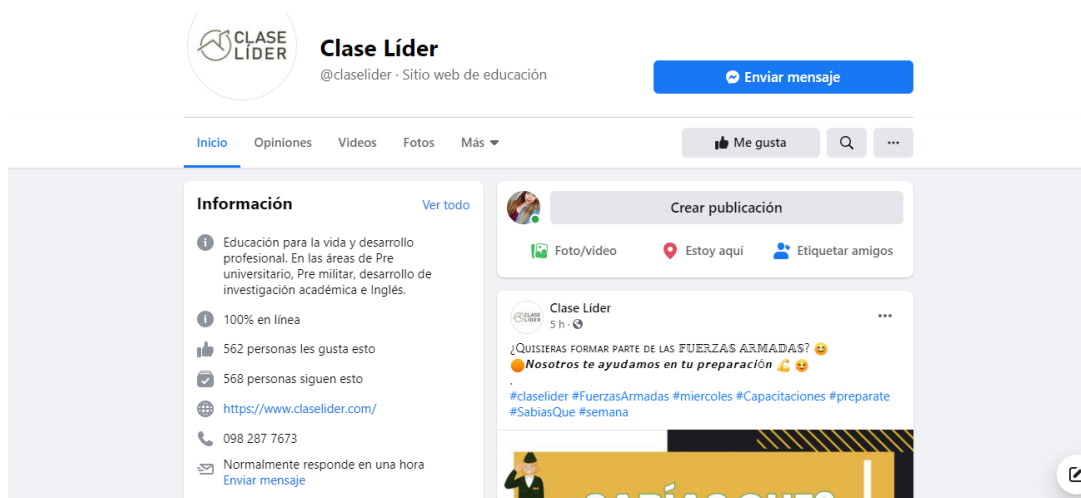
Las herramientas que está utilizando actualmente la empresa “Clase Líder” como canal de comunicación directo con sus clientes y posibles usuarios son las siguientes:

Página web

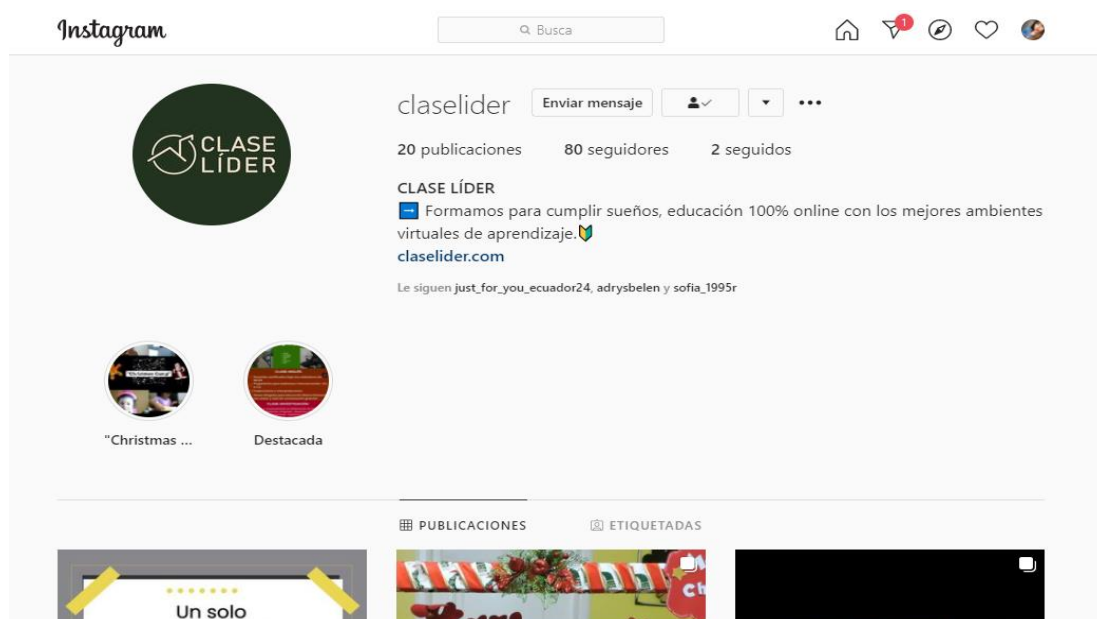


En la página web se encuentra especificado la información de cada uno de los servicios que ofrecen, quienes son, enlace para el campus virtual y los contactos de un asesor si desea solicitar el servicio o más información.

Facebook



Instagram



En las redes sociales se publican los diferentes servicios que ofertan, las promociones, también se publican videos de los cursos que se han estado impartiendo para que los usuarios se sientan tranquilos que es una empresa seria y confiable.

Estrategias

Actualmente las redes sociales son medios muy útiles para promocionar diferentes negocios y llegar a cualquier parte del mundo, en este caso primordialmente se busca atraer a más usuarios de la ciudad de Riobamba, además que la empresa ofrece servicios de forma online son herramientas fundamentales en el negocio por lo que para mejorar la comunicación con sus clientes se utilizarán algunas estrategias que se presentan a continuación:

- En Google se utilizará Google AdWords que “es el programa de publicidad que permite crear anuncios que se muestran a los usuarios que buscan información relacionada con unas palabras clave (keywords) concretas”. (Antevenio, 2015)

De esta manera, los posibles clientes podrán encontrar fácilmente a Clase Líder al momento de colocar palabras relacionadas a trabajos de investigación, inglés, cursos militares, proyectados de grado, tesis, preuniversitario y más palabras que relacionen a los servicios que ofrece.

Por lo cual, para iniciar se utilizará el de \$5 diarios y este ofrece que aproximadamente se obtendrá 1590-2660 clics en el anuncio cada mes.

