

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR MATRIZ

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA PARA ASESORAMIENTO
EDUCATIVO A ESTUDIANTES DE COLEGIO Y UNIVERSITARIOS
A TRAVÉS DE UNA APP**

ALEJANDRA ISABEL MONTENEGRO CUTOS

DIRECTOR: MGTR. CHRISTIAN FAJARDO SEMPÉRTEGUI

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: EMPRENDIMIENTO

QUITO, MAYO 2020

DIRECTOR DE DISERTACIÓN

Mgr. Christian Fajardo

INFORMANTES

Mgr. Juan Carlos Latorre

Mgr. Juan Carlos Piñuela

DEDICATORIA

Esta tesis quiero dedicar a mi padre que a pesar de que no esté hoy, alcanzo junto a mi madre a forjarme con sus enseñanzas, también a esforzarme cada día para alcanzar mis metas, a ser una persona perseverante y a convertirme en la persona que soy actualmente.

A mi hermano, mi ejemplo a seguir, quien ha estado al igual que mi madre en las buenas y en las malas confiando en mí, y motivándome a alcanzar mis anhelos.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer primeramente a Dios quien ha sido alguien muy importante en mi vida, quien ha guiado mi camino en cada etapa haciéndome una mejor persona y dándome fortaleza para continuar.

Gracias a mi madre que siempre ha estado apoyándome incondicionalmente en todo este trayecto universitario y dándome fuerzas para seguir adelante al igual que a mi hermano y toda mi familia que siempre ha creído en mí.

A mis amigos quienes han estado en las buenas y en las malas ayudándome y aportando con un granito de arena para que este proyecto sea posible, y a mi profe Christian Fajardo que me ha brindado su guía durante este trabajo de titulación.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA	2
1.1. Antecedentes de los negocios que ofrecen asesoramiento educativo en la ciudad de Quito.	2
1.1.1 Historia de las Aplicaciones Móviles.	2
1.1.2 Condiciones actuales de los negocios que ofrecen asesoramiento educativo en la ciudad de Quito.....	3
1.2. Generalidades.....	4
1.2.1 Nombre o Razón Social.	4
1.2.2 Tipo de Empresa y Línea(s) de Producto(s)	4
1.2.3 Imagen corporativa.	5
1.2.4 RUC.	5
1.3. Entorno General y Específico	7
1.3.1 Entorno General.....	7
1.3.2 Entorno Específico.....	10
2. MARCO TEÓRICO	15
2.1. Planificación Estratégica	15
2.1.1 Definición de Planificación Estratégica.....	15
2.1.2 Importancia de la Planificación Estratégica.....	16
2.1.3 Ventajas y Desventajas de la Planificación Estratégica.....	16
2.2. Estrategias.....	18
2.2.1 Definición Estrategias.....	18
2.2.2 Tipos de Estrategias.	19
2.3. Fases del Proceso Estratégico.....	21
2.3.1 Planteamiento estratégico (Formulación).	21
2.4. Modelo de la Planificación Estratégica	22
2.4.1 Misión.	22
2.4.2 Visión.....	23
2.4.3 Valores Estratégicos.	24
2.4.4 Análisis Interno y Externo.	25

2.4.5	Determinación de objetivos.	27
2.4.6	Formulación de las Estrategias.	28
3.	PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA EL NEGOCIO	29
3.1.	Encuesta	29
3.3.1	Objetivos de la Encuesta.....	29
3.3.2	Diseño de la Encuesta	29
3.3.3	Corrida de la Encuesta.	31
3.3.4	Tabulación de la Encuesta y representación gráfica de los resultados e interpretación	33
3.2.	Valores empresariales.....	46
3.3.5	Misión.	46
3.3.6	Visión.....	46
3.3.7	Código de Ética de la empresa.....	46
3.3.8	Cadena de valor.	48
3.3.	Políticas organizacionales.....	49
3.3.1	Para empleados.	49
3.3.2	Para clientes.	49
3.3.3	Para proveedores.....	50
3.4.	Planeación	51
3.4.1	Objetivos a Largo Plazo.....	51
3.4.2	Objetivos a Corto y Mediano Plazo.....	51
3.4.3	Análisis de las cinco fuerzas de Porter.	53
3.4.4	FODA.....	55
3.4.5	Matriz de factores externos (EFE).	56
3.4.6	Matriz de factores internos (EFI).....	57
3.4.7	Planificación estratégica	59
3.4.8	Planificación Operativa (POA) y Táctica	60
3.5.	Estructura Organizacional.....	66
3.5.1	Organigrama Estructural.....	66
3.5.2	Organigrama Funcional.	66
3.6.	Control	69

3.6.1	Monitoreo Administrativo Empresarial.....	69
3.6.2	Monitoreo Administrativo de Empleados.....	70
3.6.3	Monitoreo Administrativo de Clientes.....	71
3.6.4	Monitoreo Administrativo de Proveedores.....	72
4.	EVALUACIÓN DE RESULTADOS PREVIO A LA IMPLEMENTACIÓN DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA	73
4.1.	Activos	73
4.1.1	Activos Fijos.....	73
4.1.2	Financiamiento.....	75
4.2.	Costos y Gastos	78
4.2.1	Costos del Servicio.....	78
4.2.2	Gastos Administrativos.....	78
4.2.3	Gastos de Ventas.....	79
4.3.	Presupuesto	79
4.3.1	Ingresos.....	79
4.3.2	Egresos.....	80
4.4.	Estados Financieros	82
4.4.1	Balance General.....	82
4.4.2	Estado de Resultados.....	83
4.4.3	Flujo de Efectivo.....	84
4.5.	Métodos de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo	85
4.5.1	Valor Presente Neto (VPN o VAN).....	85
4.5.2	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	85
4.5.3	Tasa de descuento.....	86
4.5.4	Periodo de recuperación de la inversión (PRI).....	86
4.5.5	Relación Costo-Beneficio.....	87
4.6.	Métodos de evaluación que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo.....	88
4.7.	Punto de Equilibrio	89
4.8.	Análisis de sensibilidad	89

4.8.1	Escenario Optimista.....	90
4.8.2	Escenario Pesimista.....	91
5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	92
5.1.	Conclusiones.....	92
5.2.	Recomendaciones:.....	93
	BIBLIOGRAFÍA	94

