

Pregrado



Carrera: Administración y Gestión Comercial

Asignatura (UIC): Gestión de la Innovación Administrativa

Trabajo de titulación previo a la obtención de título en:

Tecnólogo Superior Universitario en Administración
y Gestión Comercial

Tema: PLAN DE NEGOCIOS PARA
ASESORÍA Y NIVELACIÓN ACADÉMICA
EN LA CIUDAD DE QUITO.

Autor /s: Aguilar Taipe Zoila Paola

Martínez Guananga Valeria Carolina

Tutores: Mgst. Hilbert Villalba B.

Econ: Nicolás Collaguazo

Fecha: Agosto, 2025

Autora:



AGUILAR TAIPE ZOILA PAOLA

Título a obtener: Tecnólogo Superior Universitario en
Administración y Gestión Comercial.

Matriz: Sangolquí -Ecuador

Correo electrónico: paoaguilardm@hotmail.com

Autora:



MARTÍNEZ GUANANGA VALERIA CAROLINA

Título a obtener: Tecnólogo Superior Universitario en
Administración y Gestión Comercial.

Matriz: Sangolquí -Ecuador

Correo electrónico: karo_1995@yahoo.com

Dirigido por:



VILLALBA BEJARANO HILBERTH ALEXIS

Título: Ingeniero en Finanzas

Matriz: Sangolquí -Ecuador

Correo electrónico: hilberth.villalba@ister.edu.ec

Todos los derechos reservados.

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la Ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra para fines comerciales, sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual. Se permite la libre difusión de este texto con fines académicos investigativos por cualquier medio, con la debida notificación a los autores.

©2025 Tecnológico Universitario

Rumiñahui SANGOLQUÍ – ECUADOR

AGUILAR TAIPE ZOILA PAOLA

MARTÍNEZ GUANAGA VALERIA CAROLINA

**PLAN DE NEGOCIOS PARA ASESORÍA Y NIVELACIÓN ACADÉMICA EN LA
CIUDAD DE QUITO**

CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2025-ISTER-2-2.3

Sangolquí, 04 de Septiembre del 2025

MSc. Elizabeth Ordoñez
DIRECTORA DE DOCENCIA

MSc. Mónica Loachamín
COORDINADORA DE TITULACIÓN

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE
UNIVERSITARIO**

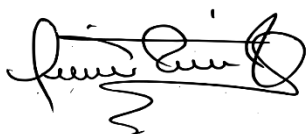
Presente

Por medio de la presente, yo, Zoila Paola Aguilar Taipe declaro y acepto en forma expresa lo siguiente: Ser autor del trabajo de titulación denominado Plan de Negocios para la Asesoría y Nivelación Académica en la ciudad de Quito, de la Tecnología Superior Universitaria Administración y Gestión Comercial; y a su vez manifiesto mi voluntad de ceder al Instituto Superior Tecnológico Rumiñahui con condición de Universitario los derechos de reproducción, distribución y publicación de dicho trabajo de titulación, en cualquier formato y medio, con fines académicos y de investigación.

Esta cesión se otorga de manera no exclusiva y por un periodo indeterminado. Sin embargo, conservo los derechos morales sobre mi obra.

En fe de lo cual, firmo la presente.

Atentamente,



ZOILA PAOLA AGUILAR TAIPE
C.I.: 1718291204

CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2025-ISTER-2-2.3

Sangolquí, 04 de Septiembre del 2025

MSc. Elizabeth Ordoñez
DIRECTORA DE DOCENCIA

MSc. Mónica Loachamín
COORDINADORA DE TITULACIÓN

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE
UNIVERSITARIO**

Presente

Por medio de la presente, yo, Valeria Carolina Martínez Guananga declaro y acepto en forma expresa lo siguiente: Ser autor del trabajo de titulación denominado Plan de Negocios para la Asesoría y Nivelación Académica en la ciudad de Quito, de la Tecnología Superior Universitaria Administración y Gestión Comercial; y a su vez manifiesto mi voluntad de ceder al Instituto Superior Tecnológico Rumiñahui con condición de Universitario los derechos de reproducción, distribución y publicación de dicho trabajo de titulación, en cualquier formato y medio, con fines académicos y de investigación.

Esta cesión se otorga de manera no exclusiva y por un periodo indeterminado. Sin embargo, conservo los derechos morales sobre mi obra.

En fe de lo cual, firmo la presente.

Atentamente,



VALERIA CAROLINA MARTÍNEZ GUANANGA
C.I.: 1751847102

FORMULARIO PARA ENTREGA DE PROYECTOS EN BIBLIOTECA INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE UNIVERSITARIO

CT-ANX-2025-ISTER-3

CARRERA:

**TECNOLOGÍA UNIVERSITARIA EN ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN
COMERCIAL**

AUTOR /ES:

**ZOILA PAOLA AGUILAR TAPE
VALERIA CAROLINA MARTÍNEZ GUANANGA**

TUTOR (METODOLÓGICO Y ACADÉMICO):

ING. HILBERTH VILLALBA Y ECON. NICOLÁS COLLAGUAZO

CONTACTO ESTUDIANTE:

0987435696

0999080063

CORREO ELECTRÓNICO:

paoaguilardm@hotmail.com

karo_1995@yahoo.com

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA ASESORÍA Y NIVELACIÓN ACADÉMICA EN
QUITO**

OPCIÓN DE TITULACIÓN:

UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

RESUMEN EN ESPAÑOL:

Este proyecto nace a partir de la necesidad de los estudiantes por tener una asesoría y nivelación de calidad, evitando de esta manera la deserción y cambio de carrera al momento de continuar los estudios de tercer nivel.

Poniendo en práctica la teoría financiera se ha comprobado que el plan de negocios es viablemente financiero a largo plazo y que el mismo nos va a permitir estar en constante innovación para poder brindar un servicio de calidad.

Aplicando estrategias de mercado asertivas podemos captar y fidelizar clientes con más facilidad, garantizando que nuestro plan de negocios a futuro será sostenible.

Realizando un correcto estudio de mercado se pueden optimizar los recursos disponibles para poder llegar a nuestro público objetivo.

Se prioriza también innovar con nuevas metodologías de estudio, apoyándonos en la tecnología como aliada para poder cubrir las necesidades de todos los estudiantes.

Como valor agregado se oferta una correcta orientación vocacional, que le permite al estudiante sentirse seguro y acompañado: en el antes, durante y después del proceso de asesoría y nivelación.

Considerando también la importancia de tener una presencia digital, para poder tener un mejor alcance. Garantizando poder llegar a más potenciales clientes.

PALABRAS CLAVE:

Estudiantes

Nivelación

Asesoría

Financiero

Servicio

ABSTRACT:

This project was created based on the need for students to receive quality counseling and placement, thus avoiding dropouts and career changes when continuing their third-level studies.

By putting financial theory into practice, it has been proven that the business plan is financially viable in the long term and will allow us to constantly innovate to provide quality service.

By applying assertive marketing strategies, we can more easily attract and retain clients, ensuring that our business plan will be sustainable in the future.

By conducting a proper market study, we can optimize available resources to reach our target audience.

We also prioritize innovation with new study methodologies, relying on technology as an ally to meet the needs of all students.

As an added value, we offer appropriate vocational guidance, allowing students to feel secure and supported: before, during, and after the counseling and placement process.

Also considering the importance of having a digital presence to achieve greater reach, ensuring we can reach more potential customers.

KEY WORDS:

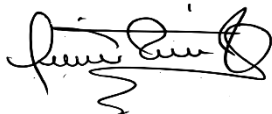
Student

Leveling

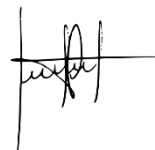
Counseling

Financial

Service



Firma del Estudiante
Zoila Paola Aguilar Taipe
C.I.: 1718291204



Firma del Estudiante
Valeria Carolina Martínez Guananga
C.I.: 1751847102

SOLICITUD DE PUBLICACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2025-ISTER-4

Sangolquí, 04 de Septiembre del 2025

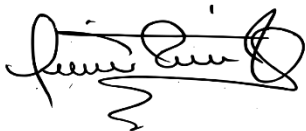
Sres.-

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE UNIVERSITARIO

Presente

Yo ZOILA PAOLA AGUILAR TAIPE, con C.I.: **1718291204** alumna de la Carrera ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN COMERCIAL, cedo al INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE UNIVERSITARIO, los derechos de publicaciones del presente trabajo de Titulación en el Repositorio Institucional para hacer uso de todos los contenidos con fines estrictamente académico o de investigación.

Atentamente,



Firma del Estudiante
Zoila Paola Aguilar Taipe
C.I.: **1718291204**

SOLICITUD DE PUBLICACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2025-ISTER-4

Sangolquí, 04 de Septiembre del 2025

Sres.-

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE UNIVERSITARIO

Presente

Yo VALERIA CAROLINA MARTÍNEZ GUANANGA, con C.I.: **1751847102** alumna de la Carrera ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN COMERCIAL, cedo al INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE UNIVERSITARIO, los derechos de publicaciones del presente trabajo de Titulación en el Repositorio Institucional para hacer uso de todos los contenidos con fines estrictamente académico o de investigación.

Atentamente,



Firma del Estudiante

Valeria Carolina Martínez Guananga

C.I.: **1751847102**

DEDICATORIA

A mi amado esposo, compañero de vida y motor de mis sueños. Tu apoyo inquebrantable, tu paciencia infinita, tus palabras de aliento, tu sabiduría y tu amor me impulsaron a dar lo mejor de mí en cada etapa de este proyecto, eres mi mayor fortaleza en este camino. Esta meta alcanzada también es tuya. ¡Lo Logramos juntos mi amor!

AGRADECIMIENTO

“El Señor es mi pastor, nada me faltará” Salmo 23

Elevo mi profundo agradecimiento a mi Padre Celestial, fuente de toda sabiduría, fortaleza e inspiración en cada paso de este camino gracias por darme la perseverancia para llegar hasta aquí. Tu guía fue mi luz y tu gracia, mi fortaleza.

A mi querido esposo Danny, compañero incondicional y mi mayor apoyo terrenal. Tu amor, paciencia y aliento fueron fundamentales para alcanzar esta meta. Gracias por creer siempre en mí y por ser mi roca.

A mis adoradas hijas Melany y Paula, mis pequeñas grandes maestras, quienes con su amor puro e incondicional me impulsaron a seguir adelante y me recordaron la importancia de perseguir mis sueños. Este logro también es por y para ustedes. ¡Las amo con todo mi corazón! Y ¡Gracias por inspirarme cada día!

Paola Aguilar.

DEDICATORIA

A mi Amado Esposo:

Mi amor eterno, quién me ha entregado su amor y apoyo incondicional en este arduo y gratificante camino, gracias por llenar mi vida de luz y esperanza siempre, por tus palabras de aliento y tu fe en mí, las cuales han sido un motor fundamental para poder continuar cuando las fuerzas me flaqueaban.

Este y todos mis logros están dedicados a ti mi amor.

A mis hijos:

Mis dos luceros, quienes han sido mis compañeros incondicionales, ustedes también son y serán mi fuente de inspiración.

Cada página escrita, fue inspirada por su ternura, su alegría, y la promesa de un futuro mejor. Que este logro les recuerde siempre que todo sueño es posible de alcanzar con esfuerzo, dedicación y amor.

AGRADECIMIENTO

Al Universitario Rumiñahui por haberme abierto las puertas de su institución para poder hacer realidad mi más anhelado sueño de obtener una Tecnología Universitaria, a todos los docentes de la carrera de Administración y Gestión Comercial, por ser empáticos en todo momento conmigo y por brindarme su apoyo incondicional cuando más lo necesité.

A mi compañera de grupo con quién hemos formado un buen equipo de trabajo y hemos podido sacar adelante el emprendimiento que inició siendo de su autoría. Gracias amiga

A mi amor eterno Cristian quién me impulsó, para lograr alcanzar mi sueño. Tu resiliencia y fortaleza son dignos de admirar, y también mi fuente diaria de inspiración. Siempre serás mi mejor maestro de vida, gracias mi amor por no soltar mi mano jamás y por amarme aún más en los días difíciles.

Con mucho orgullo puedo decir que ¡lo logré gracias a ti!

Valeria Martínez

INDICE

1.	CAPITULO I: INFORMACIÓN GENERAL DEL PROYECTO.....	12
1.1	Identificación del proyecto y problema.....	12
1.2	Tema	12
1.3	Antecedentes y contexto	12
1.4	Justificación	13
1.5	Objetivos de la investigación	14
1.5.1	Objetivo General.	14
1.5.2	Objetivos Específicos	14
1.6	Impactos.....	15
1.6.1	Social.....	15
1.7	Beneficiarios.....	16
1.7.1	Directos	16
1.7.2	Indirectos	16
2.	CAPITULO II: ESTUDIO DEL MERCADO.	17
2.1	Resultados esperados del estudio de mercado.....	17
2.2	Demanda.....	17
2.3	Oferta	18
2.4.	Ficha de Observación	18
		18
2.5	Encuestas y presentación de resultados.	21
2.5	Estrategias de mercado.....	31

2.6	Propuesta de valor digital.	15 32
3.	CAPITULO III: ESTUDIO TÉCNICO.	35
3.1	Localización	35
		35
3.2	Tamaño optimo	35
3.3	Distribución	36
3.1	Ingeniería del proyecto	37
3.1.1	Identificación del recurso humano.....	38
3.1.2	Identificación de recursos materiales.....	39
3.2	Proceso productivo	41
3.3	La casa de la calidad	42
4.	CAPITULO IV: ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	44
4.1.	Dirección Estratégica.	44
4.1.1.	Misión	44
4.1.2.	Visión.....	44
4.1.3.	Valores.	44
4.1.3.	Slogan.....	44
4.1.4.	Logotipo	45
4.2.	Análisis FODA	46
4.3.	Estructura Organizacional y funcional.	48
4.4.	Estudio Legal.	50
4.4.1	Tipo de empresa.....	50
4.5	Estudio ambiental / Objetivos de desarrollo sostenible.....	50
5.	CAPITULO V: ESTUDIO FINANCIERO	52

	16
5.1 Inversión Inicial.....	52
Capital de trabajo	53
5.3 Identificación de ingresos.....	53
5.4 Costos y gastos administrativos.....	54
5.5 Financiamiento	55
5.6 Flujo de caja	56
5.7 Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR).....	58
5.7 Costo beneficio.....	59
Conclusiones	60
Recomendaciones	61
Bibliografía.....	62
Anexo 1. Detalle de activos.....	64
Anexo 2. Tabla de amortización	65
Anexo 3. Balance General.....	67

Índice de Figuras

Figura 1.....	18
Figura 2.....	19
Figura 3.....	20
Figura 4.....	21
Figura 5.....	22
Figura 6.....	22
Figura 7.....	23
Figura 8.....	23
Figura 9.....	24
Figura 10.....	24
Figura 11.....	25
Figura 12.....	25
Figura 13.....	26
Figura 14.....	26
Figura 15.....	27
Figura 16.....	27
Figura 17.....	28
Figura 18.....	28
Figura 19.....	29
Figura 20.....	30
Figura 21.....	30
Figura 22.....	33
Figura 23.....	33

Figura 24.....	34
Figura 25.....	35
Figura 26.....	36
Figura 27.....	37
Figura 28.....	38
Figura 29.....	39
Figura 30.....	40
Figura 31.....	41
Figura 32.....	42
Figura 33.....	45
Figura 34.....	46
Figura 35.....	47
Figura 36.....	49
Figura 37.....	52
Figura 38.....	52
Figura 39.....	53
Figura 40.....	54
Figura 41.....	55
Figura 42.....	56
Figura 43.....	57
Figura 44.....	58
Figura 45.....	59

1. CAPITULO I: INFORMACIÓN GENERAL DEL PROYECTO.

1.1 Identificación del proyecto y problema.

Se pudo identificar que en Quito existe un número significativo de estudiantes que enfrentan problemas académicos y de aprendizaje debido a las modificaciones implementadas por las autoridades gubernamentales y la falta de atención personalizada en los salones de clases. Esta falta de atención ha generado vacíos en sus conocimientos, desmotivación y aumento de despreocupación académica.