Google Ads | Comience a llegar a más usuarios

639-645-1048
nataygaby13@gmail.com

Seleccionar una opción de presupuesto Moneda: dólar estadounidense (USD)

USD5 promedio diario · Máximo mensual: USD152
Obtenga aproximadamente 1,590-2,660 clics en el anuncio cada mes

Recomendaciones para usted

USD8 promedio diario · Máximo mensual: USD243 ✓
Obtenga aproximadamente 2,540-4,250 clics en el anuncio cada mes

USD12 promedio diario · Máximo mensual: USD365
Obtenga aproximadamente 3,810-6,370 clics en el anuncio cada mes

Establecer mi propio presupuesto

Solo paga por los clics en su anuncio. Algunos días, puede invertir menos que su promedio diario y, otros días, puede invertir más. Sin embargo, en todo el mes, no pagará más que su máximo mensual. [Más información](#)

- En Facebook se utilizará Facebook Ads que “se basa en el sistema de pago por click o en el pago por cada mil impresiones que reciba tu anuncio. Se marca una impresión cada vez que se muestra el anuncio en Facebook”. (Andrea, 2020)

Existen 14 tipos de campañas publicitarias, pero para la empresa se utilizará:

- Atraer personas al sitio web
- Promocionar publicaciones
- Mejorar el reconocimiento de marca

Por este servicio, se está pagando \$45 mensuales con la finalidad de que estas publicaciones lleguen a más personas para que el negocio crezca.

- En Instagram también se utilizará el servicio de Facebook para promocionarla, el cual ofrece que los resultados diarios estimados serán: Personas alcanzada 842- 2.4 mil y la interacción de la publicación será de 103- 299, ya que algunos usuarios utilizan más esta aplicación. Por este servicio se cancelará \$40 mensuales.
- Para mejorar las imágenes de publicidad que se estén posteando en las diferentes redes sociales se utilizará la aplicación Canvas, la cual ofrece herramientas de diseños y plantillas prediseñadas.

Objetivo Operativo: Mejorar la calidad del servicio que ofrece “Clase Líder” y la productividad de los empleados con la ayuda de un plan operativo.

Estrategias

- Definir la localización y la distribución del establecimiento con sus características para ofrecer los servicios presencialmente.
- Desarrollar un flujograma para que los empleados tengan presente cual es el proceso a realizar al momento que un cliente requiera el servicio.

➤ **Plan Operativo**

El establecimiento que se ha elegido para realizar esta actividad económica se ubica en las calles 5 de Junio y Ayacucho debido a que es un lugar concurrido y cumple con las condiciones que se estaba buscando como es el arriendo a un buen precio con respecto a los demás lugares que se ha visitado, el lugar es amplio y se espera lograr atraer la mayor cantidad de clientes.



Distribución del establecimiento



Características del establecimiento

Cabe destacar de que se trata de un local alquilado, puesto que la compra del mismo sería una fuerte inversión para un negocio que aún no es muy conocido en el mercado. Pero no hay que quitar la posibilidad que más adelante la empresa alcance mayor estabilidad y reconocimiento, lo que se podría plantear la adquisición de un local.

A continuación, se va a detallar las características que tendrá el establecimiento de servicios educativos Clase Líder:

El local será de 10x15 metros el cual será distribuido por 6 estancias.

- El primero será destinado para la oficina del coordinador general.
- 1 sala de reuniones para discutir temas relacionados a la empresa, entre coordinador general y docentes.
- 2 aulas para impartir las clases que solo dispondrá para el acceso de 8 estudiantes por clase debido a la situación de pandemia, se requiere que se respete el distanciamiento social y no aglomeraciones.
- 1 baño
- Área designada a recepción, ubicada a la entrada del establecimiento.

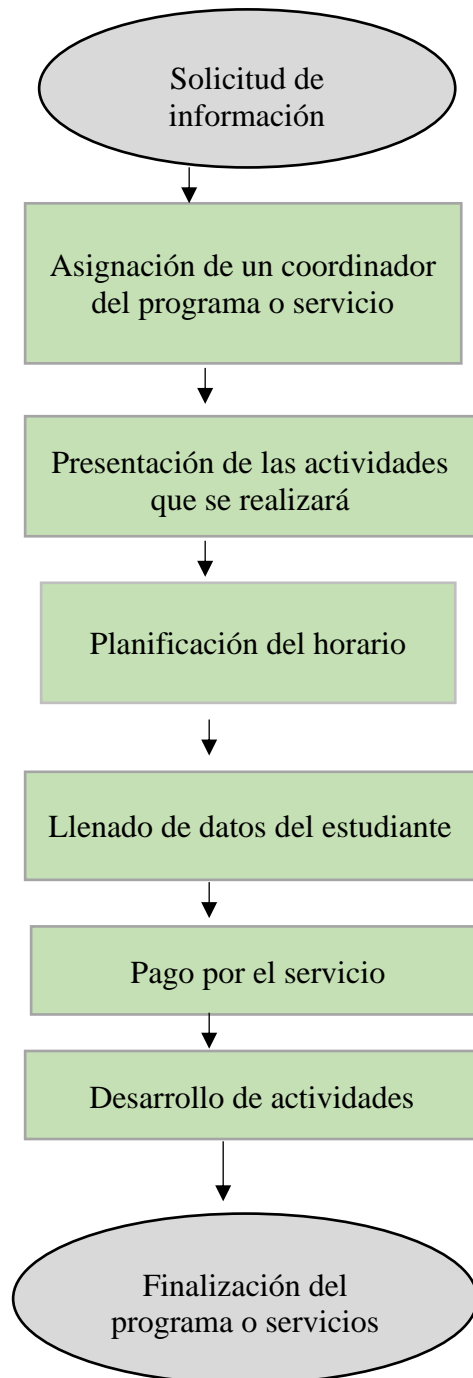
Se instalará un sistema de ventilación centralizado.

Cada área del establecimiento cuenta con un sistema de luminosidad.

Contará con la señalización respectiva en caso de que se tenga que salir inesperadamente.

Afiches recordando las normas de bioseguridad.

Flujograma de los servicios educativos



La empresa “Clase Líder” para una correcta atención y satisfacción al usuario debe realizar los siguientes procesos:

Solicitud de información: El usuario al ingresar a las diferentes plataformas digitales solicita al asesor la información requerida

Asignación de un coordinador del programa o servicio: El asesor le asigna un coordinador del programa o servicio que ha solicitado.

Presentación de las actividades que se realizará: El coordinador del programa o servicio que ha solicitado le indicará cuales son las actividades que se realizará.

Planificación del horario: se establecerá el horario que mejor le convenga al cliente.

Llenado de ficha de matrícula del estudiante: el cliente deberá llenar la información requerida.

Pago por el servicio: El cliente realizará el pago por el servicio solicitado.

Desarrollo de actividades: serán de acuerdo al servicio solicitado.