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Logo Conoscenza	5
Figura 2. Evolución de porcentaje de personas que tienen teléfono inteligente, por grupos de edad	8
Figura 3. Laptop Modelo Acer Aspire 15.6.....	9
Figura 4. Procesador de Séptima Generación	9
Figura 5. Xiamarin Studio	9
Figura 6. Logo Educar Ecuador.....	11
Figura 7. Logo YPDEcuador	11
Figura 8. Logo Cuestionarix	12
Figura 9. Logo Idukay	12
Figura 10. Logo Tutor Doctor	13
Figura 11. Logo Medium Multimedia	14
Figura 12: Valores estratégicos	24
Figura 13. Pregunta 1.....	33
Figura 14. Pregunta 2.....	34
Figura 15. Pregunta 3.....	35
Figura 16. Pregunta 4.....	36
Figura 17. Pregunta 5.....	37
Figura 18. Pregunta 6.....	38
Figura 19. Pregunta 7.....	39
Figura 20. Pregunta 8.....	40
Figura 21. Pregunta 9.....	41
Figura 22. Pregunta 10.1.....	42
Figura 23. Pregunta 10.2.....	43
Figura 24. Pregunta 10.3.....	44
Figura 25. Pregunta 11.....	45
Figura 26. Cadena de Valor Conoscenza.....	48
Figura 27. Análisis de las cinco fuerzas de Porter.....	54

Figura 28. Organigrama Estructural66

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz FODA.....	55
Tabla 2. Matriz de factores externos (EFE)	56
Tabla 3. Matriz de factores internos (EFI).....	57
Tabla 4. Planificación estratégica	59
Tabla 5. Departamento Financiero.....	61
Tabla 6. Departamento de Marketing y Ventas	62
Tabla 7. Departamento de Investigación y Desarrollo.....	63
Tabla 8. Departamento de Recursos Humanos	64
Tabla 9. Planificación de Contingencia	65
Tabla 10. Monitoreo Administrativo Empresarial	69
Tabla 11. Monitoreo Administrativo de Empleados.....	70
Tabla 12. Monitoreo Administrativo de Clientes	71
Tabla 13. Monitoreo Administrativo de Proveedores.....	72
Tabla 14. Activos Fijos.....	73
Tabla 15. Equipo de Oficina	73
Tabla 16. Equipo de Cómputo	74
Tabla 17. Muebles y Enseres	74
Tabla 18. I+D+I	74
Tabla 19. Financiamiento Conocscenza	75
Tabla 20. Tabla de Amortización.....	75
Tabla 21. Costos del Servicio	78
Tabla 22. Gastos Administrativos.....	78
Tabla 23. Gastos de Ventas.....	79
Tabla 24. Presupuesto de Ingresos.....	79
Tabla 25. Presupuesto de Egresos.....	80
Tabla 26. Estado de Situación Proyectado.....	82
Tabla 27. Estado de Resultados Integral.....	83
Tabla 28. Flujo de Efectivo.....	84
Tabla 29. VAN.....	85

Tabla 30. TIR	85
Tabla 31. Tasa de Descuento	86
Tabla 32. PRI	86
Tabla 33. Datos PRI.....	87
Tabla 34. Tiempo de Recuperación	87
Tabla 35. Relación Costo Beneficio	87
Tabla 36. Indicadores Financieros	88
Tabla 37. Punto de Equilibrio	89
Tabla 38. Escenario Optimista.....	90
Tabla 39. Escenario Pesimista	91

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de titulación se da a conocer a la empresa CONOSCENZA que es una aplicación en donde existen tres diferentes servicios que el usuario puede utilizar, entre estos contamos con: tutorías académicas personalizadas o grupales (presenciales y virtuales), consultas de preguntas con respuesta rápida y específica, y además una ayuda en tareas dirigidas, en donde se implementará estrategias para un plan de negocios.

En el primer capítulo se da a conocer la historia de las aplicaciones y también la condición actual en el mundo y la interacción de los usuarios con las mismas, también se muestra el mercado de las App's que ofrecen un servicio similar al nuestro junto con sus características.

En el segundo capítulo se hace referencia a los conceptos de la planificación estratégica, pues esta planificación es una herramienta de gestión que nos permitió establecer el quehacer y el camino que debe recorrer la organización para alcanzar sus metas y objetivos previstos, teniendo en cuenta los cambios y demandas que impone el entorno.

En el tercer capítulo, se encuentran las encuestas realizadas que nos muestran las respuestas de posibles clientes y conocer nuestro mercado objetivo, esto nos ayudará a crear los mejores mecanismos en nuestro giro de negocio, además se encuentran los valores empresariales, las políticas organizacionales, los objetivos, y control que llevará a cabo nuestra organización.

Y por último se encuentra el análisis financiero del trabajo de titulación, donde se determinó que el proyecto es factible con una TIR del 81,21% y un VAN DE \$19925,29, también se realizó las proyecciones anuales, junto con los indicadores financieros necesarios.

ABSTRACT

This degree work is presented to the company CONOSCENZA which is an application where there are three different services that the user can use, among these contacts with: personalized or group academic tutorials (face-to-face and virtual), questions queries with answers fast and specific, and also a help in directed tasks, where strategies for a business plan will be implemented.

In the first chapter, the history of App's is disclosed, as well as the status in the world and the interaction of users with them. The market for applications that offer a service like ours is also shown, along with their characteristics.

In the second chapter, reference is made to the concepts of strategic planning, since this planning is a management tool that establishes us to establish the task and the path that the organization must travel to achieve its planned goals and objectives, taking into account the changes and claims that it imposes the environment.

In the third chapter, you will find the surveys that we will find the responses of potential customers and know our target market, this will help us create the best mechanisms in our line of business, also will find business values, organizational policies, objectives, and control carried out by our organization.

And finally, there is the financial analysis of the degree work, where the feasible project was determined with an IRR of 81.21% and a NPV OF \$ 19925.29, the annual projections were also made, along with the necessary financial indicators.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, no se cuenta con fácil acceso a una ayuda académica de manera instantánea y las generaciones prefieren hacerlo a través de la tecnología, y mucho mejor si es a través del celular que se ha convertido en el principal punto de acceso a Internet, superando a los computadores personales en el tiempo de su uso.

Tomando en cuenta el crecimiento que está teniendo el mercado de las aplicaciones móviles, “CONOSCENZA” ingresará al mercado y su principal enfoque será brindar servicios educativos, facilitando a los estudiantes mejorar su calidad educativa, a través de temáticas diferentes como: clases personalizadas al momento de contactar con alguna persona experta en la necesidad académica del usuario, respuestas instantáneas a dudas cortas, pero de gran importancia y ayuda en tareas las veinticuatro horas del día, los 365 días del año.