La Naturaleza del proyecto en el ámbito educativo se enfoca en asesoría académica y preparación, dirigida a la educación secundaria y orientada a toma de decisiones en la formación de educación superior.

Ubicación Geográfica: Conocoto, Quito - Ecuador.

Propuesta de Valor: Brindar un servicio de excelente calidad que se ajuste a las necesidades personales de los alumnos, contando con expertos capacitados y con metodología actuales para conseguir un avance notable en su rendimiento escolar y fomentar su independencia en el aprendizaje.

1.2 Tema

Nombre del Proyecto: Plan de Negocios para Asesoría y Nivelación Académica en la Ciudad de Quito.

CIU 8550.01

1.3 Antecedentes y contexto

Parafraseando, las modificaciones en la educación, la adaptación en los planes de estudio y la implementación de herramientas tecnológicas han aumentado las dificultades en la enseñanza,

siempre ha existido un número de alumnos con variados ritmos de asimilación y necesidades particulares que demandan una atención mas individualizada, en Quito, estos obstáculos se intensifican debido a la diversidad económica en la disponibilidad de recursos .

Es fundamental entender la organización del sistema educativo en Ecuador, así como sus fortalezas, limitaciones y desafíos únicos que enfrentan los alumnos en distintos niveles. Quito cuenta con un elevado número de entidades educativas, que abarcan desde colegios hasta universidades y centros de formación técnica. Esta variedad genera una comunidad amplia y variada con requisitos académicos específicos, que abarca tanto la preparación para ingresar a estudios superiores como la mejora del desempeño en diferentes campos educativos.

La crisis Covid-19 ha intensificado estas demandas, resaltando la relevancia de enfoques educativos flexibles y adaptados a cada una de las necesidades, a pesar de la disponibilidad de educación, persisten dificultades como la participación en tareas académicas por parte de los alumnos, la asistencia personal que no siempre brinda el sistema tradicional, además de la fuerte competencia en el ámbito de ciertas carreras universitarias. (R Durán, J Stalin – 2022)

1.4 Justificación

Parafraseando, la variedad en los estilos de aprendizaje, sumados a los efectos de la pandemia y la inflexibilidad de ciertos sistemas educativos, demanda respuestas favorables para nuestro giro de negocio, un centro especializado puede proporcionar asistencia académica constante, para fortalecer las dificultades y proporcionar herramientas que motiven el éxito de los estudiantes con el fin de fortalecer la educación y mejorar las oportunidades académicas. (R Durán, J Stalin – 2022)

La experiencia de aprendizaje a distancia ha demostrado posibles deficiencias de aprendizaje durante una pandemia, la necesidad de nivelar y de un refuerzo académico se ha

vuelto aún más urgente para garantizar que todos los estudiantes puedan recuperar el ritmo y lograr los estándares de educación esperados.

En este contexto, la iniciativa se fundamenta en la inversión de este proyecto para ofrecer una asistencia educativa complementaria y personal para contribuir el desempeño escolar, fomentar el entusiasmo y la curiosidad por aprender y al final preparar a los alumnos para que construyan sus sueños de ser grandes profesionales con bases sólidas y puedan tener un futuro brillante y con más oportunidades a través de una educación de alta calidad.

1.5 Objetivos de la investigación

1.5.1 Objetivo General.

Diseñar un plan de negocios integral y viable para una empresa de asesoría académica y nivelación en la ciudad de Quito, donde se pueda identificar la demanda del mercado, analizar la competencia, definir una propuesta de valor diferenciado y definir las acciones y la estructura económica necesaria para su sostenibilidad y rentabilidad.

1.5.2 Objetivos Específicos

- Determinar la viabilidad financiera del plan de negocios para asesoría y nivelación académica
- Fortalecer las habilidades de estudio y desarrollar las técnicas de aprendizaje, la organización del tiempo, la lectura de comprensión y las habilidades de resolución de problemas al menos el 80% de nuestros estudiantes.
- Identificar y abordar las dificultades de aprendizaje con evaluaciones de diagnóstico para identificar áreas específicas donde los estudiantes tienen dificultades y diseñar planes de intervención personalizados para superar estos obstáculos durante un período.

1.6 Impactos

1.6.1 Social

Parafraseando, el plan de negocios para asesoría y nivelación académica en la ciudad de Quito, no solo busca la rentabilidad financiera, sino que también crear un impacto social positivo significativo en la comunidad educativa y en la sociedad en general, manifestándose de las siguientes maneras:

- Mayor Equidad Educativa e Inclusión Social.
- Reduciendo el fracaso escolar.
- Reducción de la delincuencia y la exclusión social a largo plazo ya que la educación es un factor clave para ofrecer alternativas y oportunidades a los jóvenes.

1.6.2 Económico

Como autoras de este proyecto tenemos la responsabilidad de sacar adelante el proyecto para poder tener un impacto económico rentable óptimo y esto contribuya con la economía de la sociedad, reflejándose de la siguiente manera:

- Generación de Empleo, la creación de un centro de asesorías y nivelación implicará la contratación de profesionales
- Ingresos para los entes reguladores y gobiernos estatales, el cobro de tarifas por los servicios de asesoría y nivelación generará Impuestos esto, contribuirá a la economía del país.
- El incentivo para otros sectores, el centro del centro puede crear demanda en otros sectores, como bienes raíces (alquiler de locales o compras), materiales de oficina y educativos, servicios de Internet y tecnología, transporte.(Jarrín Monteverde, J. F. (2015)

1.7 Beneficiarios

1.7.1 Directos

En este proyecto son aquellos que recibirán la asesoría inmediata y tangible de los servicios ofrecidos por la empresa. A continuación, se detallan los principales grupos:

- Propietarios y Socios.
- Empleados y Colaboradores.
- Clientes

1.7.2 Indirectos

Aquellas personas que no utilizan directamente los servicios del centro, pero que se ven afectados positivamente por su existencia y el éxito de los beneficiarios directos. Este grupo es más amplio e incluye:

- Padres y Familias de los Estudiantes
- Sociedad / Comunidad local
- Instituciones educativas.

2. CAPITULO II: ESTUDIO DEL MERCADO.

2.1 Resultados esperados del estudio de mercado.

El estudio de mercado se desarrolla para obtener información decisiva para evaluar la viabilidad y definir una estrategia comercial para los servicios académicos en Quito y poder alcanzar el éxito comercial. Con el estudio realizado tratamos de reducir la incertidumbre y tomar decisiones deliberadas antes de invertir en recursos significativos.

Detallamos las razones principales que llevan a realizar el estudio en la ciudad de Quito:

- Validar la existencia de una demanda real
- Identificar las necesidades y preferencias de los servicios.
- Analizar la competencia y el entorno del mercado.
- Establecer una estrategia de precios competitiva y rentable.
- Diseñar una propuesta de valor diferenciado.
- Evaluar la viabilidad financiera y reducir riesgos.

2.2 Demanda

Este análisis de mercado debe centrarse en la demanda actual y futura de servicios de tutorización y nivelación académica en la ciudad de Quito. En este contexto, la demanda se refiere al interés y capacidad que poseen los estudiantes para acceder a los servicios que la empresa proporciona, dentro de un rango de precios y un tiempo determinado.

Se debe llevar a cabo un análisis del sector relacionado con la demanda y las necesidades del estado que concierne, colaborando estrechamente con el Ministerio de Educación y la SENECYT. Estas instituciones gubernamentales llevan a cabo evaluaciones periódicas que frecuentemente muestran carencias en diversas áreas, lo que provoca una necesidad de nivelación académica.

2.3 Oferta

La oferta se refiere al conjunto de servicios de apoyo que la empresa está dispuesta y esta capaz de poner a disposición de los estudiantes y de sus familias en el mercado a un determinado precio, la oferta existente para identificar oportunidades y diseñar una propuesta de valor competitiva. El análisis de la oferta actual permite identificar posibles nichos y oportunidades para el nuevo plan de negocios.

2.4. Ficha de Observación

Es una herramienta estructurada, utilizada para recopilar datos de manera sistemática y objetiva del comportamiento específico en el mercado, sin la interacción directa de las entidades observadas, permite al investigador registrar lo que ve en un determinado entorno utilizando categorías y criterios predeterminados.

Figura 1.

Ejemplo de la ficha de observación Student Dreams

FICHA DE OBSERVACIÓN DE EMPRESAS DE ASESORIAS ACADEMICAS EN QUITO						
NOMBREDELAEMPRESA:	StudenDreams					FICHA. No 1
DIRECCION:	Shyris y Republica del Salvador					
PAGINAWEB:	https://studentdreams.info			TELEFONOS: 0982593623		
FECHADEOBSERVACIÓN:	05 de mayo de 2025			HORA INICIO: 08:30 HORA DE FINALIZACIÓN: 09:15		
NOMBREDELOBSERVADOR:	Paola Aguilar					
INDICADOR	PUNTUACIÓN					OBSERVACIÓN
	1	2	3	4	5	
Tiposdeserviciosofrecidos						Servicios de asesorias estudiantiles nacionales e internacionales
Precioy estructura deloscostos			x			Precios elevados para el mercado
Infraestructura y ambiente					x	Lugar muy bien estructurado
Metodologia dela enseñanza					x	Metodologia innovadora
Perfilesprofesionales					x	Excelentes profesionales, con grados de cuarto nivel de estudios
Estrategiasdemarketingy publicidad					x	Cuentan con un solido marketig que atrae clientes potenciales
Presencia online/digital					x	Estan presentes en todas las redes sociales
flujodeclientesinteresados					x	Cuentan con alto flujo de personas interesadas
Fortalezasobservadas						Todo el personal cuenta con una amplia experiencia en los servicios
Debilidadesobservadas						No cuenta con alianzas comerciales a nivel nacional
Observacionesgeneralesdel entorno						Empresa bien solida, para este giro de negocio

Nota: Representación gráfica de la ficha observación, empresa Student Dreams

Fortalezas

- Su localización es estratégica, lo cual los hace más visibles
- Cuentan con profesionales altamente calificados

Debilidades

- Precios muy altos
- No han realizado alianzas con colegios o instituciones de educación superior para poder captar más clientes

Figura 2.

Ficha Observación CAPCENTER

FICHA DE OBSERVACIÓN DE EMPRESAS DE ASESORIAS ACADEMICAS EN QUITO						
NOMBREDELAEMPRESA:	CAPCENTER					FICHA. No 2
DIRECCION:	Mónaco E3-26					
PAGINAWEB:	https://capcenterasesores.com			TELEFONOS: 0984827661		
FECHADEOBSERVACIÓN:	05 de mayo de 2025			HORA INICIO: 13:30 HORA DE FINALIZACIÓN: 14:45		
NOMBREDELOBSERVADOR:	Valeria Martinez					
INDICADOR	PUNTUACIÓN					OBSERVACIÓN
	1	2	3	4	5	
Tiposdeserviciosofrecidos						Servicios de asesorias estudiantiles y elaboracion de tesis
Precioy estructura deloscostos			x			Precios elevados para el mercado
Infraestructura y ambiente			x			Lugar muy bien estructurado
Metodologia dela enseñanza				x		Metodologia innovadora
Perfilesprofesionales					x	Excelentes profesionales, con grados de cuarto nivel de estudios
Estrategiasdemarketingy publicidad					x	Cuentan con un solido marketig que atrae clientes potenciales
Presencia online/digital					x	Estan presentes en todas las redes sociales
flujodeclientesinteresados			x			Cuentan con alto flujo de personas interesadas
Fortalezasobservadas			x			Todo el personal cuenta con una amplia experiencia en los servicios
Debilidadesobservadas	x					No cuenta con alianzas comerciales a nivel nacional
Observacionesgeneralesdel entorno			x			Empresa bien solida, para este giro de negocio

Nota: Representación gráfica de la ficha observación, empresa CAPCENTER

Fortalezas

- Empresa enfocada en un 80% en elaboración de tesis
- Tecnología de herramientas innovadoras

Debilidades

- Pese a la tecnología innovadora, no cuenta con un alto flujo de clientes
- No han realizado alianzas comerciales con colegios o instituciones de educación superior para poder captar más clientes

Figura 3.