Finalización del programa o servicio

- **Aspecto Legal**

Permisos municipales

Los permisos municipales necesarios para el funcionamiento del establecimiento son tomados de la página web del Ilustre Municipio de Riobamba, registrados en la Dirección Financiera en el área de Servicio de Rentas Municipales, de los cuales se detallan a continuación:

Inscripción en el registro de actividades económicas para personas naturales

- Copia del RUC. o Copia de la cédula y certificado de votación.
- Nombre completo del dueño de casa donde funciona la actividad económica, este requisito es usado para identificar el predio donde funciona la actividad económica.

Pago de patente municipal personas naturales

- Copia de la declaración de Impuesto a la Renta para quienes estén obligados a declarar.
- Copia de la declaración de impuesto al IVA de hasta 3 meses anteriores para quienes sus ingresos no superan la fracción básica del pago de impuesto.
- Copia del RUC para quienes se acogen al RISE.

Obligaciones tributarias posteriores al registro de la actividad

- Realizar mensualmente la declaración del IVA.
- Realizar la declaración del Impuesto a la Renta si sus ingresos superan la fracción básica.
- Declarar y pagar cada año el impuesto a la patente municipal con la presentación de la Declaración de IVA de hasta 3 meses anteriores, o la declaración del Impuesto a la Renta en caso de estar obligado. (Dueñas, 2015, p. 157-158)

➤ **Plan Administrativo**

Objetivo operativo: Elaborar la estructura documental de la gestión de la empresa “Clase Líder” mediante un plan administrativo.

Objetivo operativo: Elaborar la estructura documental de la gestión de la empresa “Clase Líder” mediante un plan administrativo.

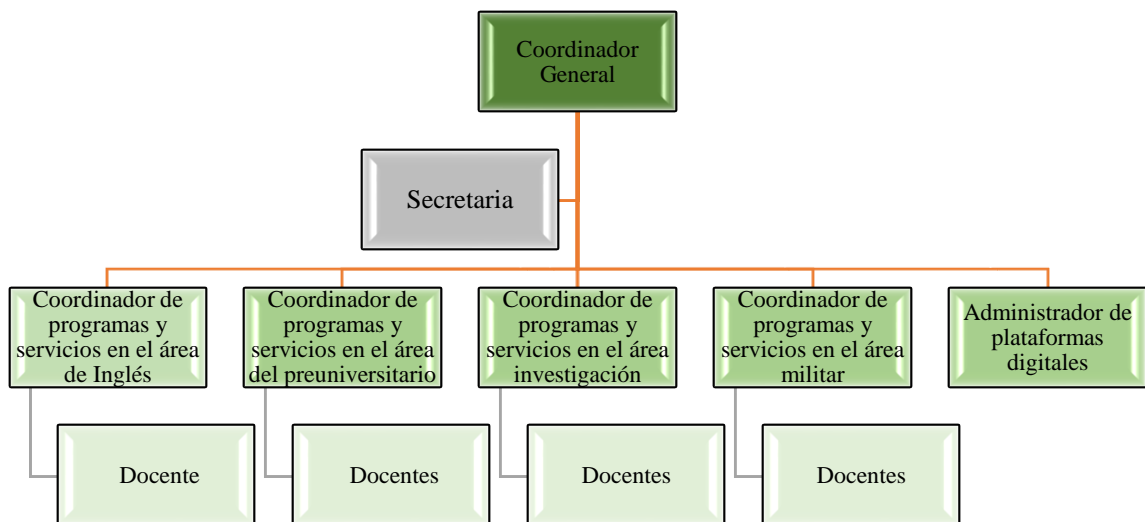
Estrategias

- Mejorar el organigrama de la empresa “Clase Líder”

- Describir cada una de las funciones de los miembros de la empresa para distribuir de mejor manera las actividades y que no exista sobre carga de trabajo.
- Evaluar a los miembros de la organización para conocer los aspectos que se deben mejorar.
- Motivar constantemente en reuniones a los miembros de Clase Líder que deben considerar al usuario como el activo más valioso de la empresa, el cual tiene la expectativa de obtener un servicio de calidad por la inversión realizada.

Plan Administrativo

Organigrama de Clase Líder



Descripción de los puestos de trabajo

En esta parte se describirá las funciones y tareas que debe desarrollar cada trabajador dependiendo del puesto que desempeñe.

- **Coordinador general**

Este cargo es desempeñado por el fundador de la empresa, el cual desarrollara las siguientes funciones:

- **Administración y gestión del negocio:** Tiene la responsabilidad llevar la contabilidad del negocio, dirigir y evaluar las gestiones de los docentes de la empresa. Además, se encarga de planificar, coordinar y controlar todas las actividades que se realizan en la empresa. También tiene la tarea de verificar que se esté actualizando la página web, así como las redes sociales de “Clase Líder”, ya que son herramientas que ayuden a captar a más clientes.

- **Acción comercial:** El coordinador tiene la función de decidir las estrategias comerciales que deban llevarse a cabo en la empresa, también de las reuniones que tenga fuera de la empresa con la finalidad de dar a conocer al negocio y promocionar los distintos servicios que ofrece.
- **Gestión del personal:** El coordinador general es quien se encarga de seleccionar a los docentes y demás personal que se necesite en “Clase Líder”.

Secretaria

- La secretaria tiene la función de llevar la base de datos los estudiantes inscritos
- Otorgar la información a los clientes sobre los servicios que se ofrece.
- Reportar al coordinador general los estudiantes inscritos para asignar a los docentes.
- Registrar las horas que se deben pagar a los docentes y, además, verifica que se estén realizando los pagos correspondientes de los servicios educativos.
- Medir la temperatura al momento de ingreso de las personas y verificar que cumplan con las normas de bioseguridad, es decir que las personas utilicen mascarilla y que se desinfecten sus manos.

Docentes

En el caso de los cursos de inglés imparten 2 docentes, en las asesorías de trabajos investigativos se encargan 2 docentes, para el preuniversitario las imparten 2 docentes y para las clases para ingreso de escuelas militares se encargan 2 docentes.

- Los docentes tienen la tarea de impartir las clases que le corresponden en los horarios establecidos.
- Coordinar los horarios elegidos por los clientes.
- Planificar los contenidos que se van a impartir en las clases asignadas.
- Entregar informes de las actividades que realice con los estudiantes.