Esta idea nace con el objetivo de generar una nueva fuente de empleo para docentes que se encuentran desempleados, o para aquellos que deseen tener un ingreso adicional, además se ha pensado en las necesidades que el estudiante tiene, y es por esa razón, se ha creado esta APP.

1. SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA

1.1. Antecedentes de los negocios que ofrecen asesoramiento educativo en la ciudad de Quito.

1.1.1 Historia de las Aplicaciones Móviles.

A inicios de los noventas, cuando el uso de teléfonos móviles se disparó, se pudo encontrar en ellos funciones como calculadoras, juegos arcade, sms o ringtones, esas sencillas características que el día de hoy pasan desapercibidas en nuestros móviles fueron el cimiento para el complejo mundo de aplicaciones del que hoy un 61.75% de la población mundial es usuario (Medina, 2017).

En diciembre de 1997, en muchos hogares del mundo, la Navidad trajo consigo un teléfono móvil que tampoco parecía que tuviera nada exageradamente innovador, era el Nokia 6110, sin embargo, este teléfono móvil tenía preinstalada la primera aplicación móvil de la historia que gozaría de un éxito mundial, el arrollador triunfo del juego de ‘La Serpiente’ sorprendió incluso a sus fabricantes (Escribano, 2018).

El juego consistía en que el cuerpo de la serpiente era una sucesión de píxeles que tenía que devorar otro píxel y con ello crecía en tamaño, el objetivo del juego era nunca devorar tu propio cuerpo, ¿a que suena simple?, pues millones de personas de todas las edades y procedencias se pasaron largas horas jugando aquella aplicación móvil universal (Escribano, 2018).

Muchas personas tienden a pensar que las apps no tienen más de una década de existencia, esto es porque su boom (tal como las conocemos) se dio en 2008 cuando de la mano del primer iPhone emergió un mercado que marcaría la historia y el uso de los móviles, casi de

inmediato, conocimos un nuevo sistema operativo llamado Android que competiría directamente con Apple, estos dos gigantes cuentan con más de 3 millones de distintas aplicaciones móviles en sus mercados (Medina, 2017).

Las aplicaciones móviles se reinventan de manera acelerada, en poco menos de una década evolucionaron de una solución algebraica a traductores de imágenes, de reproductores de música a video llamadas, no se espera poco para los próximos años, pronto todos los objetos cotidianos estarán conectados a Internet por medio de apps, ese futuro lleno de complejas tecnologías se construye y lo más interesante es que se está desarrollando en nuestras manos (Medina, 2017).

1.1.2 Condiciones actuales de los negocios que ofrecen asesoramiento educativo en la ciudad de Quito.

En la actualidad, en la ciudad de Quito hay varias empresas que ofrecen asesoramiento educativo, como son colegios, universidades, institutos y también se encuentra el Municipio de Quito que brinda diversas capacitaciones a estudiantes para fortalecer sus destrezas y mejorar su desempeño en el ámbito educativo.

Muchos responsables de centros de formación creen que ya realizan la tarea educativa lo mejor posible, pero realmente desconocen las múltiples oportunidades de cambio que les daría la implantación de un sistema con el cual se mantuviera un control sobre toda la organización, una mejora continua y especialmente la satisfacción, tanto de los educandos como de la sociedad (Senlle & Nilda, 2005).

Es por eso que “CONOSCENZA” ingresará al mercado ofreciendo un sistema digital, brindando servicios educativos y facilitando a los estudiantes mejorar su calidad educativa, a través de temáticas diferentes los 365 días del año.

1.2. Generalidades

1.2.1 Nombre o Razón Social.

El nombre que se escogió para la empresa es CONOSCENZA que significa en italiano conocimiento que es una de las capacidades más importantes del ser humano, pues el saber se actualiza de una manera constante para el proceso de formación continua del alumno.

1.2.2 Tipo de Empresa y Línea(s) de Producto(s)

Nuestra compañía pertenece al tipo de Sociedad Anónima, conformada por 6 accionistas.

Nos manejamos con un solo producto, el cual es una aplicación para teléfonos móviles, donde se puede ingresar de dos formas: como estudiante o como profesor, es una aplicación en la cual aprender resulta más fácil, ya que se puede establecer comunicación entre el profesor y estudiante o viceversa para obtener conocimiento de una manera más fácil y rápida.

1.2.3 *Imagen corporativa.*



Figura 1. Logo Conoscenza

Fuente: (Montenegro)

1.2.4 *RUC.*

Es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar esta información a la Administración Tributaria (SRI, s.f.).

Sirve para realizar alguna actividad económica de forma permanente u ocasional en el Ecuador, corresponde al número de identificación asignado a todas aquellas personas naturales y/o sociedades, que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deben pagar

impuestos (SRI, s.f.).

CONOSCENZA al ser una compañía privada (Sociedad Anónima), para obtener su RUC deberá cumplir con las siguientes obligaciones que debe seguir según el SRI a continuación:

- **Sociedades privadas**

Son personas jurídicas de derecho privado, a continuación, se detallan las principales:

- ✓ Aquellas que se encuentran bajo el control de la Superintendencia de Compañías, como por ejemplo las compañías anónimas, de responsabilidad limitada, de economía mixta, administradoras de fondos y fideicomisos, entre otras (SRI, s.f.).
- ✓ Aquellas que se encuentran bajo el control de la Superintendencia de Bancos, como por ejemplo los bancos privados nacionales, bancos extranjeros, bancos del Estado, cooperativas de ahorro y crédito, mutualistas, entre otras (SRI, s.f.).
- ✓ Otras sociedades con fines de lucro o patrimonios independientes, como por ejemplo las sociedades de hecho, contratos de cuentas de participación, consorcios, entre otras (SRI, s.f.).
- ✓ Sociedades y organizaciones no gubernamentales sin fines de lucro, como por ejemplo las dedicadas a la educación, entidades deportivas, entidades de culto religioso, entidades culturales, organizaciones de beneficencia, entre otras (SRI, s.f.).

- ✓ Misiones y organismos internacionales como embajadas, representaciones de organismos internacionales, agencias gubernamentales de cooperación internacional, organizaciones no gubernamentales internacionales y oficinas consulares (SRI, s.f.).