Ficha Observación R&R Consultoría Académica

FICHA DE OBSERVACIÓN DE EMPRESAS DE ASESORIAS ACADEMICAS EN QUITO						
NOMBREDELAEMPRESA:	R&R Consultoria Academic					FICHA. No 3
DIRECCION:	10 Agosto y Alonso de Mercadilo					
PAGINAWEB:	https://www.ryrconsultoriaacademica.com			TELEFONOS: 098 721 3985		
FECHADEOBSERVACIÓN:	06 de mayo de 2025			HORA INICIO: 08:30 HORA DE FINALIZACIÓN: 09:15		
NOMBREDELOBSERVADOR:	Paola Aguilar					
INDICADOR	PUNTUACIÓN					OBSERVACIÓN
	1	2	3	4	5	
Tiposdeserviciosofrecidos	x					Servicios de asesorias estudiantiles nacionales e internacionales
Precioy estructura deloscostos			x			Precios elevados para el mercado
Infraestructura y ambiente					x	Lugar muy bien estructurado
Metodologia dela enseñanza					x	Metodologia innovadora
Perfilesprofesionales					x	Excelentes profesionales, con grados de cuarto nivel de estudios
Estrategiasdemarketingy publicidad					x	Cuentan con un solido marketig que atrae clientes potenciales
Presencia online/digital					x	Estan presentes en todas las redes sociales
flujodeclientesinteresados					x	Cuentan con alto flujo de personas interesadas
Fortalezasobservadas				x		Todo el personal cuenta con una amplia experiencia en los servicios
Debilidadesobservadas				x		No cuenta con alianzas comerciales a nivel nacional
Observacionesgeneralesdel entorno				x		Empresa bien solida, para este giro de negocio

Nota: Representación gráfica de la ficha de observación, R&R Consultaría Académica

Fortalezas

- Metodología personalizada
- Resultados comprobables y casos de éxito

Debilidades

- Su marketing no es muy enfocado al giro del negocio
- No han realizado alianzas comerciales con colegios o instituciones de educación superior para poder captar más clientes

2.5 Encuestas y presentación de resultados.

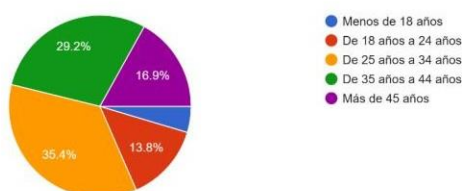
Las encuestas son un recurso valioso para la empresa ya que facilitan la recolección de datos esenciales acerca del nivel de satisfacción de los alumnos, eficacia de servicios, aspectos a mejorar y demandas emergentes.

Realizamos una encuesta de 18 preguntas a un grupo de 65 personas, teniendo el siguiente resultado:

Podemos observar en la Figura 4, que el 35.4% son menores de los 18 años de edad, estudiantes interesados en una asesoría estudiantil y el segundo porcentaje de 29.20% son adultos padres de familia o familiares que se interesan por las asesorías para sus hijos o familiares.

Figura 4.

¿Cuál es tu edad?

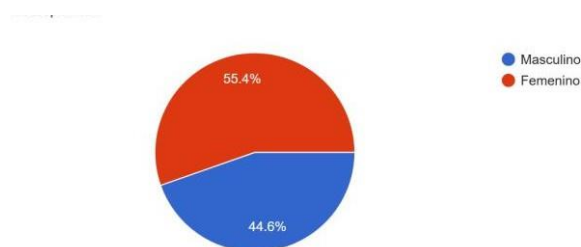


Nota: Representación gráfica de la edad de los encuestados

Podemos observar en la figura 5, que se identificó al 55.4% con el género femenino, mientras que el 44.6% indicó ser del género masculino. El mayor porcentaje corresponde al género femenino.

Figura 5.

¿Cuál es tu género?

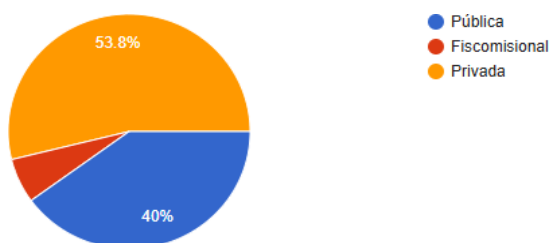


Nota: Representación gráfica del tipo de género de los encuestados

En la Figura 6, con el 53.8% de porcentaje que corresponde a instituciones educativas privadas y con el 40% de instituciones públicas, podemos evidenciar que existe mayor interés por parte del sistema educativo privado, estos resultados nos pueden dar un indicador del perfil socioeconómico de nuestro público objetivo.

Figura 6.

¿En qué tipo de institución estudiaste o estudias actualmente?



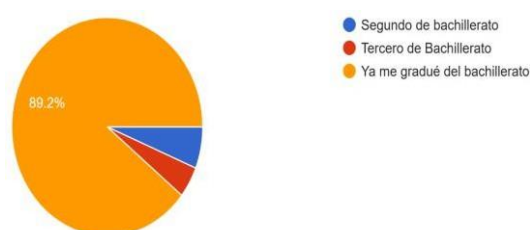
Nota: Representación gráfica del tipo de instituciones educativas en los cuales han estudiado los encuestados

El 89.2% ya se ha graduado del bachillerato, lo que la Figura 7 nos indica que el público objetivo de este proyecto está compuesto en su mayoría por personas que se encuentran en la

etapa posterior a la educación secundaria, considerando un mercado más amplio para ofertar los servicios de nuestra empresa.

Figura 7.

¿En qué año de bachillerato te encuentras actualmente?

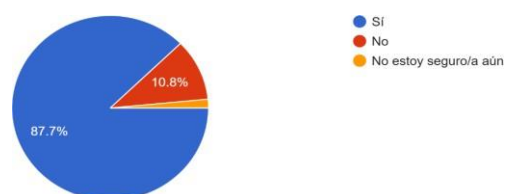


Nota: Representación gráfica del nivel de instrucción de los encuestados

El 87.7% representa el interés de nuestros encuestados por continuar con estudios universitarios o técnicos tras finalizar el bachillerato. En la Figura 8 se evidencia un porcentaje fuerte de motivación por parte de los jóvenes por seguir formándose académicamente.

Figura 8.

¿Te interesa continuar con estudios universitarios o técnicos una vez te gradúes?

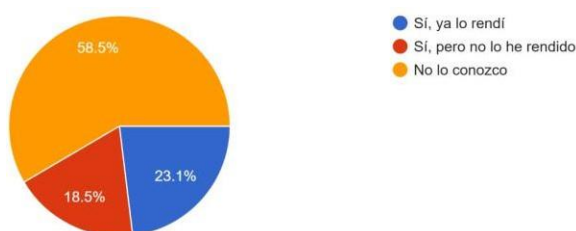


Nota: Representación gráfica de la preferencia de los encuestados por continuar con sus estudios de tercer nivel

El 58.5% no están familiarizados con el examen Transformar, como se indica en la Figura 9, lo cual es un porcentaje significativo, para estudiantes que quieren continuar con sus estudios de tercer nivel. Con este resultado podemos organizar más charlas informativas en los colegios, en las cuáles padres y estudiantes puedan conocer más detalles de este examen.

Figura 9.

¿Conoces el examen Transformar o lo has presentado antes?

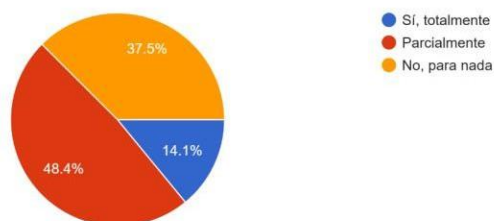


Nota: Representación gráfica del porcentaje de estudiantes que han rendido el examen Transformar.

En la figura 10 nos indica que existe un 48.4% opina que la preparación ha sido parcial, lo cual evidencia una sensación de que la formación recibida ha sido insuficiente o incompleta.

Figura 10.

¿Sientes que tu colegio te ha preparado adecuadamente para ingresar a la universidad?

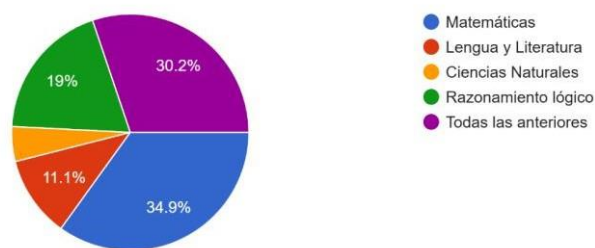


Nota: Representación gráfica basado en el nivel de preparación académica de los estudiantes para ingresar a la universidad

En la Figura 11 nos indica que el 34.9% de los encuestados identificó matemáticas como la materia en la que necesita más refuerzo, este resultado refleja la importancia de implementar un plan de refuerzo académico sólido en esta materia.

Figura 11.

¿En qué materia consideras que necesitas refuerzos?

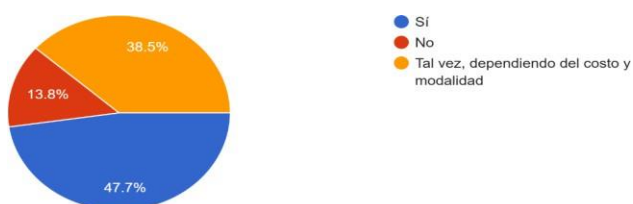


Nota: Representación gráfica de las materias académicas en las cuales necesitan refuerzo académico

En la Figura 12 nos indica que un 47.7% de los encuestados expresó un interés claro en recibir clases de nivelación, lo que evidencia una alta demanda de programas de preparación universitaria.

Figura 12.

¿Estarías interesado en recibir clases de nivelación para ingresar a la universidad?



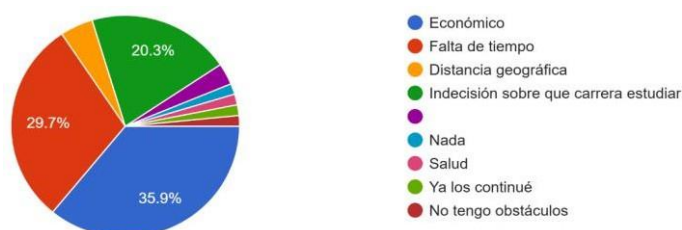
Nota: Representación gráfica del porcentaje de interesados en recibir asesoría académica

El 35.9% de los participantes señaló que el factor económico es la principal barrera

para seguir con sus estudios, podemos observar en la Figura 13 lo que evidencia la importancia de ofrecer alternativas de financiamiento, becas o programas accesibles.

Figura 13.

¿Cuáles son tus principales obstáculos para continuar con tus estudios de tercer nivel?

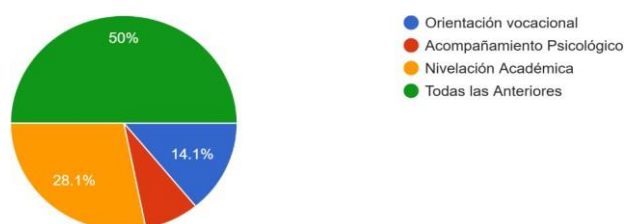


Nota: Representación gráfica de los principales problemas que presentan los estudiantes para continuar con sus estudios de tercer nivel.

El 50% de los encuestados seleccionó “todas las anteriores”, en la Figura 14 evidenciamos una alta demanda por recibir apoyo en los tres servicios que ofrecemos, dándonos una directriz clara para poder seguir mejorando día a día.

Figura 14.

¿Qué tipo de apoyo te gustaría recibir para prepararte académicamente antes de ingresar a una carrera universitaria?



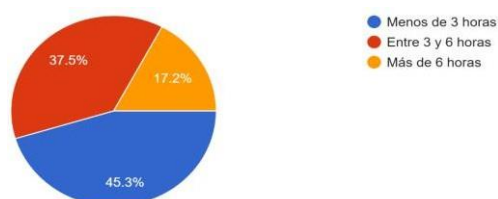
Nota: Representación gráfica del tipo de asesoría solicitado por los encuestados

El 45.3% de los encuestados señaló que estaría dispuesto a dedicar menos de 3 horas semanales, en la Figura 15 nos indica una alta preferencia por programas breves, flexibles y

cortos, probablemente esto es debido a la cantidad reducida de tiempo que se tiene ya que existen otras actividades (como estudios actuales, trabajo o responsabilidades personales).

Figura 15.

¿Cuántas horas a la semana estarías dispuesto a dedicar a un programa de preparación?

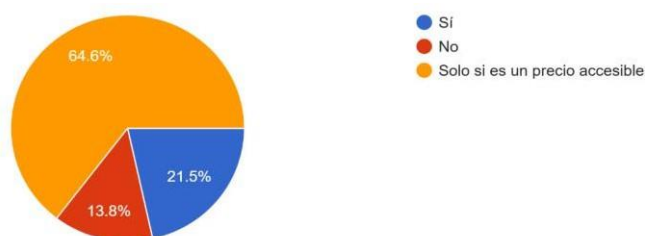


Nota: Representación gráfica del rango de horas que los encuestados están dispuestos a dedicar a la asesoría.

El 64.6% de los encuestados como se evidencia en la Figura 16 respondió que sí pagaría, siempre que el precio sea accesible. Esto nos indica que los estudiantes reconocen el valor del servicio, pero requieren que sea económicamente viable de acuerdo con sus posibilidades.

Figura 16.

¿Tendrías disponibilidad para pagar por este tipo de servicios?



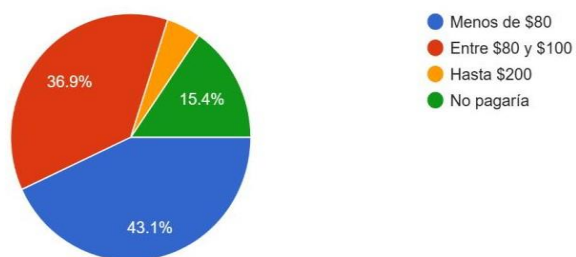
Nota: Representación gráfica de la disponibilidad de tiempo de los encuestados

En la Figura 17 refleja un porcentaje del 43.1% de los encuestados respondió que

pagaría menos de \$80 lo que nos indica que el presupuesto que se puede destinar a los programas de nivelación académica es un tanto reducido, en base a este resultado estamos en la obligación de diseñar paquetes de descuento para poder atender todas las necesidades de nuestros clientes.

Figura 17.

¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por un curso completo de preparación?