Coordinador de programas y servicios

- Supervisar y controlar que se estén realizando las actividades planificadas de acuerdo al área asignada.
- Informar al Coordinador General sobre el cumplimiento de las actividades relacionadas con el área académica asignada de Clase Líder.
- Realizar un seguimiento de los requerimientos de los clientes.
- Promover el desarrollo de propuestas académicas nuevas.

Administrador de las plataformas digitales

- Tiene la función de publicar la información en las diferentes herramientas como Facebook, Instagram y la página web oficial.
- Crear los anuncios de los servicios que ofertan “Clase Líder”.

- Desarrollar estrategias de contenidos para las plataformas anteriormente mencionadas y medir los resultados con la finalidad de mantener un control de los aspectos que puedan afectar a la imagen de la empresa.

Evaluación de desempeño

A los miembros de la empresa “Clase Líder” se aplicará una evaluación de desempeño con la finalidad de realizar un seguimiento del desenvolvimiento de los mismos y tomar medidas correctivas en caso de ser necesario.

La evaluación se la puede aplicar en cualquier momento que lo considere el Coordinar General, pero se recomienda que se aplique como mínimo 2 veces al año.

Identificación del evaluado					
Nombre y Apellido					
C.I					
Cargo			Área		
Criterios de evaluación	1	2	3	4	5
Calidad de trabajo					
Creatividad					
Trabajo en equipo					
Cumplimiento de las actividades asignadas					
Comunicación					
Participación activa en mejoras metodológicas					
Capacidad de asimilar las sugerencias de los clientes					
Evaluador					
Periodo de evaluación					

Cronograma de reuniones con el personal

Para siempre mantener un dialogo con sus trabajadores, se realizarán reuniones en donde se tratarán temas sobre mejoras para el desenvolvimiento de “Clase líder”, charlas de motivación, así también despejar cualquier inquietud de los miembros y se darán a conocer al mejor trabajador del mes. Estas reuniones se realizarán mediante zoom o en el establecimiento.

Semana	Hora	Tema
Primera semana	19:00-20:00	Charla motivacional
Segunda semana	19:00-20:00	Estrategias o inquietudes a tratar
Cuarta semana	19:00-20:00	Reconocimiento al mejor trabajador del mes e incentivo.

Objetivo operativo: Aumentar la rentabilidad de la empresa “Clase Líder” mediante el desarrollo de un plan financiero.

Estrategias

- Determinar la inversión fija, diferida y capital de trabajo con la implementación de un establecimiento.
- Proyectar ventas y egresos.
- Elaborar estados financieros con la finalidad de conocer el desempeño financiero.
- Aplicar indicadores financieros.

Plan financiero

Inversión Fija

Para realizar las actividades de la empresa “Clase Líder”, se cuantifico una inversión en muebles y enseres de \$2288,00 los mismos que serán utilizados para adecuar las oficinas del Coordinador General, Sala de reuniones de los trabajadores, recepción y las aulas donde se impartirán las clases.

Así mismo, se cuantifico una inversión en equipo de cómputo de \$4117,00 ya que son los medio que se utilizan para impartir las clases.

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Muebles y enseres			\$ 2.288,00
Escritorio	1	\$ 195,00	\$ 195,00
Armario	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Silla giratoria	1	\$ 65,00	\$ 65,00
Silla de espera	2	\$ 35,00	\$ 70,00
Pupitres	16	\$ 45,00	\$ 720,00
Pizarras acrílicas	2	\$ 69,00	\$ 138,00
Mesa de reunión 210x120x78 cm metálica	1	\$ 210,00	\$ 210,00
Sillas	12	\$ 20,00	\$ 240,00
Mostrador recepción	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Mesa cafetera	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Equipo de cómputo			\$ 4.117,00
Laptop Lenovo V130 (14", Intel)	2	\$ 780,00	\$ 1.560,00
laptop ThinkPad T14 (14", Intel)	1	\$ 980,00	\$ 980,00
Impresora Epson L311	1	\$ 239,00	\$ 239,00
Proyector Epson	2	\$ 559,00	\$ 1.118,00
Tablet	1	\$ 220,00	\$ 220,00
ACTIVO INTAGIBLE			\$ 3.390,00
Moodle 3.9, dominio web cuentas correos, bases de datos, consultoría de dominios y servidores			\$ 2.640,00
ZOOM	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Microsoft 365	3	150	\$ 450,00
TOTAL			\$ 9.795,00

Inversión Diferida

Descripción	Valor total
Gastos de constitución	
Patente	\$ 500,00
Permisos (municipal, bomberos, sanitario)	\$ 500,00
Gastos de instalación	\$ 1.500,00
Permiso de publicación de artículos científicos	\$ 7.600,00
TOTAL	\$ 10.100,00

Capital de trabajo

Se ha considerado el cálculo del capital de trabajo para 5 meses.

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
MATERIALES DE OFICINA			
Perforadora	1	\$ 4,00	\$ 4,00
Grapadora	1	\$ 1,94	\$ 1,94
Saca grapas	1	\$ 2,00	\$ 2,00
Grapas (caja)	5	\$ 0,99	\$ 4,95
Clips (Cajas)	2	\$ 0,50	\$ 1,00
Resma de hojas	8	\$ 3,50	\$ 28,00
Macadores de tiza líquida (caja)	15	\$ 0,90	\$ 13,50
caja lapices	5	\$ 3,00	\$ 15,00
Esfero (caja)	2	\$ 4,30	\$ 8,60
Borrador (caja)	3	\$ 4,34	\$ 13,02
Folder	3	\$ 2,00	\$ 6,00
Borrador pizarra	2	\$ 0,60	\$ 1,20
MATERIALES DE ASEO			\$ -
Papel higiénico	5	\$ 1,00	\$ 5,00
Jabón Líquido	5	\$ 3,55	\$ 17,75
Dispensador de jabón Líquido	1	\$ 15,50	\$ 15,50
Toallas de papel (paquete)	5	\$ 1,59	\$ 7,95
Dispensador de toallas de papel	1	\$ 15,50	\$ 15,50
Desinfectante	5	\$ 4,50	\$ 22,50
Alcohol	6	\$ 2,20	\$ 13,20
Gel antibacterial	4	\$ 12,25	\$ 49,00
Trapeador	1	\$ 2,00	\$ 2,00