1.3. Entorno General y Específico

1.3.1 Entorno General.

1.3.1.1 Componentes Socio Demográfico Cultural.

En los últimos tiempos, tanto el desarrollo de aplicaciones móviles como el de dispositivos tecnológicos ha evolucionado de manera impresionante, hasta llegar a un nivel de eficiencia con el que soñábamos hace unos años, la interacción entre usuario y dispositivo se ha mejorado, y el mercado de aplicaciones ha crecido en todos los ámbitos, desde el entretenimiento hasta, también, la educación (Infoempleo , 2014).

En un futuro, se espera que las apps sean una de las claves por las cuales la educación presencial quede relegada y se imponga la educación desde casa en ambientes virtuales. De momento, las posibilidades en el mercado y el mundo de las apps dedicadas a educación son inmensas, ya que los dispositivos disponibles son muy variados (Infoempleo , 2014).

El Instituto Nacional de Estadística y Censos determinó que en el Ecuador, en el 2018, la población de 25 a 34 años fue el grupo etario con mayor tenencia de teléfono smartphome con 70,2%, incrementándose 56,9 puntos porcentuales respecto al 2012, mientras que en segundo lugar la población de 16 a 24 años representó el 63,2%, se puede observar un aumento en promedio de 37,3 punto porcentuales a nivel de todos los grupos de edad como se muestra en el siguiente gráfico (INEC, 2019).

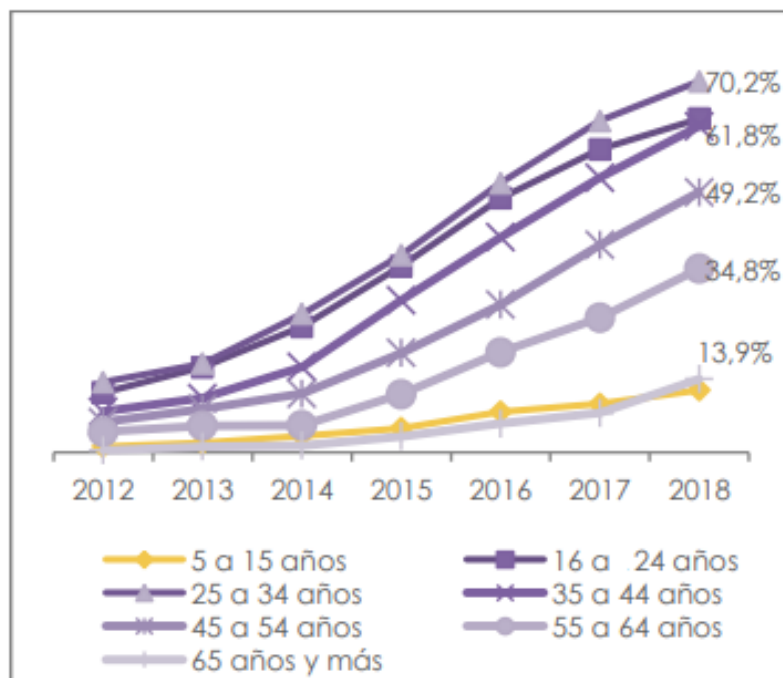


Figura 2. Evolución de porcentaje de personas que tienen teléfono inteligente, por grupos de edad
Fuente: (INEC, 2019)

Con estos antecedentes, Conoscenza ingresará al mercado de aplicaciones móviles, tomando en consideración que su principal enfoque será brindar servicios educativos a estudiantes universitarios y de colegios, facilitando su aprendizaje.

1.3.1.2 Componente Tecnológico.

Para el desarrollo de la App, se necesitará:

Un dispositivo electrónico en este caso una laptop de marca Acer, modelo Aspire 15.6, con una potente memoria RAM de 12 GB y expandible a 20 GB, y un rendimiento estable con un procesador de séptima generación, para visualizar excelentes gráficos.



Figura 3. Laptop Modelo Acer Aspire 15.6
Fuente: (Acer, s.f.)



Figura 4. Procesador de Séptima Generación

También se utilizará la herramienta digital Xamarin Studio para el desarrollo de la aplicación móvil, que servirá para la estructura y la creación del diseño de la app, en las plataformas iOS, Android y Windows Phone.



Figura 5. Xiamarin Studio
Fuente: (Xiamarin Studio, s.f.)

1.3.1.3 Componente Ecológico.

En la actualidad, existen aplicaciones informáticas o sitios web que permiten el envío de documentos directamente del ordenador, en línea, vía email, desde el dispositivo móvil o usando las herramientas de productividad, sin necesidad de imprimirlos, asimismo ahorrando papel, tinta y espacio (Ecoindus, 2012).

Hoy en día, el 73% de los países de América Latina y el Caribe cuentan con una estrategia de gobierno digital. En una época en la que prácticamente cualquier producto puede contratarse, modificarse, disfrutarse y/o cancelarse a través de un teléfono o una computadora (Porrúa, 2019).

Como ejemplo, Ecuador, cuya Modernización del Registro Civil en 2011 ha tenido un impacto en ahorro de desplazamientos y tiempos de espera valorado en más de 400 millones de dólares, ya que los trámites se pueden realizar de manera digital, sin necesidad de la utilización de papel (Porrúa, 2019).

El uso de esta aplicación móvil permitirá la disminución del consumo de papel, por lo que es un gran aporte tanto ambiental y para la sociedad, ya que todo se realizará en la app móvil sin causar daño alguno al planeta.

1.3.2 Entorno Específico.

1.3.2.1 Competidores.

En el análisis de competidores, dentro de lo que podemos investigar y abarcar como competidores directos de CONOSCENZA se encuentran varios sitios web que brindan el

servicio de emparejamiento de profesores y estudiantes para realizar tutorías personales y consultas como:



Figura 6. Logo Educar Ecuador

Fuente: (Educar Ecuador, s.f.)

Educar Ecuador es uno de los principales competidores que tenemos, ya que ofrece servicios educativos en línea a estudiantes, docentes, autoridades de instituciones educativas, padres de familia y comunidad en general que forman parte del sistema educativo fiscal, particular, fiscomisional o municipal como es el servicio para el cobro de pensiones, matrículas y servicios educativos para instituciones educativas particulares y fiscales (Educar Ecuador, s.f.).



Figura 7. Logo YPDEcuador

Fuente: (YPDEcuador.com, s.f.)

YPDEcuador.com es una página web en donde brindan herramientas a alumnos y docentes para fortalecer sus destrezas a través de distintas metodologías, es un laboratorio de desarrollo de metodologías para la educación y capacitación del siglo XXI, ofreciendo programas para Colegios, Microempresas, Comunidades y Colaboradores de empresas (YPDEcuador.com, s.f.).