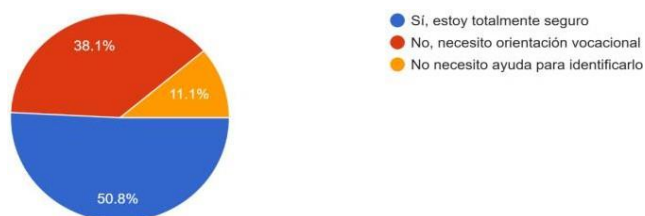


Nota: Representación gráfica de la solvencia económica a considerar para ofertar los servicios de asesoría

En la Figura 18 indica que un 50.8% de los encuestados afirmó tener total seguridad sobre la carrera que desea estudiar, lo que refleja que la mitad de los estudiantes tiene una decisión clara, posiblemente basada en experiencias previas, intereses personales o información familiar o institucional.

Figura 18.

¿Tienes decidida la carrera para continuar con tus estudios de tercer nivel?

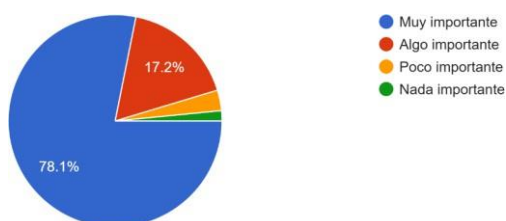


Nota: Representación gráfica del porcentaje de los encuestados que ya han decidido una carrera de tercer nivel

Un alto porcentaje del 78.1% se refleja en la Figura 19 se considera que este tipo de apoyo es muy importante, lo que refleja una necesidad emocional profunda en los jóvenes que atraviesan esta etapa decisiva. Este resultado nos indica la importancia de incorporar en el servicio no solo contenido académico, sino también un acompañamiento humano y empático.

Figura 19.

¿Qué tan importante es para ti recibir acompañamiento emocional durante tu preparación?

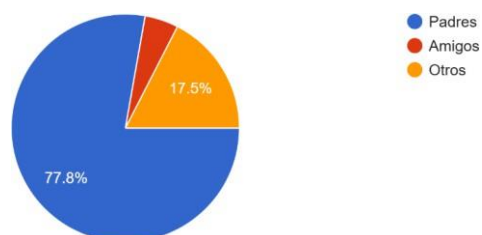


Nota: Representación gráfica del porcentaje de encuestados que consideran al acompañamiento emocional importante en el proceso de selección de carrera

El 77.8% de los encuestados señaló a los padres como su principal fuente de acompañamiento emocional, lo que muestra en la Figura 20 la importancia de la influencia y el rol fundamental de la familia en las decisiones académicas.

Figura 20.

¿De quién consideras importante el acompañamiento emocional para poder continuar tus estudios de tercer nivel?



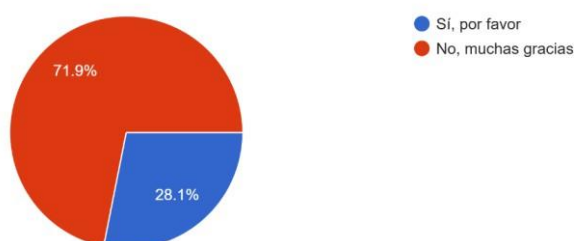
Nota:

Representación gráfica del porcentaje de encuestados que consideran el acompañamiento familiar fundamental para continuar sus estudios

En la Figura 21 nos indica un 28.1% de los estudiantes expresó que sí desea ser contactado, lo cual representa un grupo significativo de personas que demuestra un interés real hacia los servicios que se ofertan en nuestro emprendimiento.

Figura 21.

¿Te gustaría que te contactemos para brindarte información sobre nuestros cursos de nivelación académica y orientación vocacional?



Nota: Representación gráfica del porcentaje de encuestados que desean ser contactados posteriormente.

2.5 Estrategias de mercado.

Para elaborar un plan de negocios enfocado en tutorías y apoyo educativo en Quito, es fundamental crear tácticas de estrategias efectivas y variadas que se enfoquen en los estudiantes y su familia. Es importante tener en cuenta la ubicación y resaltar las aspiraciones del entorno de la empresa, lo cual identificamos lo siguiente para nuestro proyecto:

Marketing digital:

- Crear contenidos en sitios web(blog)con palabras claves
- Redes sociales (Facebook, Instagram, Tik Tok, LinkedIn, YouTube) de contenido educativo de valor, con testimonios reales de éxito.
- Segmentación de audiencia, especificando cuales serían nuestros clientes potenciales.

Alianzas estratégicas y Colaboraciones:

- Establecer convenios con instituciones educativas para ofrecer charlas gratuitas sobre técnicas de estudios, orientación vocacional y preparación para el ingreso a las universidades.
- Realizar talleres y seminarios con los padres de familia de como apoyar a los hijos académicamente.
- Realizar colaboraciones con influencers educativos para promocionar los servicios.

Marketing Directo:

- Distribución de volantes y folletos en las zonas cercanas de centros educativos.
- Anuncios en medio locales.

- Realizar eventos y ferias educativas.
- Ofrecer descuentos e incentivos a estudiantes o padres que refieran a nuevos clientes.
- Material POP como afiches, banners atractivos en las propias oficinas.

Diferenciación y propuesta de valor:

- Destacarnos por la atención personalizada y adaptarnos a las necesidades de cada cliente.
- Tener una metodología innovadora.
- Contar con una ubicación estratégica, fácil de llegar.
- Ofrecer varias opciones referentes a los horarios, para poder ajustarnos a su bienestar.
- Contar con un equipo experto de profesionales.

Estrategias de Precios:

- Ofrecer paquetes flexibles
- Descuentos o incentivos por pronto pago.
- Becas parciales o ayudas económicas para casos especiales.

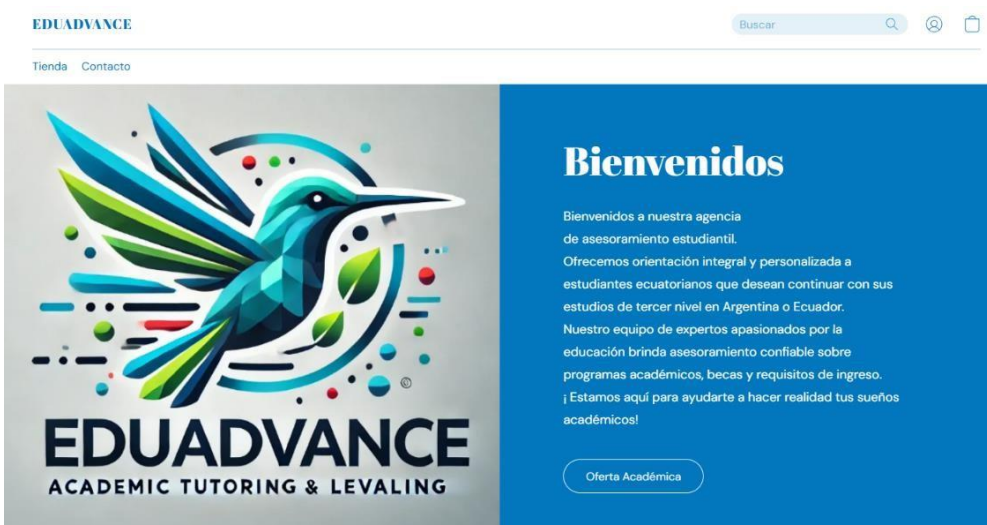
2.6 Propuesta de valor digital.

Para el plan de negocios para asesorías y nivelación académicas para Quito, la propuesta digital no es una opción, si no una necesidad que nos permita una mayor escalabilidad, accesibilidad y personalización creando una estrategia importante para usar la tecnología a nuestro favor, para poder atraer, interactuar con nuestros clientes, contando con las siguientes herramientas digitales:

Link de tienda en línea: <https://store112269272.company.site>

Figura 22.

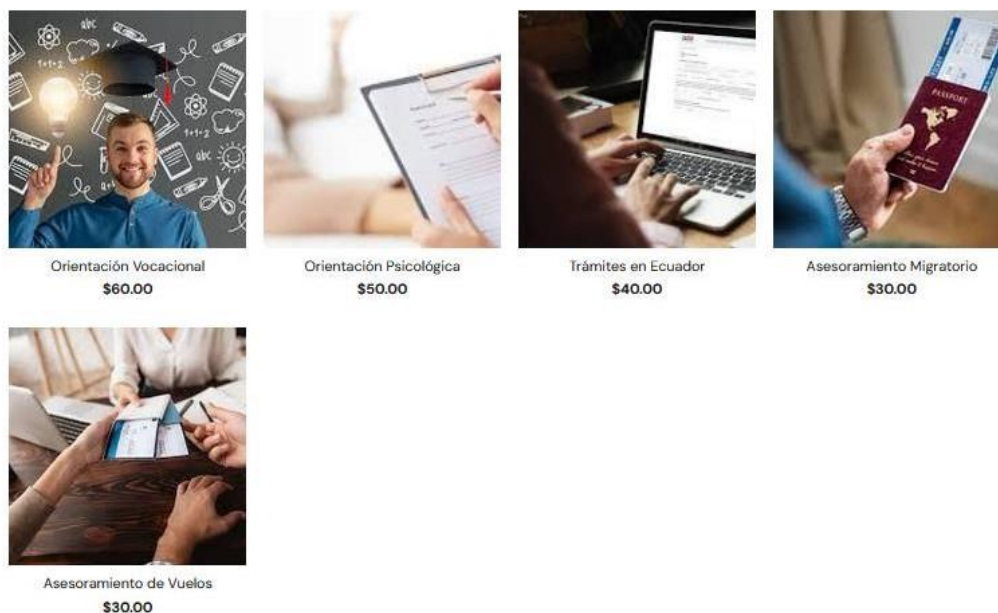
Print de pantalla de nuestra tienda en línea



Nota: Logotipo de colibrí, mensaje de bienvenida a la página

Figura 23.

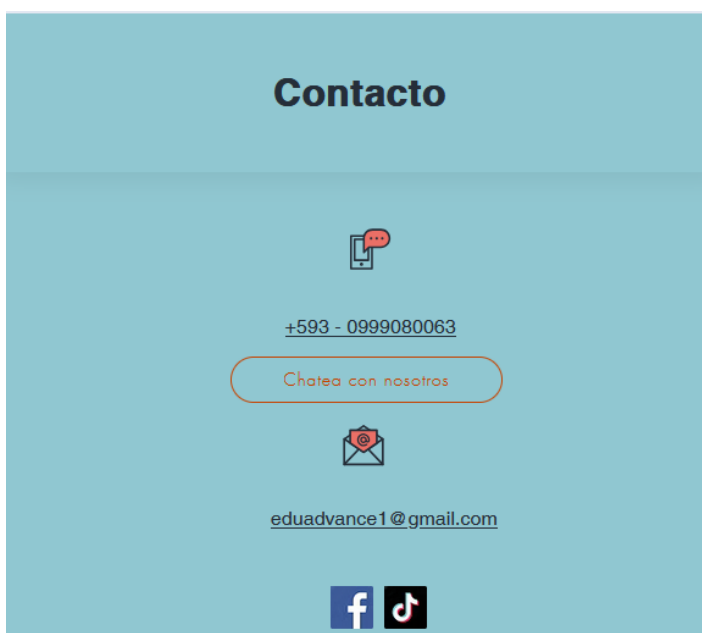
Print de pantalla de productos y servicios



Nota: Captura de pantalla de los servicios y precios ofertados.

Figura 24.

Print de pantalla de contactos de la empresa



Nota: Print de pantalla de los contactos detallados en la tienda en línea

3. CAPITULO III: ESTUDIO TÉCNICO.

3.1 Localización.

Estamos ubicados en una zona muy comercial y de mucha accesibilidad como es la Parroquia de Conocoto en el sector Armenia 1 Pasaje el Prado y Gonzales Suarez, para poder ubicarnos en este lugar, consideramos todos los factores que puedan afectar su accesibilidad, visibilidad, conveniencia para nuestro público y ver las ventajas competitiva que maximice los beneficios o minimice los costos.

Figura 25.

Ejemplo del cuadro de la localización de la planta

FACTOR DE LOCALIZACIÓN	PONDERACIÓN DEL FACTOR	ALTERNATIVAS					
		Armenia 1 Pje El Prado y Gonzales Suarez		Abdon Calderón G y Hermano Miguel		Los Ruisñores y los Tucanes	
		Valor	Calificación	Valor	Calificación	Valor	Calificación
Ubicación Comercial	30	5	150	1	30	2	60
Proximidad a instituciones educativas	20	5	100	4	80	2	40
Proximidad a Bancos	20	3	60	3	60	3	60
Cerca a una UPC	15	4	60	4	60	4	60
Espacios de parqueo	15	3	45	3	45	5	75
TOTAL	100		415		275		295

Fuente: Localización de la planta realizando la elección, de acuerdo al puntaje más alto

3.2 Tamaño optimo.

Para nuestro proyecto “el tamaño optimo” no implica tener la mayor cantidad de personal o ser la más grande, se trata de encontrar el equilibrio donde la empresa pueda optimizar su eficiencia, rentabilidad y calidad de sus servicios, además de responder a la demanda del mercado de manera efectiva. Lo ideal es lograr un balance adecuado entre la capacidad de atención, la calidad, los gastos operativos y la necesidad del mercado, evitando tanto el uso ineficiente de recursos como la saturación que podría resultar en una baja en la

calidad o insatisfacción en los clientes.

Figura 26

Cuadro capacidad óptima

Capacidad Instalada Requerida				
Asesoría Planificadas anualmente			3,000	
Número de Asesorías por hora	Horas de trabajo diaria / al mes	Número de días trabajados	Total de asesorías por trabajador	Total de trabajadores requeridos
4	200	365	1,800	4

Nota: Representación gráfica cuadro de la capacidad óptima del emprendimiento

Se ha realizado un cuadro en el cuál se puede evidenciar la capacidad óptima para el emprendimiento en la cual se ha realizado una proyección anual para atender 3.000 estudiantes.

3.3 Distribución.

La distribución de nuestro local busca eficiencia y comodidad para la estadía de nuestro cliente, buscando espacios acogedores y con una alta calidad en todos los servicios que brindamos, desde el ingreso a nuestras instalaciones brindamos un lugar seguro y confiable, el diseño que queremos reflejar en nuestras instalaciones es profesional dándole un enfoque al éxito académico, y se organiza de la siguiente forma:

Figura 27.