Escoba	1	\$ 1,50	\$ 1,50
Basurero baño	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Fundas de basura	6	\$ 1,00	\$ 6,00
ARRIENDO	5	\$ 250,00	\$ 1.250,00
SERVICIOS BÁSICOS			\$ -
Energía eléctrica	5	\$ 55,00	\$ 275,00
Agua potable	5	\$ 20,00	\$ 100,00
Internet	5	\$ 40,00	\$ 200,00
			\$ -
PUBLICIDAD	5	\$ 717,00	\$ 3.585,00
SUELDOS Y SALARIOS			\$ 29.000,00
TOTAL			\$ 34.670,11

Resumen de inversiones

DETALLE	VALOR
Inversiones fijas	\$ 9.795,00
Inversiones diferidas	\$ 10.100,00
Capital de trabajo	\$ 34.670,11
TOTAL	\$ 54.565,11

Remuneración del personal

N° DE PUESTOS	CARGO	SALARIO BÁSICO	APORTE IESS	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	TOTAL REMU. MENSUAL	TOTAL REMU. ANUAL
1	Coordinador general	\$ 400,00	\$ 44,60	\$ 33,33	33,3333333	\$ 16,67	\$ 483,33	\$ 5.800,00
1	Secretaria	\$ 400,00	\$ 44,60	\$ 33,33	33,3333333	\$ 16,67	\$ 483,33	\$ 5.800,00
9	Docentes	\$ 400,00	\$ 44,60	\$ 33,33	33,3333333	\$ 16,67	\$ 4.350,00	\$ 52.200,00
1	Administrador de plataformas digitales	\$ 400,00	\$ 44,60	\$ 33,33	33,3333333	\$ 16,67	\$ 483,33	\$ 5.800,00
TOTAL		\$ 1.600,00	\$ 178,40	\$ 133,33	\$ 133,33	\$ 66,67	\$ 5.800,00	\$ 69.600,00

Para las proyecciones de los sueldos y salarios se ha tomado como referencia el porcentaje de incremento de sueldo de los últimos años.

Proyección de las remuneraciones

N° DE PUESTOS	CARGO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Coordinador general	\$ 5.800,00	\$ 6.436,45	\$ 7.142,74	\$ 7.926,53	\$ 8.796,32
1	Secretaria	\$ 5.800,00	\$ 6.436,45	\$ 7.142,74	\$ 7.926,53	\$ 8.796,32
9	Docentes	\$ 52.200,00	\$ 57.928,04	\$ 64.284,63	\$ 71.338,74	\$ 79.166,92
1	Administrador de plataformas digitales	\$ 5.800,00	\$ 6.436,45	\$ 7.142,74	\$ 7.926,53	\$ 8.796,32
TOTAL		\$ 69.600,00	\$ 77.237,38	\$ 85.712,84	\$ 95.118,32	\$ 105.555,89

Presupuesto de marketing

Descripción	Cantidad	Valor mensual	Valor anual
Canvas	1	\$ 10,00	\$ 120,00
Publicidad hojas volantes	1	\$ 250,00	\$ 500,00
Publicidad facebook	1	\$ 45,00	\$ 540,00
Publicidad Instagram	1	\$ 40,00	\$ 480,00
Publicidad Google adwords	1	\$ 152,00	\$ 1.824,00
tarjeta digital	1	\$ 220,00	\$ 2.640,00
TOTAL		\$ 717,00	\$ 6.104,00

Proyección de las ventas

Ventas Preuniversitario

AÑO	DEMANDA	% PREUNIVERSITARIO	Nº ESTUDIANTES	DE PRECIO	INGRESOS PROYECTADOS
2021	293	16%	47	\$ 70,00	\$ 3.281,60
2022	299		48	\$ 72,80	\$ 3.482,75
2023	305		49	\$ 75,71	\$ 3.694,75
2024	311		50	\$ 78,74	\$ 3.918,13
2025	317		51	\$ 81,89	\$ 4.153,47

Ventas de asesoría de trabajos de investigación

AÑO	DEMANDA	% ASESORÍA EN TRABAJOS DE TITULACIÓN	Nº DE ESTUDIANTES	PRECIO	INGRESOS PROYECTADOS
2021	293	31%	91	\$ 800,00	\$ 72.664,00
2022	299		93	\$ 832,00	\$ 77.118,08
2023	305		95	\$ 865,28	\$ 81.812,22
2024	311		96	\$ 899,89	\$ 86.758,51
2025	317		98	\$ 935,89	\$ 91.969,60

Ventas de elaboración y publicación de artículos científicos

AÑO	DEMANDA	% ELABORACIÓN Y PUBLICACIÓN DE ARTÍCULOS CIENTÍFICOS	Nº DE ESTUDIANTES	PRECIO	INGRESOS PROYECTADOS
2021	293	18%	53	\$ 800,00	\$ 42.192,00
2022	299		54	\$ 832,00	\$ 44.778,24
2023	305		55	\$ 865,28	\$ 47.503,87
2024	311		56	\$ 899,89	\$ 50.375,91
2025	317		57	\$ 935,89	\$ 53.401,70

Ventas de preparación ingresos escuelas militares

AÑO	DEMANDA	% PREPARACIÓN INGRESOS ESC. MILITARES	Nº DE ESTUDIANTES	PRECIO	INGRESOS PROYECTADOS
2021	293	8%	23	\$ 210,00	\$ 4.922,40
2022	299		24	\$ 218,40	\$ 5.224,13
2023	305		24	\$ 227,14	\$ 5.542,12
2024	311		25	\$ 236,22	\$ 5.877,19
2025	317		25	\$ 245,67	\$ 6.230,20

Ventas de clases de inglés

AÑO	DEMANDA	% CLASES DE INGLÉS	Nº DE ESTUDIANTES	PRECIO	INGRESOS PROYECTADOS
2021	293	27%	79	\$ 80,00	\$ 6.328,80
2022	299		81	\$ 83,20	\$ 6.716,74
2023	305		82	\$ 86,53	\$ 7.125,58
2024	311		84	\$ 89,99	\$ 7.556,39
2025	317		86	\$ 93,59	\$ 8.010,26

Depreciación y amortización de los activos

Se utilizará el método de línea recta para calcular la depreciación. En los gastos de constitución se empleará una amortización del 20% para cada año.