Figura 8. Logo Cuestionarix

Fuente: (Cuestionarix.com, s.f.)

Cuestionarix.com es una plataforma virtual web que ofrece cursos en línea para que estudiantes ecuatorianos se capaciten para el ingreso a la universidad, incluye simuladores y minisimuladores de preguntas que preparará a los alumnos, de forma interactiva (El Comercio, 2014).



Figura 9. Logo Idukay

Fuente: (Idukay.com, s.f.)

Idukay.com, es una plataforma de gestión académica institucional; que, como sistema informático, está dirigido a instituciones educativas que deseen mejorar y automatizar la gestión de sus procesos internos, como el control de horarios y asistencias, información de

notas; y al mismo tiempo enriquecer la comunicación con padres de familia y estudiantes de la Institución (Idukay.com, s.f.).



Figura 10. Logo Tutor Doctor

Fuente: (Tutor Doctor, s.f.)

Tutor Doctor es una empresa internacional que trabaja aquí en Ecuador en varias de sus ciudades incluyendo Quito, esta página web permite encontrar tutorías personalizadas a estudiantes de todos los niveles académicos, también ofrecen capacitaciones para ejecutivos y adultos (Tutor Doctor, s.f.).

1.3.2.2 Clientes.

Nuestro mercado objetivo estará formado por un grupo de personas que responden a un determinado perfil sociodemográfico y socioeconómico en la ciudad de Quito, a los cuales nos dirigiremos mediante la APLICACIÓN, ofreciéndoles un servicio excelente y además crear una experiencia única en ellos.

Las principales variables demográficas que hemos tomado en cuenta para definir nuestro mercado objetivo fueron:

- **Edad:** personas entre 12-30 años, tomando en cuenta que en esas edades se encuentran realizando sus estudios de colegio y universitarios.
- **Sexo:** Hombres y Mujeres

- **Ocupación:** Estudiantes
- **Nivel socioeconómico:** Medio-Alto

1.3.2.3 Proveedores.



Figura 11. Logo Medium Multimedia

Fuente: (Medium Multimedia, s.f.)

Nuestro principal proveedor para el desarrollo y diseño de la App Conoscenza será Medium Multimedia, ya que es una empresa nacional que se dedica a los campos del Branding Corporativo, Diseño Web, Animación Digital, Publicidad Online, Marketing Digital, Desarrollo E-learning, Aplicaciones Móviles, entre otras.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Planificación Estratégica

2.1.1 *Definición de Planificación Estratégica.*

La planificación estratégica es un proceso sociopolítico y científico orientado por objetivos de transformación cuanti – cualitativos de un sector particular de la realidad, en este proceso articula dos dimensiones de modo dialéctico: la reflexión y la acción, cuyo nexos lo constituye la evaluación, como proceso permanente de conocimiento, revisión, aprendizaje y retroalimentación (Rodríguez, 2016).

Según Serna la planificación estratégica es el proceso mediante el cual quienes toman decisiones en una organización obtiene, procesan y analizan información pertinente, interna y externa con el fin de evaluación la situación actual, competencia y así decidir el direccionamiento de la empresa en un futuro (Serna, 2008).

La planificación estratégica –denominada en inglés *strategic planning*, *account planning* o simplemente *planning* – surgió como una forma de interpretar y utilizar mejor los datos obtenidos en la investigación social para crear una plataforma estratégica más dinámica y conseguir campañas más eficaces (Cuesta, 2012).

La planificación estratégica o planteamiento estratégico es un plan estratégico que ayuda a tomar decisiones y consiste en la elaboración, desarrollo y puesta en marcha de distintos planes operativos por parte de las empresas, con la intención de alcanzar objetivos y metas planteadas (Ayestarán, Rangel, & Sebastián, 2016).

2.1.2 Importancia de la Planificación Estratégica.

La planificación permite llevar a cabo proyecciones y pronósticos con carácter prospectivo, lo cual posibilita prever eventuales comportamientos y reacciones de los públicos frente a decisiones y actitudes de las organizaciones. (Matilla, 2008)

París asegura que la planificación estratégica nos ayuda a ordenar nuestras acciones y darles una dirección lógica, pero la planificación estratégica también falla y el Plan estratégico, en lugar de ser un instrumento útil puede convertirse en un instrumento de doble filo. (París, 2005)

Crear estrategias es importante debido a que éstas son un camino para lograr los objetivos y la visión predeterminada y evaluar el funcionamiento de la estrategia es de gran importancia debido a que en esta etapa se pueden mejorar o crear más estrategias que vayan conforme a la misión y visión de la empresa (Thompson, 2012).

2.1.3 Ventajas y Desventajas de la Planificación Estratégica.

2.1.3.1 Ventajas.

- ✓ **Identificación de oportunidades y solución de problemas de manera estratégica:** Se podrá integrar ideas y soluciones innovadoras que permitan diferenciar y dar una ventaja competitiva con relación a como se maneja la empresa (Pérez, 2015).
- ✓ **Alineamiento de visión, misión, y valores de todo el equipo de manera multi-nivel:** Mayor productividad y compromiso de tu equipo, el personal estará alineado para obtener resultados del negocio con tu visión como líder (Pérez, 2015).
- ✓ **Implementación de métricas para medir los resultados de las estrategias recomendadas:** Proveer una base para medir que las estrategias implementadas estén

logrando los objetivos deseados, esto ayuda a que se puedan tomar mejores decisiones de negocios o hacer cambios informados con tiempo y a base de resultados (Pérez, 2015).

- ✓ **Mayor atención al progreso deseado con enfoque en las metas y objetivos del negocio:** Se obtiene el enfoque y dirección, esto ayuda a conocer y a establecer el propósito del negocio y los objetivos realistas, se podrá medir el progreso de manera tangible (Pérez, 2015).
- ✓ **Mayor retorno de inversión en proyectos específicos para el crecimiento de la empresa:** Descubrir el segmento de cliente y las condiciones del mercado idóneo para poder ofrecer tus productos y servicios de tal manera que genere ingresos sostenibles y ganancias que te lleven a crecer saludablemente (Pérez, 2015).