Propuesta De La Infraestructura



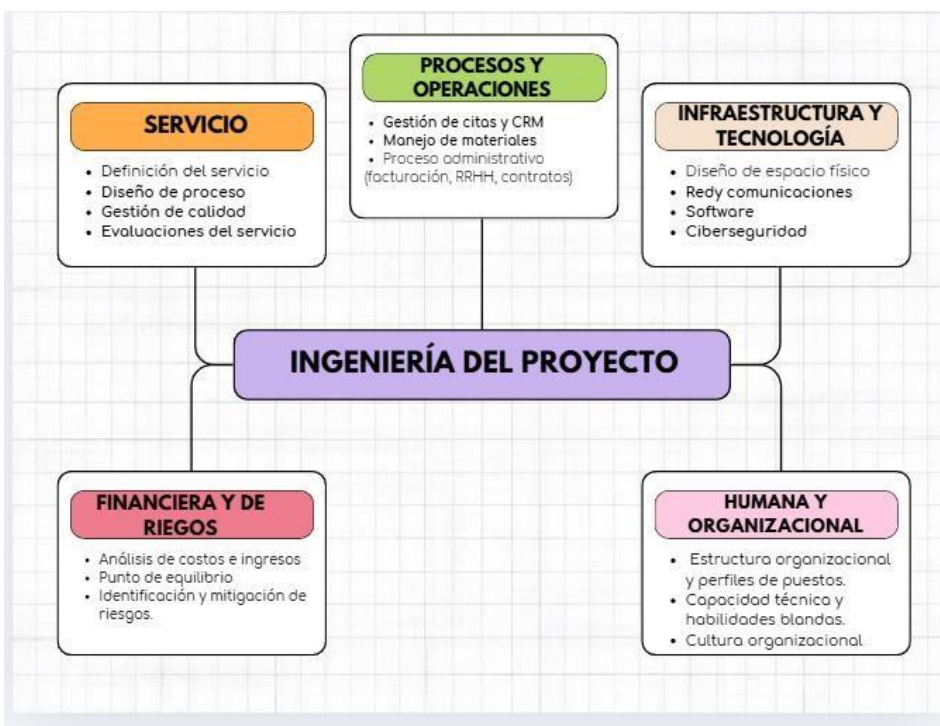
Nota: Representación gráfica del modelo de la infraestructura de la empresa. Tomado de Inteligencia Artificial ChatGTP.

3.1 Ingeniería del proyecto.

Se centra en la determinación y estructuración de todos los aspectos técnicos y operativos necesarios para la provisión de servicios y los recursos que se necesitan para garantizar la calidad y la eficiencia, para construir una base sólida para todas las operaciones asegurándonos la capacidad de adaptación a las futuras demandas del mercado educativo, fomentando un ambiente de colaboración, profesionalismo y orientación al estudiante; creando planes de contingencia para cada riesgo identificado. En la Figura 20, podemos identificar cada área de la ingeniería y los procesos claves.

Figura 28.

Área de la Ingeniería y Procesos Claves



Nota: Representación gráfica de las áreas de ingeniería del proyecto de asesorías estudiantiles y sus procesos clave. Tomada la información de <http://dx.doi.org/10.29105/mdi.v7i09.210> diciembre 2023 e ilustrado en Canva.

3.1.1 Identificación del recurso humano.

El proceso de identificación del recurso humano en una compañía implica determinación, definición y organización de los perfiles profesionales requeridos, para alcanzar las metas académicas, operativas y organizacionales del negocio.

Este procedimiento evalúa las tareas fundamentales a realizar, el conocimiento y habilidades necesarias para cada posición, la relación del recurso humano con la misión educativa. La orientación pedagógica de la compañía y los colaboradores es el activo más

valioso para poder seguir desarrollando nuestro proyecto.

Figura 29.

Detalle del recurso humano que se requiere

N.-	COLABORADOR	CARGO	SUELDO	13ero	14to	Fondos de Reserva (8.33%)	Aporte Patronal 12.15%	TOTAL ROL DE PAGOS
1	PAOLA AGUILAR	GERENCIA GENERAL	1200.00	100.00	39.17	99.96	145.80	1,584.93
2	VALERIA MARTINEZ	DIRECCION ADMINISTRATIVA	1200.00	100.00	39.17	99.96	145.80	1,584.93
3	DARIO AGUILAR	DIRECCION COMERCIAL	800.00	66.67	39.17	66.64	97.20	1,069.67
4	LAURA YANEZ	JURIDICO	1000.00	83.33	39.17	83.30	121.50	1,327.30
5	MONICA LOPEZ	TALENTO HUMANO	600.00	50.00	39.17	49.98	72.90	812.05
6	MARIA JOSE AGUIRRE	CONTABILIDAD	700.00	58.33	39.17	58.31	85.05	940.86
7	CRISTIAN BENITEZ	LOGISTICA	600.00	50.00	39.17	49.98	72.90	812.05
8	JOEL FLORES	MARKETING	600.00	50.00	39.17	49.98	72.90	812.05
9	DAVID MERA	SERVICIO AL CLIENTE	600.00	50.00	39.17	49.98	72.90	812.05
10	BELEN CASARES	ASESOR ACADEMICO 1	470.00	39.17	39.17	39.15	57.11	644.59
11	NICOLAS MORA	ASESOR ACADEMICO 2	470.00	39.17	39.17	39.15	57.11	644.59
12	JUAN ALVAREZ	ASESOR ACADEMICO 3	470.00	39.17	39.17	39.15	57.11	644.59
								11,689.64

Nota: Representación gráfica de los salarios sectoriales

3.1.2 Identificación de recursos materiales.

Es el procedimiento sistemático que permite identificar, categorizar y administrar todos los bienes materiales requeridos para el funcionamiento eficaz, seguro de los servicios educativos que brinda nuestro proyecto. Este procedimiento incluye tantos los componentes como tecnológicos que permiten la interacción pedagógica, administrativa y operativa.

Asegura que el personal tenga las herramientas necesarias para desempeñar las tareas y que los estudiantes accedan a servicios con estándares de calidad, comodidad y eficiencia.

Figura 30.

Material que se utilizara para el proyecto

EQUIPAMIENTO Y MOBILIARIO PARA AULAS Y OFICINAS	UNID	P/U	TOTAL
Mesas y sillas para estudiantes	80	USD 30.00	\$ 2,400.00
Pizarras (acrílicas o interactivas digitales).	4	USD 250.00	\$ 1,000.00
Rotafolios o tableros de corcho para exhibir material.	5	USD 20.00	\$ 100.00
Escritorios y sillas de oficina para el personal administrativo y asesores.	16	USD 80.00	\$ 1,280.00
Armarios o estanterías para almacenamiento de documentos y materiales.	11	USD 120.00	\$ 1,320.00
Mostrador de recepción.	1	USD 250.00	\$ 250.00
Archiveros con llave para la confidencialidad de datos.	3	USD 280.00	\$ 840.00
Sofás o sillas de espera para padres y estudiantes.	2	USD 150.00	\$ 300.00
EQUIPAMIENTO GENERAL			
Dispensador de agua potable.	4	USD 2.25	\$ 9.00
Máquina de café (opcional, pero valorado).	2	USD 240.00	\$ 480.00
Utensilios de limpieza y mantenimiento.		USD 500.00	\$ 500.00
Material de primeros auxilios.	4	USD 50.00	\$ 200.00
EQUIPOS DE TECNOLOGIA Y COMUNICACIÓN			
PCs de escritorio o laptops para el personal administrativo y asesores.	12	1200	\$ 14,400.00
Tablets (opcional, para ciertos tipos de interacción o material didáctico).	2	600	\$ 1,200.00
PERIFERICOS Y ACCESORIOS			
Impresoras multifuncionales (con capacidad de impresión, escaneo y fotocopiado).	4	280	\$ 1,120.00
Proyectores (para aulas y presentaciones).	4	550	\$ 2,200.00
Pantallas o monitores adicionales (para asesores o aulas).	4	190	\$ 760.00
Cámaras web y micrófonos de calidad (esenciales para clases virtuales).	4	90	\$ 360.00
Auriculares con micrófono (para asesores virtuales).	4	60	\$ 240.00
Sistema de sonido (parlantes para aulas o recepción).	4	200	\$ 800.00
RED Y CONECTIVIDAD			
Routers y switches para una red interna estable.	4	130	\$ 520.00
Cableado de red (Ethernet para conexiones estables).		500	\$ 500.00
UPS (Sistema de Alimentación Ininterrumpida) para equipos críticos.	1	600	\$ 600.00
TELEFONOS			
Líneas telefónicas fijas y/o móviles para comunicación con clientes y proveedores.	6	150	\$ 900.00
MATERIAL DE ESCRITURA			
Marcadores para pizarra, tizas (si aplica), bolígrafos, lápices.			\$ -
Cuadernos, resmas de papel.			\$ -
MATERIAL DIDACTICO Y ESPECIFICO:			
Libros de texto de referencia (para las materias que se asesoran).		400	\$ 400.00
Guías de estudio, cuadernillos de ejercicios, simulacros de exámenes.		300	\$ 300.00
MATERIAL GENERAL DE OFICINA			
Carpetas, archivadores, clips, grapadoras, perforadoras.		500	\$ 500.00
Tóner/cartuchos para impresoras.	4	50	\$ 50.00
Notas adhesivas, post-its.		50	\$ 50.00
SOFTWARE Y LICENCIAS			
Sistemas Operativos y Suites de Oficina: Licencias de Windows/macOS, Microsoft Office 365 o Google Workspace.		1200	\$ 1,200.00
Plataformas de Gestión Académica/CRM: Licencias de software para la gestión de estudiantes, horarios, notas, facturación (ej., Moodle, Canvas, o CRMs educativos específicos).		1500	\$ 1,500.00
Software de Videoconferencia: Licencias de Zoom, Google Meet, Microsoft Teas (versiones premium para más funciones y tiempo).		1500	\$ -
SEÑALETICA INTERNA:			
Indicadores de aulas, baños, salidas de emergencia.		90	\$ 90.00
Decoración y Ambiente: Cuadros, plantas, elementos que hagan el espacio acogedor y propicio para el estudio.		800	\$ 800.00
Sistemas de Iluminación y Ventilación: Asegurar ambientes bien iluminados y con buena circulación de aire.		600	\$ 600.00
Elementos de Seguridad: Extintores de incendio, botiquín de primeros auxilios, cámaras de seguridad (opcional, pero recomendado).		1500	\$ 1,500.00
			\$ 39,269.00

Nota: Representación gráfica del detalle de materiales considerados en el emprendimiento

3.2 Proceso productivo.

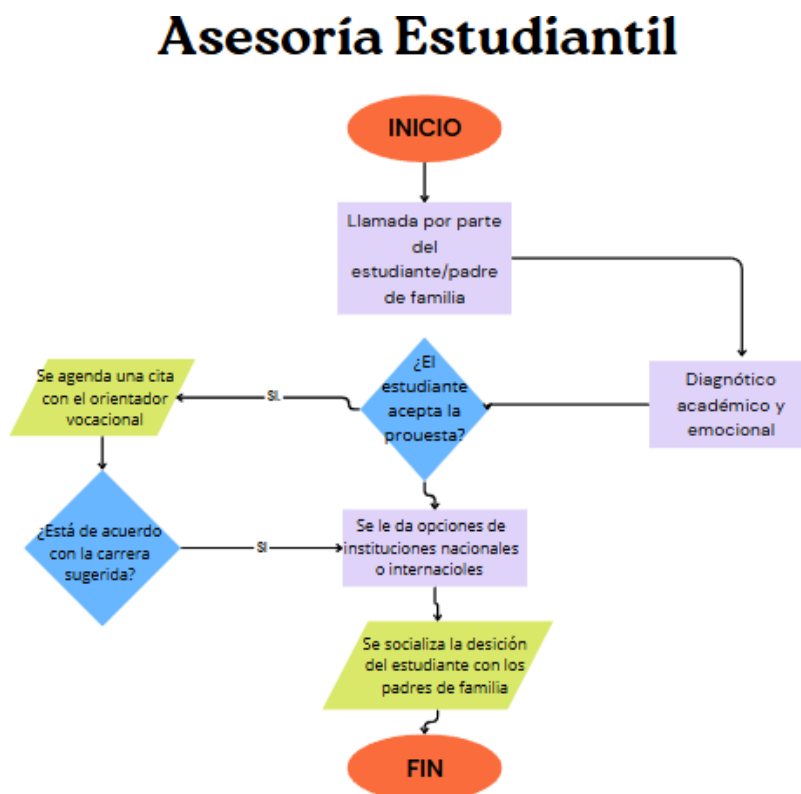
Es la etapa de transformar las necesidades académicas en mejoras específicas y con grandes resultados de aprendizaje, entregando un valor agregado que guíe, apoye y fortalezca las habilidades y conocimiento del estudiante, a través de las cuales se convierte en una necesidad educativa para el estudiante en un servicio de consultoría personalizada con un valor pedagógico agregado.

Este proceso incorpora recursos humanos (asesores, coordinadores), recurso material (lugares físicos, plataformas digitales) recursos metodológicos (sistemas CRM, videoconferencias) todos estos alineados bajo una estructura operativa que asegure la entrega oportuna, eficiente y satisfactoria del servicio académico.

A continuación, se detalla el proceso productivo de una asesoría académica

Figura 31.