Vida útil de activos

ACTIVO	VIDA ÚTIL	% DEPRECIACIÓN
Muebles y enseres	10	10%
Equipo de cómputo	3	33,33%

Depreciación y amortización de activos

DEPRECIACIÓN					
ACTIVO	AÑOS				
	2021	2022	2023	2024	2025
Muebles y enseres	\$205,92	\$205,92	\$205,92	\$205,92	\$205,92
Equipo de cómputo	\$914,93	\$914,93	\$914,93		\$914,93
TOTAL	\$1120,85	\$1120,85	\$1120,85	\$205,92	\$1120,85
AMORTIZACIÓN					
Gastos de constitución	\$2020	\$2020	\$2020	\$2020	\$2020
TOTAL	\$2020	\$2020	\$2020	\$2020	\$2020

Resumen de egresos

DETALLE	2021	2022	2023	2024	2025
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldo personal administrativo	\$ 17.400,00	\$ 19.309,35	\$ 21.428,21	\$ 23.779,58	\$ 26.388,97
Servicios básicos	\$ 1.380,00	\$ 1.380,00	\$ 1.380,00	\$ 1.380,00	\$ 1.380,00
Depreciación	\$ 1.120,85	\$ 1.120,85	\$ 1.120,85	\$ 205,92	\$ 1.120,85
Amortización de diferidos	\$ 2.020,00	\$ 2.020,00	\$ 2.020,00	\$ 2.020,00	\$ 2.020,00
útiles de oficina	\$ 56,98	\$ 56,98	\$ 56,98	\$ 56,98	\$ 56,98
Arriendo	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Materiales de aseo	\$ 204,26	\$ 204,26	\$ 204,26	\$ 204,26	\$ 204,26
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 25.182,09	\$ 27.091,44	\$ 29.210,30	\$ 30.646,74	\$ 34.171,07
GASTOS DE VENTAS					
Salario personal docente	\$ 52.200,00	\$ 57.928,04	\$ 64.284,63	\$ 71.338,74	\$ 79.166,92
Plataforma digital	\$ 3.390,00	\$ 3.390,00	\$ 3.390,00	\$ 3.390,00	\$ 3.390,00
Materiales de clase	\$ 141,44	\$ 141,44	\$ 141,44	\$ 141,44	\$ 141,44
Publicidad	\$ 8.604,00	\$ 8.604,00	\$ 8.604,00	\$ 8.604,00	\$ 8.604,00
Subtotal Gastos de ventas	\$ 64.335,44	\$ 70.063,48	\$ 76.420,07	\$ 83.474,18	\$ 91.302,36
Gastos financieros	\$ 5.858,79	\$ 4.889,78	\$ 3.761,66	\$ 2.448,30	\$ 919,30
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	\$ 95.376,33	\$ 102.044,70	\$ 109.392,03	\$ 116.569,22	\$ 126.392,73

Amortización del financiamiento

Institución Financiera		BanEcuador	
Tasa de interés		15,30%	
Plazo		5 años	
Moneda		Dólares	

AMORTIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO				
PERIODOS	AMORTIZACIÓN	INTERÉS	CAPITAL PAGADO	SALDO
				\$ 40.923,83
1	\$ 980,03	\$ 521,77	\$ 458,25	\$ 40.465,58
2	\$ 980,03	\$ 515,93	\$ 464,10	\$ 40.001,48
3	\$ 980,03	\$ 510,01	\$ 470,01	\$ 39.531,47
4	\$ 980,03	\$ 504,02	\$ 476,01	\$ 39.055,46
5	\$ 980,03	\$ 497,95	\$ 482,08	\$ 38.573,38
6	\$ 980,03	\$ 491,81	\$ 488,22	\$ 38.085,16
7	\$ 980,03	\$ 485,58	\$ 494,45	\$ 37.590,71
8	\$ 980,03	\$ 479,28	\$ 500,75	\$ 37.089,96
9	\$ 980,03	\$ 472,89	\$ 507,14	\$ 36.582,83
10	\$ 980,03	\$ 466,43	\$ 513,60	\$ 36.069,22
11	\$ 980,03	\$ 459,88	\$ 520,15	\$ 35.549,07
12	\$ 980,03	\$ 453,25	\$ 526,78	\$ 35.022,29
13	\$ 980,03	\$ 446,53	\$ 533,50	\$ 34.488,79

14	\$ 980,03	\$ 439,73	\$ 540,30	\$ 33.948,49
15	\$ 980,03	\$ 432,84	\$ 547,19	\$ 33.401,30
16	\$ 980,03	\$ 425,86	\$ 554,17	\$ 32.847,14
17	\$ 980,03	\$ 418,80	\$ 561,23	\$ 32.285,91
18	\$ 980,03	\$ 411,64	\$ 568,39	\$ 31.717,52
19	\$ 980,03	\$ 404,39	\$ 575,63	\$ 31.141,88
20	\$ 980,03	\$ 397,05	\$ 582,97	\$ 30.558,91
21	\$ 980,03	\$ 389,62	\$ 590,41	\$ 29.968,51
22	\$ 980,03	\$ 382,09	\$ 597,93	\$ 29.370,57
23	\$ 980,03	\$ 374,47	\$ 605,56	\$ 28.765,01
24	\$ 980,03	\$ 366,75	\$ 613,28	\$ 28.151,74
25	\$ 980,03	\$ 358,93	\$ 621,10	\$ 27.530,64
26	\$ 980,03	\$ 351,01	\$ 629,02	\$ 26.901,62
27	\$ 980,03	\$ 342,99	\$ 637,04	\$ 26.264,59
28	\$ 980,03	\$ 334,87	\$ 645,16	\$ 25.619,43
29	\$ 980,03	\$ 326,64	\$ 653,38	\$ 24.966,05
30	\$ 980,03	\$ 318,31	\$ 661,71	\$ 24.304,33
31	\$ 980,03	\$ 309,88	\$ 670,15	\$ 23.634,18