2.1.3.2 Desventajas.

- ✓ **Proceso que requiere mucho tiempo:** La implementación de la planificación estratégica no es un proceso de la noche a la mañana, es necesario que el equipo directivo de la empresa tarde mucho tiempo en conseguir que los nuevos procesos sean correctos (Stratec, 2019).
- ✓ **Alto costo para las pequeñas y medianas empresas:** Un buen plan estratégico puede ser costoso para las pequeñas y medianas empresas o para las que están empezando ahora, esto se debe a que se necesitan esfuerzos adicionales, por ejemplo, para analizar los ambientes interiores y exteriores (Stratec, 2019).
- ✓ **El proceso es muy complejo:** El proceso de planificación estratégica, consta de muchos pasos que están conectados entre sí y se deben ajustar constantemente, algunos factores

inesperados, aparecen lo que hace que toda la estrategia cambie y, como resultado, el proceso de planificación estratégica también (González, 2017).

- ✓ **Dificultades de aplicación:** La planificación estratégica incluye varios tipos de procesos continuos que verifican todos los principales componentes críticos de una empresa, al ser un proceso complejo, requiere mucha paciencia, disciplina y persistencia, y eso, para algunos, puede ser una gran desventaja (Stratec, 2019).

- ✓ **Baja tasa de implementación con éxito:** Debido a su complejidad y gran compromiso con los objetivos estratégicos, la planificación estratégica rara vez se aplica con éxito (González, 2017).

2.2. Estrategias

2.2.1 Definición Estrategias

La estrategia se puede considerar como la adecuación de las actividades de una organización al entorno en el que opera, a esto se conoce como la búsqueda del ajuste estratégico. (Scholes & Johnson, 2001)

Las estrategias son los medios por los cuales se logran los objetivos a largo plazo, las estrategias empresariales incluyen la expansión geográfica, la diversificación, la adquisición, el desarrollo de productos, la penetración de mercado, la reducción de gastos, el retiro de inversiones, la liquidación y las empresas conjuntas. (David, 2008)

Por definición, la estrategia es el patrón de los movimientos de la organización y de los enfoques de la dirección que se usa para lograr los objetivos organizativos y para luchar por la misión de la organización (Thompson & Strickeland, 1994).

2.2.2 Tipos de Estrategias.

2.2.2.1 Estrategias Genéricas.

Michael Porter estableció tres estrategias genéricas de gran eficacia para lograr un mejor rendimiento que los contrincantes en una industria (Porter, 2009):

- **El liderazgo en costos globales:** El liderazgo en costos exige la construcción agresiva de instalaciones de escala eficiente, la búsqueda vigorosa de reducción de costos a partir de la experiencia, un control riguroso de gastos variables y fijos, evitar las cuentas de clientes menores y reducir los costos en áreas como investigación y desarrollo, fuerza de ventas, publicidad y otras (Porter, 2009).

- **Diferenciación:** La segunda estrategia genérica diferencia el producto o servicio que ofrecemos, creando así algo que en la industria entera se percibe como único, la diferenciación brinda protección en contra de la rivalidad porque los clientes son leales a la marca y porque afectan la sensibilidad al precio, también aumenta los márgenes de utilidad y con ello permite prescindir de la posición de costos bajos (Porter, 2009).

- **Enfoque o concentración:** Se centra en un grupo de compradores, en un segmento de la línea de productos o en un mercado geográfico: igual que la diferenciación, adopta multitud de modalidades, en contraste con los costos bajos y con la diferenciación, las estrategias que buscan alcanzar sus objetivos en toda la industria, esto busca ante todo dar un servicio excelente a un mercado particular (Porter, 2009).

Una empresa que tiene un buen enfoque puede incrementar su rendimiento en la industria, esto significa que además de tener una posición de costos bajos en su mercado también puede tener una gran diferenciación de productos o servicios, si la compañía no desarrolla al menos una de estas tres estrategias, puede quedarse estancada en el mercado.

2.2.2.2 Estrategias Funcionales.

Permite a una empresa hacer frente a los aspectos prácticos de los objetivos del plan y de corto plazo para la organización a largo plazo de los objetivos, la estrategia de negocio funcional ayuda a las empresas más pequeñas a evaluar los efectos de los planes y metas específicas para la industria en la que operan desde adentro (Ebizaro FM, 2016).

2.2.2.3 Estrategia de Diversificación.

La diversificación consiste en desarrollar nuevos productos y nuevos mercados al mismo tiempo, es un cambio drástico del campo de actividad, esto hace que la empresa se encuentre con nuevas dificultades externas (nuevos entornos) e internas (creación de nuevos conocimientos, desarrollo de nuevas tecnologías de producto, desarrollo de nuevos procesos, compra de nuevas instalaciones, necesidad de crear nuevas estructuras organizativa) (Carrión, 2007).

2.2.2.4 Estrategias Defensivas.

Las estrategias defensivas persiguen como objetivo disminuir el riesgo de un ataque por parte de un competidor hacia nuestra empresa, evitando los impactos negativos que pudiera ocasionar e influyendo en dicho competidor para que dirija sus esfuerzos hacia otros rivales (Thompson & Strickeland, 1994).

2.2.2.5 Estrategias de respuesta rápida.

Consiste en actuar mucho más rápido que los competidores, se basa en que, en diversos tipos de industrias, no es a menudo suficiente conseguir una ventaja en costes u ofrecer un producto diferenciado, sino que también es muy importante estar capacitado para responder con prontitud a las necesidades cambiantes de los consumidores (Durán, 1999).

2.3. Fases del Proceso Estratégico

2.3.1 Planteamiento estratégico (Formulación).

Según Fernando D' Alessio (2008) la formulación estratégica, planeamiento estratégico se debe iniciar con el establecimiento de:

- La visión y la misión de la organización (D'Alessio, 2008).
- El enunciado de los intereses organizacionales, de sus valores y del código de ética que normarán el accionar de la organización (D'Alessio, 2008).
- La evaluación de los factores externos que influyen en la organización, el análisis del sector industrial y de los competidores (D'Alessio, 2008).
- La determinación de los objetivos estratégicos de largo plazo (D'Alessio, 2008).
- Y terminará con la identificación y selección de las estrategias específicas que permitirán, al implementarse, mejorar la competitividad de la organización en el ámbito local y/o global para poder alcanzar la visión trazada (D'Alessio, 2008).

Una formulación estratégica será exitosa en la medida en que el gerente que lidere el proceso logre un adecuado y permanente monitoreo de las variaciones que se presentan en el entorno, en la competencia y especialmente en la demanda (clientes y consumidores), y le imprima un carácter iterativo e interactivo al proceso (D'Alessio, 2008).

2.3.1.1 Dirección estratégica (implementación).

El siguiente paso en este proceso es la puesta en marcha de los lineamientos estratégicos identificados, y afrontar el reto de ejecutar las estrategias retenidas para la organización, en esta etapa la organización definirá de manera más específica los pasos a seguir para alcanzar la visión establecida en el contexto que desea participar (D'Alessio, 2008).