Proceso productivo de una asesoría académica



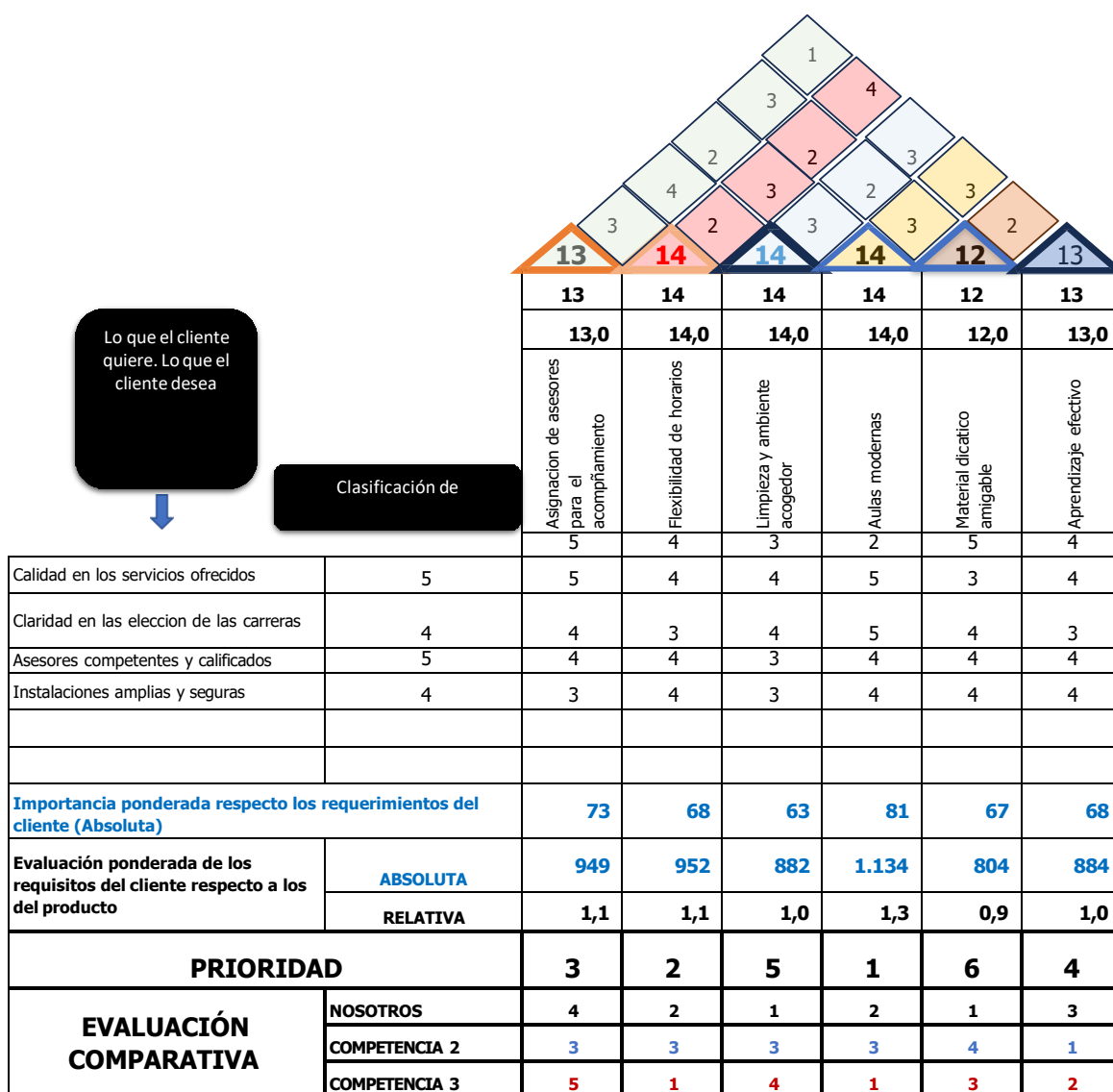
Nota: Representación gráfica de un flujograma ilustrado en Canva

3.3 La casa de la calidad.

Es una matriz gráfica y estructurada que nos ayuda a interpretar las necesidades y expectativas de los estudiantes (“la voz del cliente”) en operaciones específicas para los servicios de asesoría, para mantener continuamente la calidad de la oferta educativa. Su meta es garantizar que los servicios ofrecidos atiendan eficazmente a los estudiantes, integrando calidad en cada etapa del proceso educativo.

Figura 32.

Ejemplo de la casa de la calidad del proyecto



Nota: Representación gráfica de la casa de la calidad

Aulas modernas: Para poder brindar los estudiantes, aulas modernas se ha invertido en pizarras digitales, que les permiten conocer más a fondo el uso y funcionamiento de las herramientas tecnológicas.

Flexibilidad de horarios: Los clientes tienen varias actividades que realizar en el día, es por eso que la flexibilidad horaria les permite poder estar presentes en cada clase.

4. CAPITULO IV: ESTUDIO ADMINISTRATIVO.

4.1. Dirección Estratégica.

4.1.1. Misión

Somos una empresa de consultorías educativas, conformada por un equipo de trabajo altamente calificado en satisfacer las necesidades de nuestros clientes. Buscando la continuidad de estudios en un nivel superior, orientando a los jóvenes a tomar la mejor decisión en carreras universitarias y posgrados.

Estamos presentes en la Provincia de Pichincha, nuestra experiencia nos permite brindar una asesoría a nivel nacional.

4.1.2. Visión.

Posicionarnos como una de las agencias de asesoría y nivelación académica favoritas en el mercado a nivel nacional. Formando excelentes profesionales y con asesoramientos de alta calidad.

4.1.3. Valores.

Responsabilidad - Empatía - Respeto - Accesibilidad – Honestidad.

4.1.3. Slogan.

Buscamos que cada estudiante siempre se sienta con la libertad de elegir la mejor manera para aprender, que sepan que no solo son números para nuestra empresa, si no

que sepan que cada logro de los estudiantes sera un éxito para la empresa y eso sera nuestro valor agredado.

“Abre tus alas en busca del conocimiento”

4.1.4. Logotipo.

El colibrí es nuestra imagen y representa alegría, sanacion y adapatabilidad, tres de las muchas cualidades con las cuenta nuestro equipo de EduAdvance quienes siempre nos esforzamos dia a dia por irnos posicionando en el mercado como una empresa diferente, que genera coonfianza y empatia hacia todos nuestros clientes.

- Tipo de letra: Sans Serif
- Tamaño: 36

Figura 33.

Logotipo de la empresa



Nota: Print de pantalla del logotipo del emprendimiento

Figura 34.

Paleta de colores



Nota: Print de pantalla de los colores representativos del emprendimiento

4.2. Análisis FODA.

Es una herramienta estratégica que nos permite que la situación interna y externa de la empresa pueda identificar sus fortalezas, capacidades, debilidades y amenazas, los elementos internos y externos que pueden afectar el rendimiento de la empresa. El objetivo es lograr una visión clara de la empresa para desarrollar estrategias efectivas.

Este estudio se realiza tanto en la fase inicial de planificación como en el proceso de mejora constante contribuyendo a establecer estrategias que potencien la propuesta de valor de la empresa en respuesta a las demandas del ambiente y las expectativas de los estudiantes.

Figura 35.

Análisis FODA de la empresa

FACTORES INTERNOS FACTORES EXTERNOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	1. Calidad de servicio al cliente 2. Empatía hacia el cliente 3. Ofrecemos amplias ofertas académicas en universidades estatales y privadas 4. Brindamos oportunidades de desarrollo personal y profesional 5. Asesorías de excelencia para bienestar mutuo	1. Falta de levantamiento de los procesos 2. Falta de personal 3. Falta de plataformas virtuales 4. Falta de publicidad 5. Falta de estudio a la competencia
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
1. Devaluación de la moneda en Argentina 2. Estudiar en universidades reconocidas a nivel mundial 3. País con tratado MERCOSUR 4. Capacidad de comunicarse en la misma lengua 5. La multiplicidad de culturas que cohabitan en su territorio	FO1. Apertura de varios locales a nivel nacional FO2. Implementar plataforma para estudiantes de FENIX para que puedan adquirir conocimientos previos para el ingreso de la universidad. FO3. Segmentar a clientes de acuerdo a la base de datos para poder brindar servicios de acuerdo a su situación económica FO4. Ofrecer nuevos servicios para poder abarcar a todos los segmentos estudiantiles. FO5. Tener una oficina matriz donde se canalicen y se direccionen todos los requerimientos	DO1. Desarrollo de competencias entre cada área, para poder llegar a estrategias favorables para nuestra empresa DO2. Implementación de un sistema donde los clientes puedan ingresar sus datos personales y de esta manera llegue a la base central y dar un seguimiento oportuno DO3. Contratación de personal y dar a conocer nuestras estrategias de ventas favorables para la empresa DO4. Invertir capital para adquirir programas que nos permitan tener una mejor productividad. DO5. Mayor resistencia ante las acciones de la competencia y frente a posibles baja de ventas
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
1. Que el país de destino (Argentina) cambie de moneda de pesos argentinos a dólares 2. Gobierno ponga limitantes para estudiantes extranjeros 3. Por alta demanda de estudiantes extranjeros se incremente el costo de vida. 4. La inseguridad de la sociedad. 5. Falta de empleo para profesionales que culminen sus estudios.	FA1. Fortalecer canales virtuales de comunicación para que conozcan más de nuestra empresa FO2. Implementar plataforma para cobros en línea FO3. Patentar nuestras publicaciones en redes sociales FO4. Diseñar asesorías en grupos grandes de estudiantes. FO5. Estrategias de marketing para referidos 2x1	DA1. Adquirir roll-up con publicitarios para poder colocar en instituciones DA2. Asistir a ferias estudiantiles a nivel nacional. DA3. Implementar ofertas académicas extranjeras en modalidad virtual. DA4. Contratar medios de comunicación tradiciones para poder dar a conocer nuestra empresa. DA5. Realizar conferencias con clientes que ya se encuentre estudiando en destino para tener soporte con cliente nuevos

Nota: Representación gráfica del FODA

Podemos concluir que debemos invertir tiempo y recursos en nuestras plataformas virtuales para poder captar más clientes, pese a tener precios y paquetes accesibles, aún nos hace falta hacernos más visibles en el mercado.

Realizar alianzas con institutos y universidades locales para poder ofertar más opciones de estudio a nuestros estudiantes.

4.3. Estructura Organizacional y funcional.

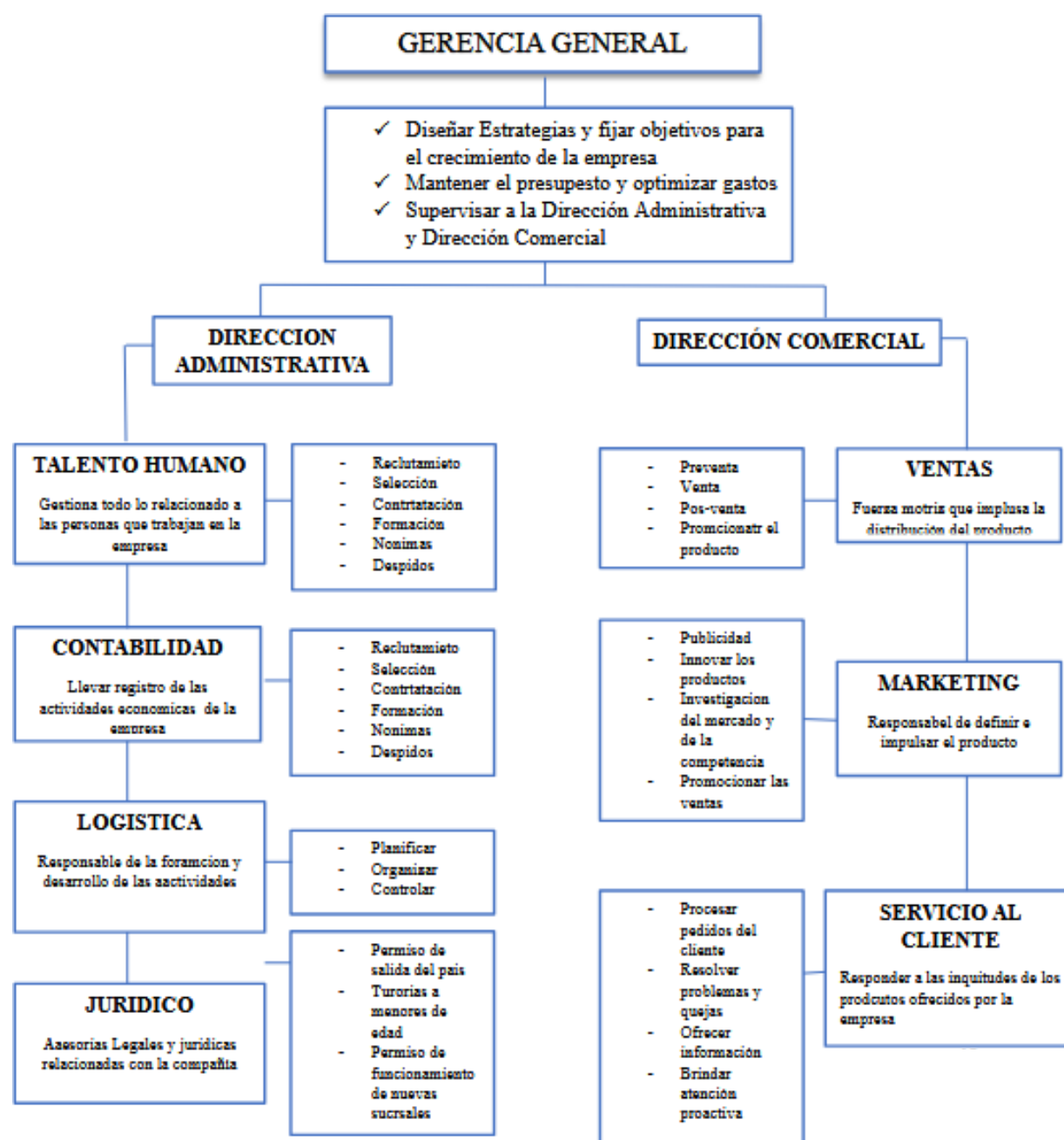
La estructura organizacional es de vital importancia para las organizaciones, pues nos permite conocer a profundidad las funciones que debe desarrollar cada departamento.

Siempre es importante detallar con caridad las funciones a realizar, para poder optimizar tiempo y recursos.

A continuación, se detallará el organigrama de la empresa, en la cuál se puede apreciar las funciones de cada departamento.

Figura 36.

Estructura de la empresa



Nota: Representación gráfica del organigrama del emprendimiento

4.4. Estudio Legal.

4.4.1 Tipo de empresa.

Sociedad Anónima (S.A.S): La sociedad anónima es un tipo de sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones, consta un mínimo de dos socios sin que exista un máximo, el patrimonio personal de los socios está protegido, las acciones se pueden comercializar libremente.

Tomando en cuenta que el emprendimiento es una mediana empresa y siendo esta de servicios la S.A.S nos permite tener flexibilidad en la estructura organizacional, operando con un único accionista, también reduce los trámites y los costos de la constitución, simplificando el proceso legal reduciendo costos notariales y de registros, este modelo legal es de gran ayuda para el emprendimiento.