32	\$ 980,03	\$ 301,33	\$ 678,70	\$ 22.955,49
33	\$ 980,03	\$ 292,68	\$ 687,35	\$ 22.268,14
34	\$ 980,03	\$ 283,92	\$ 696,11	\$ 21.572,03
35	\$ 980,03	\$ 275,04	\$ 704,99	\$ 20.867,04
36	\$ 980,03	\$ 266,05	\$ 713,98	\$ 20.153,06
37	\$ 980,03	\$ 256,95	\$ 723,08	\$ 19.429,98
38	\$ 980,03	\$ 247,73	\$ 732,30	\$ 18.697,68
39	\$ 980,03	\$ 238,39	\$ 741,63	\$ 17.956,05
40	\$ 980,03	\$ 228,94	\$ 751,09	\$ 17.204,96
41	\$ 980,03	\$ 219,36	\$ 760,67	\$ 16.444,29
42	\$ 980,03	\$ 209,66	\$ 770,37	\$ 15.673,93
43	\$ 980,03	\$ 199,84	\$ 780,19	\$ 14.893,74
44	\$ 980,03	\$ 189,89	\$ 790,13	\$ 14.103,60
45	\$ 980,03	\$ 179,82	\$ 800,21	\$ 13.303,40
46	\$ 980,03	\$ 169,62	\$ 810,41	\$ 12.492,98
47	\$ 980,03	\$ 159,28	\$ 820,74	\$ 11.672,24
48	\$ 980,03	\$ 148,82	\$ 831,21	\$ 10.841,03
49	\$ 980,03	\$ 138,22	\$ 841,81	\$ 9.999,23

50	\$ 980,03	\$ 127,49	\$ 852,54	\$ 9.146,69
51	\$ 980,03	\$ 116,62	\$ 863,41	\$ 8.283,28
52	\$ 980,03	\$ 105,61	\$ 874,42	\$ 7.408,86
53	\$ 980,03	\$ 94,46	\$ 885,57	\$ 6.523,30
54	\$ 980,03	\$ 83,17	\$ 896,86	\$ 5.626,44
55	\$ 980,03	\$ 71,74	\$ 908,29	\$ 4.718,15
56	\$ 980,03	\$ 60,16	\$ 919,87	\$ 3.798,28
57	\$ 980,03	\$ 48,43	\$ 931,60	\$ 2.866,68
58	\$ 980,03	\$ 36,55	\$ 943,48	\$ 1.923,20
59	\$ 980,03	\$ 24,52	\$ 955,51	\$ 967,69
60	\$ 980,03	\$ 12,34	\$ 967,69	\$ 0,00

Estado de situación inicial

EMPRESA "CLASE LÍDER"			
		ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL	
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2021			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVOS A LARGO PLAZO	
Bancos	\$ 34.670,11	Préstamo por pagar	\$ 40.923,83
ACTIVOS FIJOS		PATRIMONIO	
Muebles y enseres	\$ 2.288,00	Capital social	\$ 13.641,28
Equipo de Cómputo	\$ 4.117,00		
ACTIVOS INTANGIBLES			
Moodle 3.9, dominio web cuentas correos, bases de datos , consultoría de dominios y servidores (ACTIVOS INTANGIBLES)	\$ 2.640,00		
ZOOM	\$ 300,00		
Microsoft 365	\$ 450,00		
ACTIVO DIFERIDO			
Gastos de constitución	\$ 10.100,00		
TOTAL ACTIVO	\$ 54.565,11	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 54.565,11

Estado de resultados proyectados

EMPRESA "CLASE LÍDER"					
	ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO				
	PERIODO				
Ingresos	2021	2022	2023	2024	2025
Ingresos por servicios (preuniversitario)	\$ 3.281,60	\$ 3.482,75	\$ 3.694,75	\$ 3.918,13	\$ 4.153,47
Ingresos por servicios (asesoría de trabajos de titulación)	\$ 72.664,00	\$ 77.118,08	\$ 81.812,22	\$ 86.758,51	\$ 91.969,60
Ingresos por servicios (elaboración y publicación de artículos científicos)	\$ 42.192,00	\$ 44.778,24	\$ 47.503,87	\$ 50.375,91	\$ 53.401,70
Ingresos por servicios (preparación de ingreso escuelas militares)	\$ 4.922,40	\$ 5.224,13	\$ 5.542,12	\$ 5.877,19	\$ 6.230,20
Ingresos por servicios (cursos de inglés)	\$ 6.328,80	\$ 6.716,74	\$ 7.125,58	\$ 7.556,39	\$ 8.010,26
Total Ingresos	\$ 129.388,80	\$ 137.319,94	\$ 145.678,54	\$ 154.486,12	\$ 163.765,22
Gastos operacionales					
Gastos administrativos	\$ 25.182,09	\$ 27.091,44	\$ 29.210,30	\$ 30.646,74	\$ 34.171,07
Gastos de ventas	\$ 64.335,44	\$ 70.063,48	\$ 76.420,07	\$ 83.474,18	\$ 91.302,36
Gastos Financieros	\$ 5.858,79	\$ 4.889,78	\$ 3.761,66	\$ 2.448,30	\$ 919,30
Total Gastos operacionales	\$ 95.376,33	\$ 102.044,70	\$ 109.392,03	\$ 116.569,22	\$ 126.392,73
Utilidad Operacional	\$ 34.012,47	\$ 35.275,24	\$ 36.286,51	\$ 37.916,90	\$ 37.372,49
15% Participacion Trabajadores	\$ 5.101,87	\$ 5.291,29	\$ 5.442,98	\$ 5.687,53	\$ 5.605,87

Utilidad antes de impuestos	\$ 28.910,60	\$ 29.983,95	\$ 30.843,54	\$ 32.229,36	\$ 31.766,62
Impuesto a la renta	\$ 7.227,65	\$ 7.495,99	\$ 7.710,88	\$ 8.057,34	\$ 7.941,66
Utilidad o pérdida neta	\$ 21.682,95	\$ 22.487,97	\$ 23.132,65	\$ 24.172,02	\$ 23.824,97