2.3.1.2 Control estratégico (evaluación).

Mediante el control estratégico se pretende cerrar las brechas encontradas entre lo planeado y lo ejecutado. Es una etapa que se lleva a cabo desde el inicio del proceso y está conformada por acciones de supervisión y los ajustes del plan propuesto, es pertinente contar con un tablero de control balanceado para evaluar si están alcanzando los objetivos de corto y largo plazo (D'Alessio, 2008).

Hoy en día, los ambientes internos y externos de las organizaciones son dinámicos, por ello las estrategias mejor concebidas e implementadas llegan a ser rápidamente obsoletas, en este sentido la revisión estratégica interna y externa se hace crítica (D'Alessio, 2008).

Hay que analizar tres cosas: la raíz, esto es examinar la base subyacente de la estrategia de la organización, luego comparar los resultados actuales con los esperados y tomar acciones correctivas para llenar los vacíos en el desempeño (D'Alessio, 2008).

2.4. Modelo de la Planificación Estratégica

2.4.1 Misión.

La misión es la síntesis de lo que ven los clientes y los empleados de su grupo como el negocio que usted opera, lo que debieran ser sus productos y servicios, quiénes son sus clientes y qué valor aporta usted a todos. también incluye qué ve la comunidad más amplia como el propósito que usted tiene y qué trabajo hace usted realmente, se desarrolla en base a los valores centrales de usted (Scott, Jaffe, & Tobe, 1997).

La misión es la razón para la existencia de una organización, lo que les confiere valor a los ojos de todos los que participan en ella, especialmente sus empleados (Campbell & Kiran, 1992).

La misión de un negocio es el fundamento para las prioridades, estrategias, planes y asignación de funciones, es el inicio para el diseño de los puestos administrativos y, sobre todo, para el diseño de las estructuras administrativas (David, 2008).

2.4.2 *Visión.*

Una visión es una imagen de un estado futuro deseado, una descripción de lo que las cosas serían dentro de algunos años, es un retrato dinámico del futuro, es más que un sueño o conjunto de esperanzas; es un compromiso, la visión proporciona el contexto para diseñar y manejar los cambios necesarios para alcanzar dichas metas (Scott, Jaffe, & Tobe, 1997).

Una visión clara provee los cimientos para desarrollar una amplia declaración de la misión, muchas organizaciones poseen tanto la declaración de visión como la de la misión del negocio, pero la que debe establecerse antes que cualquier otra cosa es declaración de visión, la cual debe ser breve, de preferencia de una sola oración, y en su desarrollo es necesario contar con la participación de tantos gerentes como sea posible (David, 2008).

Definimos a la visión como aquella idea o conjunto de ideas que se tienen de la organización a futuro, es por ello que es el sueño máspreciado a largo plazo, la visión de la organización a futuro expone de manera evidente y ante todos los grupos de interés el gran reto empresarial que motiva e impulsa la capacidad creativa en todas las actividades que se desarrollan dentro y fuera de la empresa (Galindo, 2009).

2.4.3 Valores Estratégicos.

Rojas y Medina (2012) clasifican a los valores estratégicos en los siguientes:

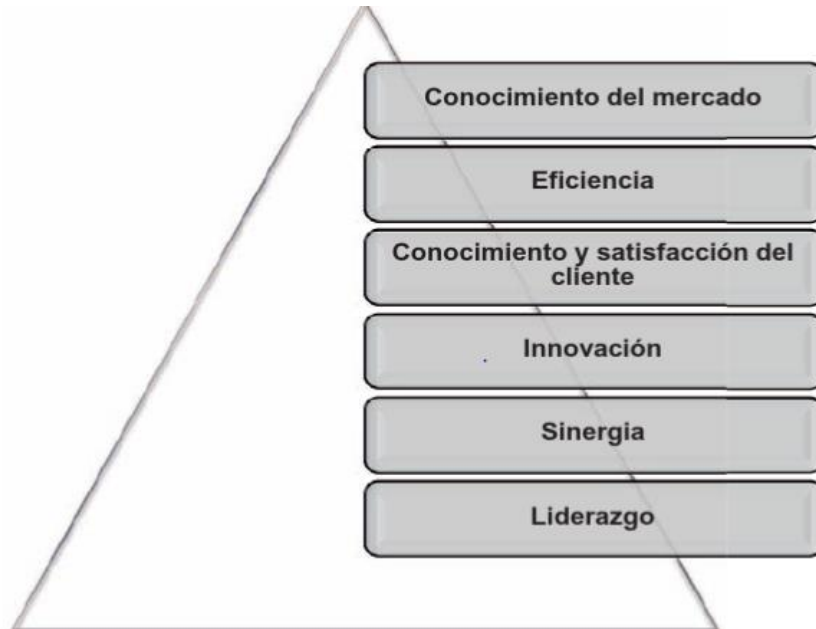


Figura 12: Valores estratégicos

Fuente: (Rojas & Medina, 2012)

- **Conocimiento del mercado:** el conocimiento del mercado es vital para poder tomar decisiones de gestión, la expansión y crecimiento de las empresas y organizaciones, junto con los cambios y nuevas tendencias del mercado (Rojas & Medina, 2012).
- **Eficiencia:** es el propósito es lograr el empleando los mejores medios posibles (Rojas & Medina, 2012).
- **Conocimiento y satisfacción del cliente:** este se trata de conocer y de saber quiénes son los clientes y de cómo mantenerlos a gusto con los productos de la organización (Rojas & Medina, 2012).

- **Innovación:** este concepto se refiere a la implementación tecnológica de nuevos productos y procesos y/o a mejoras significativas en estos, ya sea como resultado de la difusión de conocimientos tecnológicos para lograr productos o procesos productivos con especificaciones o propiedades técnicas diferenciadas con respecto a los existentes en el mercado (Rojas & Medina, 2012).
- **Sinergia:** sinergia es acción y creación colectivas; es unión, cooperación y concurso de causas para lograr resultados y beneficios conjuntos (Rojas & Medina, 2012).
- **Liderazgo:** es muy importante la Empresarial ante los retos del siglo XXI (Rojas & Medina, 2012).

2.4.4 *Análisis Interno y Externo.*

2.4.4.1 *Análisis Interno.*

El objetivo del análisis del ambiente interno es determinar las fortalezas y las debilidades de la organización, las fortalezas son todo aquello en que la organización supera a los competidores; las debilidades, todo aquello en que los competidores son mejores (Aceves, 2004).