4.5 Estudio ambiental / Objetivos de desarrollo sostenible.

Nos referimos al impacto que las actividades de nuestro proyecto puedan tener en el medio ambiente, busca también integrar toda la dimensión ambiental del entorno en todos los aspectos de la formación de los estudiantes buscando formar líderes y profesionales conscientes y capacitados para contruir un futuro más sostenible, implementando programas de reciclaje, reducción y reutilización de materiales.

Los objetivos de desarrollo sostenible, ofrecen un marco global para la sostenibilidad, y en la empresa tiene un rol muy importante, especialmente en los ODS relacionados con la educación y la salud y bienestar. Recalcando dos ODS importantes para el giro del negocio:

Salud y Bienestar. - Parafraseando En los últimos años se han logrado grandes avances en la mejora de la salud de las personas. 146 de 200 países o regiones ya han cumplido o están en camino de alcanzar la meta de los ODS sobre mortalidad en menores de 5 años. Tratamos de mantener el equilibrio entre la contratación de ambos géneros.

Alinearse con la meta 3.5 indica que se debe fortalecer la prevención y el tratamiento del abuso de sustancias adictivas, incluido el uso indebido de estupefacientes y el consumo nocivo de alcohol. Realizando charlas informativas a colaboradores y clientes sobre las consecuencias del uso indebido de estupefacientes y el consumo excesivo de alcohol

Educación de Calidad. - Parafraseando La educación es la clave que permitirá alcanzar muchos otros objetivos de desarrollo sostenible (ODS). Cuando las personas pueden obtener una educación de calidad, pueden romper el ciclo de la pobreza.

La educación ayuda a reducir las desigualdades y a alcanzar la igualdad de género. También ayuda a las personas de todo el mundo vivir una vida más saludable y sostenible. La educación también es importante para fomentar la tolerancia entre las personas y contribuye al desarrollo de sociedades más pacíficas.

La meta 4.a indica que hay que construir y adecuar instalaciones educativas que tengan en cuenta las necesidades de los niños y las personas con discapacidad y las diferencias de género, y que ofrezcan entornos de aprendizaje seguros, no violentos, inclusivos y eficaces para todos. Se considera de vital importancia poderles ofrecer a los clientes entornos seguros en los cuales puedan aprender y desarrollar todas sus habilidades

5. CAPITULO V: ESTUDIO FINANCIERO

5.1 Inversión Inicial

Es la cantidad de dinero o capital que se necesita para poner en funcionar un proyecto de negocio, empresa o emprendimiento; es el recurso más importante para que despegue el proyecto, incluye no solo los gastos tangibles, si o también los intangibles y otros que son esenciales para garantizar la sostenibilidad del proyecto en sus primeras fases.

Este compuesto por activos fijos o tangibles, activos intangibles o diferidos, capital de trabajo inicial. La apropiada valorización y organización del capital son esenciales para analizar la factibilidad del proyecto, establecer los requerimientos y delinear un camino definido a la lucratividad.

Figura 37.

Inversión en activos fijos.

Detalle de los activos	Inversión
a) Activos fijos no depreciables	0.00
b) Activos fijos depreciables	31,949.00
Totales	31,949.00

Nota: Representación gráfica del detalle de los activos fijos

Figura 38.

Inversión en activos intangibles.

Detalle de los activos	Inversión
Amortizables	6,850.00
Totales	6,850.00

Nota: Representación gráfico de los activos intangibles

Se observa que para poner en marcha el proyecto, la inversión inicial debe ser de \$31,949.00 lo que sugiere considerar un préstamo bancario a largo plazo. Sin olvidar la inversión de \$6,850.00 en intangibles mismo que servirá para repotenciar periódicamente el proyecto.

Capital de trabajo

Parafraseando, este indicador representa la liquidez a corto plazo de una empresa y de la capacidad que esta tiene para cubrir las obligaciones financieras inmediatas, este importante cálculo revela la reserva financiera que una compañía tiene para manejar las operaciones diarias, pues indica si se encuentra en una posición para invertir en el crecimiento o debe centrarse en mejorar el flujo de caja. (Artículo científico PNC Bank, enero 2025)

Figura 39.

Capital de Trabajo

Detalle	Valor mensual
Costos	1,940.05
Gastos Adm y Ventas	11,309.10
Total costo y gastos (mensuales)	13, 249. 15
Total Capital de trabajo previsto	26, 498. 30

Nota: Representación gráfica de los valores del capital de trabajo

Los gastos administrativos representan un 85.36% del total, considerando también los costos que representan el 14.64%, estos porcentajes indican que la mayor cantidad se concentra en los gastos administrativos, provisionando un capital para dos meses de operación.

5.3 Identificación de ingresos

El reconocimiento de ingresos es un aspecto de la contabilidad de ejercicio que estipula cuándo y cómo las empresas registran sus ingresos. (<https://stripe.com/es/revenue-recognition>, página científica)

De esta manera podemos analizar los ingresos de una forma precisa para poder informar a los inversionistas y organismos directivos.

Figura 40.

Ingresos

# Item	Detalle Producto / Servicio	Proyección mensual			Anual
		Cantidad	P. Unitario	Mensual	
1	Asesoría estudiantil nacional	6	50.00	300.00	3,600.00
2	Asesoría estudiantil internacional	5	50.00	250.00	3,000.00
3	Paquete de asesoría internacional 1	9	340.00	3,060.00	36,720.00
4	Paquete de asesoría internacional 2	7	490.00	3,430.00	41,160.00
5	Paquete de asesoría internacional 3	6	640.00	3,840.00	46,080.00
6	Orientación vocacional y elección de carrera	5	100.00	500.00	6,000.00
7	Planificación de estudios	5	50.00	250.00	3,000.00
8	Asesoría de becas y financiamiento educativo	5	100.00	500.00	6,000.00
9	Clases particulares y tutorías	30	12.00	360.00	4,320.00
10	Talleres de habilidades de estudios	5	25.00	125.00	1,500.00
11	Traducción y edición de documentos académicos	7	30.00	210.00	2,520.00
12	Preparación para exámenes de idiomas	5	50.00	250.00	3,000.00
13	Asesoría para programas de postgrados	5	150.00	750.00	9,000.00
14	Consultoría para instituciones educativas	5	50.00	250.00	3,000.00
15	Asesoría de tesis, monografías y proyectos de grado.	5	50.00	250.00	3,000.00
16	Asesoría para trabajos, ensayos y proyectos de materia	5	50.00	250.00	3,000.00
Total ingresos ingresos proyectados				14, 575. 00	174, 900. 00

Nota: Representación gráfica de los ingresos

Aquí se refleja los servicios que brindamos en nuestra empresa, ofreciendo precios asequibles en comparación a la competencia, teniendo una proyección mensual de \$14,575.00

5.4 Costos y gastos administrativos

Son todos los pagos necesarios para mantener las actividades diarias de la empresa, sin estar directamente relacionados con el servicio principal del giro de negocio, estos gastos son necesarios para el funcionamiento de la empresa, pero no forman parte del costo directo.

Figura 41.**Costos**

Detalle Productos y/o servicios	Costo del producto / Servicio (Costo unitario)				Proyección mensual		Costo Anual
	Materiales	Mano de obra	Indirectos	Total costo	Cantidad	C. mensual	
Asesoría estudiantil nacional		16,87		16,87	6,00	101,22	1.214,64
Asesoría estudiantil internacional		16,87		16,87	5,00	84,35	1.012,20
Paquete de asesoría internacional 1		16,87		16,87	9,00	151,83	1.821,96
Paquete de asesoría internacional 2		16,87		16,87	7,00	118,09	1.417,08
Paquete de asesoría internacional 3		16,87		16,87	6,00	101,22	1.214,64
Orientación vocacional y elección de carrera		16,87		16,87	5,00	84,35	1.012,20
Planificación de estudios		16,87		16,87	5,00	84,35	1.012,20
Asesoría de becas y financiamiento educativo		16,87		16,87	5,00	84,35	1.012,20
Clases particulares y tutorías		16,87		16,87	30,00	506,10	6.073,20
Talleres de habilidades de estudios		16,87		16,87	5,00	84,35	1.012,20
Traducción y edición de documentos académicos		16,87		16,87	7,00	118,09	1.417,08
Preparación para exámenes de idiomas		16,87		16,87	5,00	84,35	1.012,20
Asesoría para programas de postgrados		16,87		16,87	5,00	84,35	1.012,20
Consultoría para instituciones educativas		16,87		16,87	5,00	84,35	1.012,20
Asesoría de tesis, monografías y proyectos de grado.		16,87		16,87	5,00	84,35	1.012,20
Asesoría para trabajos, ensayos y proyectos de materia		16,87		16,87	5,00	84,35	1.012,20
Costo Total						1.940,05	23.280,60

Nota: Representación gráfica de los costos y gastos administrativos

Analizamos que en costos de materiales arroja rubros en cero, no se utiliza material físico hay que basarse en los servicios intelectuales; la mano de obra es fija con un valor de \$ 16.87 para todos nuestros servicios, valor representado a la persona que brinda la asesoría; al igual en costos indirectos refleja un valor en cero ya que en estos ítems lo manejamos en gastos administrativos.

5.5 Financiamiento

Es el conjunto de recursos monetarios que se necesita para poner en funcionamiento la empresa, ya sea esto con aportes de los socios o financiamiento en entidades financieras. (cooperativas, bancos, caja comunal, financieras), con el financiamiento obtenido damos inicio al proyecto, tratando de dar prioridad a los gastos más importantes para que la empresa ya pueda

retornar ingresos y de esta forma poder pagar las obligaciones adquiridas en las entidades financieras.

Figura 42.

Financiamiento

Detalle de la amortización

Concepto	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05	Totales
Pago Capital	7,098.02	7,998.23	9,012.61	10,155.63	11,443.62	45,708.11
Pago Interes	5,103.00	4,202.79	3,188.41	2,045.39	757.40	15,296.99
Dividendo	12, 201. 02	12, 201. 02	12, 201. 02	12, 201. 02	12, 201. 02	61, 005. 10

Nota: Representación gráfica del financiamiento

Para financiar el proyecto se realiza un préstamo de \$45,708.11 a cinco años plazo con la tasa de interés del 12% anual, con la cuota fija de \$1,016.75; dando un total de interés pagados por la vida útil del crédito de \$15,296.99, en conclusión, la suma del monto financiado y los intereses totales nos da un total del prestamos de \$61,005.10, esto significa que por cada dólar prestado pagamos aproximadamente \$0.33 de interés a lo largo de 5 años.

5.6 Flujo de caja

Se refiere a la cantidad de dinero en efectivo que la empresa va a generar y de esta forma cumplir con las obligaciones, representa la diferencia entre ingresos y gastos, también se puede considerar como un saldo de cuenta que se ve afectado por los ingresos y egresos de dinero de esta forma las autoridades de la empresa podrán predecir mejor las decisiones financieras.

Figura 43.

Flujo de caja

8.- Flujo de caja								
Concepto	(+/-)	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Totales
Ingresos	+		174,900.00	182,488.19	190,377.26	198,570.57	207,085.40	953,421.42
Costo de Venta	-		23,280.60	24,314.62	25,382.20	26,498.28	27,649.44	127,125.14
Gastos de Administración y Ventas	-		135,709.20	139,780.48	143,973.89	148,293.11	152,741.90	720,498.57
Depreciaciones y amortizaciones	-		8,020.33	8,020.33	8,020.33	1,327.00	1,327.00	26,715.00
Gastos financieros	-		5,103.00	4,202.79	3,188.41	2,045.39	757.40	15,296.99
Impuestos - Utilidades	-		2,776.28	3,416.54	4,100.97	5,833.50	6,630.68	22,757.96
Ganancias netas	=		10.59	2,753.43	5,711.46	14,573.29	17,978.98	41,027.75
Depreciaciones y amortizaciones	+		8,020.33	8,020.33	8,020.33	1,327.00	1,327.00	26,715.00
Costos de inversión	-	65,297.30						65,297.30
Préstamo	+	45,708.11	-	-	-	-	-	45,708.11
Pago de capital	-		7,098.02	7,998.23	9,012.61	10,155.63	11,443.62	45,708.11
Recuperación del capital de trabajo	+		-	-	-	-	26,498.30	26,498.30
Valor de liquidación de activos	+		-	-	-	-	-	-
Flujo de caja Neto	=	(19,589.19)	932.90	2,775.54	4,719.18	5,744.66	34,360.66	28,943.75
Flujo de caja acumulado	=	(19,589.19)	(18,656.29)	(15,880.76)	(11,161.57)	(5,416.91)	28,943.75	

Nota: Representación gráfica del flujo de caja

El flujo de caja neto del proyecto muestra un lado negativo en el año 0 de \$19,589.19 lo cual es normal al inicio de una inversión, aquí se considera los costos de inversión y pago de capital del préstamo, a partir del año 1 el flujo de caja se vuelve positivo y va creciendo de manera constante, indicando que el proyecto comienza a generar liquidez, este crecimiento aumenta en los últimos años alcanzando un pico de \$34,360.66 en el año 5-

El flujo de caja acumulado refleja la acumulación de estos saldos, pese a que es negativo en los primeros años, el proyecto logra recuperar la inversión inicial y obtiene ganancias a partir del año 4 y al final del año 5, dando un flujo de caja acumulado de \$ 28,943.75 con este resultado se muestra la viabilidad y rentabilidad del proyecto a largo plazo.

5.7 Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR)

Parafraseado, el VAN (Valor Actual Neto) te muestra cuánto valor ganaría o perdería al invertir, teniendo en cuenta los flujos futuros de dinero descontados al presente. En cambio, la TIR (Tasa **Interna de Retorno**) indica cuál es la tasa de rentabilidad que se obtendrá en promedio. Ambas fórmulas son parte de las diversas técnicas de análisis financiero empresarial, utilizándose en todo tipo de contextos, desde decisiones corporativas hasta emprendimientos personales (Gutiérrez, M. (2018).

Figura 44.

Tasa de descuento, VAN, TIR

Tasa de descuento =	12%
VAN =	\$ 9,963.42
TIR =	23.38%

Nota: Representación gráfica de la tasa de descuento, VAN y TIR

En este cuadro muestra el análisis financiero de nuestro proyecto, los valores que arrojan, indica que el proyecto es financieramente atractivo.