Flujo de caja proyectado

EMPRESA "CLASE LÍDER"						
	FLUJO DE CAJA PROYECTADO					
Ingresos	0	2021	2022	2023	2024	2025
Ingresos por servicios (preuniversitario)		\$ 3.281,60	\$ 3.482,75	\$ 3.694,75	\$ 3.918,13	\$ 4.153,47
Ingresos por servicios (asesoría de trabajos de titulación)		\$ 72.664,00	\$ 77.118,08	\$ 81.812,22	\$ 86.758,51	\$ 91.969,60
Ingresos por servicios (elaboración y publicación de artículos científicos)		\$ 42.192,00	\$ 44.778,24	\$ 47.503,87	\$ 50.375,91	\$ 53.401,70
Ingresos por servicios (preparación de ingreso escuelas militares)		\$ 4.922,40	\$ 5.224,13	\$ 5.542,12	\$ 5.877,19	\$ 6.230,20
Ingresos por servicios (cursos de inglés)		\$ 6.328,80	\$ 6.716,74	\$ 7.125,58	\$ 7.556,39	\$ 8.010,26
Total Ingresos		\$ 129.388,80	\$ 137.319,94	\$ 145.678,54	\$ 154.486,12	\$ 163.765,22
Gastos operacionales		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos administrativos		\$ 25.182,09	\$ 27.091,44	\$ 29.210,30	\$ 30.646,74	\$ 34.171,07
Gastos de ventas		\$ 64.335,44	\$ 70.063,48	\$ 76.420,07	\$ 83.474,18	\$ 91.302,36
Gastos Financieros		\$ 5.858,79	\$ 4.889,78	\$ 3.761,66	\$ 2.448,30	\$ 919,30

Total Gastos operacionales		\$ 95.376,33	\$ 102.044,70	\$ 109.392,03	\$ 116.569,22	\$ 126.392,73
Utilidad Operacional		\$ 34.012,47	\$ 35.275,24	\$ 36.286,51	\$ 37.916,90	\$ 37.372,49
15% Participación Trabajadores		\$ 5.101,87	\$ 5.291,29	\$ 5.442,98	\$ 5.687,53	\$ 5.605,87
Utilidad antes de impuestos		\$ 28.910,60	\$ 29.983,95	\$ 30.843,54	\$ 32.229,36	\$ 31.766,62
Impuesto a la renta		\$ 7.227,65	\$ 7.495,99	\$ 7.710,88	\$ 8.057,34	\$ 7.941,66
Utilidad o pérdida neta		\$ 21.682,95	\$ 22.487,97	\$ 23.132,65	\$ 24.172,02	\$ 23.824,97
+ Depreciaciones		\$ 1.120,85	\$ 1.120,85	\$ 1.120,85	\$ 205,92	\$ 1.120,85
+ Amortizaciones		\$ 2.020,00	\$ 2.020,00	\$ 2.020,00	\$ 2.020,00	\$ 2.020,00
- Pago Préstamo (Capital)						
+ Valor de Salvamento						\$ 4.689,34
- Inversiones						
Fija	\$	9.795,00				
Diferida	\$	10.100,00				
Capital de Trabajo	\$	34.670,11				
= Flujo Neto de Efectivo	\$	(54.565,11)	\$ 24.823,81	\$ 25.628,82	\$ 26.273,51	\$ 26.397,94
					\$ 31.655,16	

➤ **Evaluación financiera del proyecto**

Valor actual neto (VAN)

Tasas de interés referenciales

Tasa	Porcentaje	Fecha
Tasa pasiva	15,30%	Febrero 2021
Tasa Activa	11,83%	Febrero 2021
Inflación	0,12%	Febrero 2021
Riesgo país	12,93%	Febrero 2021

Resumen de Flujo de caja

Años	Inversión inicial	Flujo de caja
0	\$ (54.565,11)	
1		\$ 24.823,81
2		\$ 25.628,82
3		\$ 26.273,51
4		\$ 26.397,94
5		\$ 31.655,16

CPK=(TIO*%RP) +(TA*%RA) +INFLACIÓN+ RIESGO PAÍS

CPK= (15,30%*25%) + (11,83%*75) +0,12%+12,93%

CPK= 25,75%

VAN= \$15223,35

El resultado del VAN es del \$15223,35, lo que nos muestra la viabilidad del proyecto porque al ser un valor positivo indica que este dinero puede ser invertido para generar una utilidad.

Tasa interna de retorno

TIR= 38,49%

La Tasa Interna de Retorno del proyecto es 38,04%; el cual supera a la tasa de descuento; indicando que el proyecto es atractivo para invertir porque presenta condiciones de rentabilidad.

Periodo de retorno de la inversión (PRI)

AÑOS	FNE	FNE ACTUALIZADOS	FNE ACTUALIZ. ACUMULADOS	Y
1	24823,8071	19740,99456	\$ 19.740,99	
2	25628,8199	16208,01722	\$ 35.949,01	
(a) 3	26273,5064	13213,56355	\$ 49.162,58 (c)	
4	26397,9421	(d) 10557,78062	\$ 59.720,36	
5	31655,1583	10068,10399	\$ 69.788,46	

$$\text{PRI} = a + \frac{b - c}{d}$$

$$\text{PRI} = 3 + \frac{54565,11 - 49162,58}{10557,78}$$

3 años 6 meses 4 días

El periodo de recuperación de la inversión para “Clase Líder” será en 3 años 6 meses y días.

Beneficio- Costo

AÑO	INGRESOS	EGRESOS
1	\$ 129.388,80	\$ 95.376,33
2	\$ 137.319,94	\$ 102.044,70
3	\$ 145.678,54	\$ 109.392,03
4	\$ 154.486,12	\$ 116.569,22
5	\$ 163.765,22	\$ 126.392,73

VAN ingresos= \$ 376.876,64

VAN egresos= \$ 282219, 23

$$\text{RBC} = \frac{\$ 376.876,64}{\$ 282219,23}$$

RBC= 1,33

Este indicador de relación beneficio/costo nos muestra que es de \$ 1,33; siendo mayor a 1 y por lo tanto este proyecto es rentable ya que por cada dólar invertido se genera una ganancia de 0,33 centavos.



epoch

Dirección de Bibliotecas y
Recursos del Aprendizaje

UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y
DOCUMENTAL

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 24 / 03 / 2022

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)	
Nombres – Apellidos: NATHALY GABRIELA QUISPE YUMISACA	
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL	
Facultad: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	
Carrera: FINANZAS	
Título a optar: LICENCIADA EN FINANZAS	
f. Analista de Biblioteca responsable: Ing. Rafael Inty Salto Hidalgo	
 Firmado electrónicamente por: RAFAEL INTY SALTO	 UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS DBRA DIRECCIÓN DE BIBLIOTECAS Y RECURSOS DEL APRENDIZAJE ESPOCH
0383-DBRA-UTP-2022	