Tasa de descuento 12%: Es la tasa de retorno mínima que la empresa espera de la inversión.

Valor Actual Neto (VAN): Esto significa que la inversión inicial se recupera y además genera un valor adicional de \$9,963.42. Un VAN positivo indica que el proyecto crea valor para la empresa.

Tasa Interna de Retorno (TIR) del 23.38% es mayor que la tasa de descuento del 12%. esto es un indicador muy positivo, ya que la rentabilidad interna del proyecto supera el retorno mínimo requerido por la empresa. Un proyecto con una TIR superior a la tasa de descuento se considera una buena inversión.

5.7 Costo beneficio

Es un enfoque basado en datos para evaluar los beneficios y costos financieros de un proyecto o decisión desde una perspectiva empresarial. Al pronosticar la rentabilidad mediante CB, los equipos pueden trabajar para evitar pérdidas financieras, implica definir el alcance del proyecto, identificar costos y beneficios, asignar valores monetarios, calcular el valor actual neto (VAN), analizar los resultados y tomar decisiones informadas.

Figura 45.

Costo Beneficio

COSTO BENEFICIO =	\$ 1.51
--------------------------	----------------

Nota: Representación gráfica del costo beneficio

Esto indica que, por cada dólar invertido en el proyecto, se espera recibir \$1.51 de beneficio. Dado que el valor es mayor que 1, el proyecto es rentable.

Conclusiones

Nuestros indicadores financieros reflejan que nuestro proyecto es netamente viable, teniendo en cuenta que nuestra inversión inicial es recuperable y adicional teniendo una rentabilidad atractiva y positiva, nos atrevemos a decir que es un proyecto es arriesgado, pero de altos grados de ganancia.

Nuestro proyecto ofrece una base firme en el giro de negocios de asesorías estudiantiles en la ciudad de Quito, para alcanzar el éxito implementaremos de forma estricta la propuesta de valor distintivo, enfocándonos en la personalización y la calidad académica, teniendo una administración financiera disciplinada para asegurar la viabilidad y la rentabilidad, al traspasar las expectativas de los estudiantes y sus familias, nuestra empresa se convertirá en el futuro un referente en el apoyo educativo.

Recomendaciones

Basándonos en los hallazgos del estudio de mercado y análisis financiero, formulamos las siguientes recomendaciones estratégicas para la gestión económica y maximizar la rentabilidad y sostenibilidad de nuestro proyecto:

En base a los estudios de mercado realizados el proyecto es viable, se recomienda realizar una validación constante de la demanda, de esta forma nos aseguraremos que la demanda real sigue siendo atendida para poder identificar nuevas necesidades del entorno.

Mantener una estrategia de precios flexibles, para asegurar que los precios sean competitivos y rentables a largo plazo.

.

Bibliografía

Proyecto para la creación de una empresa de asesorías estudiantiles en Pitalito Huila.

<https://repository.unad.edu.co/handle/10596/20764>

Durán, R., & Stalin, J. (2022). *Plan de negocios para la creación de un centro de asesoría académica en el sur de Quito* (Bachelor's thesis, Quito: Universidad Tecnológica Indoamérica).

Jarrín Monteverde, J. F. (2015). *Plan de negocios para la creación de una empresa de asesoría Contable Financiera y tributaria para pymes en la ciudad de Quito* (Masters thesis, Quito: Universidad Israel, 2015).

El efecto del Aprendizaje Basado en Proyectos en el rendimiento académico de los estudiantes

https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S071851622022000200277&script=sci_arttext&tlng=en

Plan de negocios para la creación de una empresa de asesorías para el mejoramiento del desempeño académico de los estudiantes de la facultad de ciencias básicas e ingenierías de universidades colombianas.

<https://repositorio.unicordoba.edu.co/server/api/core/bitstreams/5dba504c-96c3-4c94-9d19-e5712d0caad4/content>

Inteligencia Artificial

<https://gemini.google.com/app/3fd3765b40760bc5?hl=es>

Recopilación de información de estudios realizados en semestres anteriores – autoría personal

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/education/>

<https://www.pnc.com/insights/es/small-business/manage-business-finances/working-capital->

[explained.html#:~:text=Crecimiento%20y%20estabilidad%20de%20la, en%20riesgo%20su%20salud%20financiera.](https://www.pnc.com/insights/es/small-business/manage-business-finances/working-capital-explained.html#:~:text=Crecimiento%20y%20estabilidad%20de%20la, en%20riesgo%20su%20salud%20financiera.)

Anexo 1. Detalle de activos

# Item	Cantidad	Detalle	P. Unitario	P. Total	Eq. Computo	Otros 1	Totales
1	80	MESAS Y SILLAS PARA ESTUDIANTES	30.00	2,400.00			2,400.00
2	4	PIZARRAS	250.00	1,000.00			1,000.00
3	5	TABLEROS DE CORCHO	20.00	100.00		100.00	100.00
4	16	ESCRITORIOS Y SILLAS	80.00	1,280.00			1,280.00
5	11	ARMARIO O ESTANTERIAS	120.00	1,320.00			1,320.00
6	1	MOSTRADOR DE RECEPCION	250.00	250.00			250.00
7	3	ARCHIVEROS CON LLAVES	280.00	840.00			840.00
8	2	SOFAS DE ESPERA	150.00	300.00			300.00
9	4	DSIPENSADOR DE AGUA	2.25	9.00		9.00	9.00
10	2	MAQUINA DE CAFÉ	240.00	480.00			480.00
11	1	UTENSILLO DE LIMPIEZA Y MANTENIMIE	500.00	500.00		500.00	500.00
12	12	COMPUTADORAS LAPTOPS	1,200.00	14,400.00	14,400.00		14,400.00
13	2	TABLETS	600.00	1,200.00	1,200.00		1,200.00
14	4	MONITORES	190.00	760.00	760.00		760.00
15	4	JUEGO DE CAMARA Y MICROFONOS	90.00	360.00	360.00		360.00
16	4	AURICULARES	60.00	240.00	240.00		240.00
17	4	SISTEMA DE SONIDO PARA AULAS	200.00	800.00	800.00		800.00
18	4	ROUTER PARA RED INTERNA	80.00	320.00	320.00		320.00
19	1	CABLEADO DE RED	500.00	500.00	500.00		500.00
20	1	UPS	600.00	600.00	600.00		600.00
21	6	DISPOSITIVOS MOVILES	150.00	900.00	900.00		900.00
22	1	MATERIAL DIDACTICO	400.00	400.00		400.00	400.00
23	1	SEÑALETICA INTERNA	90.00	90.00		90.00	90.00
24	1	DECORACION Y AMBIENTE	800.00	800.00		800.00	800.00
25	1	SISTEMA DE ILUMINACION Y VENTILACI	600.00	600.00		600.00	600.00
26	1	ELEMENTOS DE SEGURIDAD (EXTINTOR	1,500.00	1,500.00		1,500.00	1,500.00
Totales				31,949.00	20,080.00	3,999.00	31,949.00

# Item	Cantidad	Detalle	P. Unitario	P. Total	G. Constitución	Software	Otros 1	Totales
1	1	ESCRITURA PUBLICA Y REGISTRO MERCA	1600	1,600.00	1,600.00			1,600.00
2	1	REGISTRO RUC	150	150.00	150.00			150.00
3	1	PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO MUNI	600	600.00	600.00			600.00
4	1	PERMISOS DE BOMBEROS	300	300.00	300.00			300.00
5	1	SOTFTWARE Y LICENCIAS	2700	2,700.00		2,700.00		2,700.00
6	1	PAGINA WEB	1500	1,500.00			1,500.00	1,500.00
Totales				6,850.00	2,650.00	2,700.00	1,500.00	6,850.00

Anexo 2. Tabla de amortización

Nro. Cuota	C. Inicial	Interés	Capital	Dividendo	C. Final
0	45,708.11	-	-	-	45,708.11
1	45,708.11	457.08	559.67	1,016.75	45,148.44
2	45,148.44	451.48	565.27	1,016.75	44,583.17
3	44,583.17	445.83	570.92	1,016.75	44,012.25
4	44,012.25	440.12	576.63	1,016.75	43,435.62
5	43,435.62	434.36	582.40	1,016.75	42,853.23
6	42,853.23	428.53	588.22	1,016.75	42,265.01
7	42,265.01	422.65	594.10	1,016.75	41,670.91
8	41,670.91	416.71	600.04	1,016.75	41,070.86
9	41,070.86	410.71	606.04	1,016.75	40,464.82
10	40,464.82	404.65	612.10	1,016.75	39,852.72
11	39,852.72	398.53	618.22	1,016.75	39,234.49
12	39,234.49	392.34	624.41	1,016.75	38,610.09
13	38,610.09	386.10	630.65	1,016.75	37,979.44
14	37,979.44	379.79	636.96	1,016.75	37,342.48
15	37,342.48	373.42	643.33	1,016.75	36,699.15
16	36,699.15	366.99	649.76	1,016.75	36,049.39
17	36,049.39	360.49	656.26	1,016.75	35,393.13
18	35,393.13	353.93	662.82	1,016.75	34,730.31
19	34,730.31	347.30	669.45	1,016.75	34,060.86
20	34,060.86	340.61	676.14	1,016.75	33,384.72
21	33,384.72	333.85	682.90	1,016.75	32,701.82
22	32,701.82	327.02	689.73	1,016.75	32,012.08
23	32,012.08	320.12	696.63	1,016.75	31,315.45
24	31,315.45	313.15	703.60	1,016.75	30,611.86
25	30,611.86	306.12	710.63	1,016.75	29,901.22

26	29,901.22	299.01	717.74	1,016.75	29,183.48
27	29,183.48	291.83	724.92	1,016.75	28,458.57
28	28,458.57	284.59	732.17	1,016.75	27,726.40
29	27,726.40	277.26	739.49	1,016.75	26,986.91
30	26,986.91	269.87	746.88	1,016.75	26,240.03
31	26,240.03	262.40	754.35	1,016.75	25,485.68
32	25,485.68	254.86	761.89	1,016.75	24,723.78
33	24,723.78	247.24	769.51	1,016.75	23,954.27
34	23,954.27	239.54	777.21	1,016.75	23,177.06
35	23,177.06	231.77	784.98	1,016.75	22,392.08
36	22,392.08	223.92	792.83	1,016.75	21,599.25
37	21,599.25	215.99	800.76	1,016.75	20,798.49
38	20,798.49	207.98	808.77	1,016.75	19,989.72
39	19,989.72	199.90	816.85	1,016.75	19,172.87
40	19,172.87	191.73	825.02	1,016.75	18,347.85
41	18,347.85	183.48	833.27	1,016.75	17,514.57
42	17,514.57	175.15	841.61	1,016.75	16,672.97
43	16,672.97	166.73	850.02	1,016.75	15,822.94
44	15,822.94	158.23	858.52	1,016.75	14,964.42
45	14,964.42	149.64	867.11	1,016.75	14,097.32
46	14,097.32	140.97	875.78	1,016.75	13,221.54
47	13,221.54	132.22	884.54	1,016.75	12,337.00
48	12,337.00	123.37	893.38	1,016.75	11,443.62
49	11,443.62	114.44	902.32	1,016.75	10,541.30
50	10,541.30	105.41	911.34	1,016.75	9,629.96
51	9,629.96	96.30	920.45	1,016.75	8,709.51
52	8,709.51	87.10	929.66	1,016.75	7,779.86
53	7,779.86	77.80	938.95	1,016.75	6,840.90
54	6,840.90	68.41	948.34	1,016.75	5,892.56
55	5,892.56	58.93	957.83	1,016.75	4,934.73
56	4,934.73	49.35	967.40	1,016.75	3,967.33
57	3,967.33	39.67	977.08	1,016.75	2,990.25
58	2,990.25	29.90	986.85	1,016.75	2,003.40
59	2,003.40	20.03	996.72	1,016.75	1,006.68
60	1,006.68	10.07	1,006.68	1,016.75	0.00
Totales		15,296.99	45,708.11	61,005.10	

Anexo 3. Balance General

	<u>Año 0</u>	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
ACTIVO CORRIENTE	26,498.30	27,431.20	30,206.73	34,925.92	40,670.58	48,532.94
Caja - bancos	-	932.90	3,708.43	8,427.62	14,172.28	48,532.94
Otros activos corrientes	26,498.30	26,498.30	26,498.30	26,498.30	26,498.30	
ACTIVO NO CORRIENTE	38,799.00	30,778.67	22,758.33	14,738.00	13,411.00	12,084.00
ACTIVOS FIJOS	31,949.00	31,949.00	31,949.00	31,949.00	31,949.00	31,949.00
ACTIVOS INTANGIBLES	6,850.00	6,850.00	6,850.00	6,850.00	6,850.00	6,850.00
(-) DEPRECIACION Y AMORTIZACIÓN ACUMULADA	-	(8,020.33)	(16,040.67)	(24,061.00)	(25,388.00)	(26,715.00)
OTROS ACTIVOS	-					
TOTAL ACTIVOS	65,297.30	58,209.87	52,965.07	49,663.92	54,081.58	60,616.94
PASIVO CORRIENTE	-	-	-	-	-	-
PASIVO NO CORRIENTE	45,708.11	38,610.09	30,611.86	21,599.25	11,443.62	0.00
CUENTAS POR PAGAR (MÁS DE 1 AÑO)	-	-	-	-	-	-
CRÉDITO CON BANCOS O COOPERATIVAS (MÁS DE 1 AÑO)	45,708.11	38,610.09	30,611.86	21,599.25	11,443.62	0.00
OTRAS CUENTAS POR PAGAR (MÁS DE 1 AÑO)	-	-	-	-	-	-
TOTAL PASIVO	45,708.11	38,610.09	30,611.86	21,599.25	11,443.62	0.00
PATRIMONIO	19,589.19	19,599.78	22,353.21	28,064.67	42,637.96	60,616.94
CAPITAL (APORTES)	19,589.19	19,589.19	19,589.19	19,589.19	19,589.19	19,589.19
RESULTADOS ACUMULADOS			10.59	2,764.02	8,475.48	23,048.77
RESULTADOS DEL PERÍODO	-	10.59	2,753.43	5,711.46	14,573.29	17,978.98
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	65,297.30	58,209.87	52,965.07	49,663.92	54,081.58	60,616.94