Si la empresa conoce sus fortalezas y debilidades entiende su situación estratégica y puede compararla con la competencia, este conocimiento se aplica para:

- Detectar los puntos débiles de los competidores, dónde son vulnerables, para dirigir el ataque (Aceves, 2004).
- Desviar o evitar que los ataques se concentren en sus propios puntos débiles (Aceves, 2004).
- Evitar que los competidores aprovechen sus fortalezas para combatir a la organización (Aceves, 2004).

- Aclarar la situación estratégica y competitiva de la organización para prever la forma más probable en que reaccionarán los competidores ante el planteamiento estratégico de la empresa, así como ante los cambios en el mercado, la correlación de fuerzas de la competencia (Aceves, 2004).
- Establecer indicadores para vigilar permanentemente todo el entorno (Aceves, 2004).

2.4.4.2 Análisis Externo.

La organización se debe adaptar al medio externo en que se desenvuelve para adivinar y aprovechar los movimientos de los competidores, los cambios en el mercado y en las condiciones de la sociedad, tiene que reconocer y evadir o transformar las amenazas y aprovechar o crear oportunidades de otra forma, corre el riesgo de fracasar (Aceves, 2004).

El análisis externo se realiza en tres planos:

Plano inmediato o sectorial: En el primer plano del análisis se evalúan, entre otros, los siguientes aspectos (Aceves, 2004):

- La posición competitiva del sector, en cuanto a perfiles de la competencia, ambiente competitivo y segmentación (Aceves, 2004).
- La estructura del sector (Su financiamiento, grado de presión gubernamental, los productos típicos, estructura tecnológica, etc) (Aceves, 2004).
- Los principales competidores y sus estrategias (Aceves, 2004).
- La etapa de desarrollo (o madurez) del sector (Aceves, 2004).
- El mercado: Sus tendencias, estrategias, el perfil del cliente, los segmentos del mercado el posicionamiento de los competidores, los resultados (avances y retrocesos) (Aceves, 2004).

El plano nacional: En el segundo plano se examina cuánto facilita el país la consecución de una o varias ventajas competitivas, los principales factores que se evalúan son (Aceves, 2004):

- Sociales
- Demográficos
- Tecnológicos
- Económicos
- Financieros
- Políticos
- Fiscales
- Ecológicos

El plano global (o macroambiente): En el tercer plano de análisis externo, el estudio se enfoca en los factores (Aceves, 2004):

- Macroeconómicos
- Macrosociales
- Megatendencias
- Macrotecnológicos
- El ambiente global financiero
- El macroambiente político
- El ambiente del comercio global
- Las alianzas comerciales mundiales, etc.

2.4.5 Determinación de objetivos.

Para que los objetivos de resultados tengan valor como herramienta gerencial, deben formularse en términos cuantificables o mensurables, y deben contener un tiempo límite para su realización, esto significa que hay que evitar declaraciones como “maximizar beneficios”, “reducir costos”, “ser más eficientes”, o “aumentar las ventas”, que no especifican cuánto o cuándo (Thompson & Strickeland, 1994).

Presentar los objetivos de la organización en términos mensurables y después hacer a los directivos responsables de cumplir con sus metas asignadas dentro de un marco específico de tiempo 1) sustituye las acciones sin dirección y confusas sobre lo que se quiere lograr por una toma de decisiones estratégicas con sentido, y 2) proporciona un conjunto de marcas fijas para evaluar el resultado de la organización (Thompson & Strickeland, 1994).

2.4.6 Formulación de las Estrategias.

Las organizaciones necesitan estrategias que les indiquen cómo lograr los objetivos y cómo luchar por la misión de la organización, la creación de la estrategia se refiere a los cómo: cómo alcanzar las metas de resultado, como vencer a los rivales cómo buscar y mantener la ventaja competitiva, como fortalecer la posición empresarial a largo plazo de la compañía (Thompson & Strickeland, 1994).

Al formular una estrategia a partir de muchas opciones posibles, el estratega fragua respuestas para los cambios en el mercado, busca nuevas oportunidades y sintetiza diferentes enfoques que se han tomado en diversas ocasiones y en distintas partes de la organización (Thompson & Strickeland, 1994).

3. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA EL NEGOCIO

3.1. Encuesta

3.3.1 *Objetivos de la Encuesta.*

Realizar un estudio de mercado sobre la factibilidad de la puesta en marcha de un proyecto de asesoría académica online para estudiantes de colegios y universidades.

3.3.2 *Diseño de la Encuesta*

Encuesta

Objetivo: Realizar un estudio de mercado sobre la factibilidad de la puesta en marcha de un proyecto de asesoría académica online para estudiantes de colegios y universidades.

1. Edad: ____

2. Sexo:

Masculino ____ Femenino ____

3. ¿Actualmente se encuentra estudiando?

Si ____ No ____

4. ¿Qué tipo de educación está cursando?

Secundaria ____ Universitaria ____ Otros: _____

5. ¿Al momento de realizar los trabajos académicos ha tenido inconvenientes?

Si ____ No ____

6.- ¿Le gustaría recibir ayuda académica de personas expertas de manera inmediata?

Si ____ No ____

7. ¿Ha utilizado o escuchado de alguna APP que le ayude con sus tareas y dudas académicas?

Si ____ No ____

8. ¿Si le ofreciéramos una APP que le ayuda a resolver sus problemas o dudas académicas, lo utilizaría?

Si ____ No ____

9. ¿En qué tipo de trabajos académicos le gustaría recibir ayuda?

Tareas ____ Consultas académicas ____ Tutorías presenciales ____

Otros: _____

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?

Tareas dirigidas	Consultas Académicas	Tutorías presenciales por hora
\$5,00 a 7,00	\$1,00 a \$2,00	\$15,00 a \$20,00
\$7,01 a \$9,00	\$2,01 a \$3,00	\$20,01 a \$25,00
\$9,01 a \$11,00	\$3,01 a \$4,00	\$25,01 a \$30,00
\$11,01 a \$13,00	\$4,01 a \$5,00	\$30,01 a \$35,00
\$13,01 a más	\$5,01 a más	\$35,01 a más

11. ¿A través de qué medios de comunicación le gustaría conocer esta App con los tipos de trabajos académicos antes mencionados?

Televisión ____ Redes Sociales ____ Periódico ____ Otros: _____

3.3.3 *Corrida de la Encuesta.*

Población

La corrida de la encuesta se realizará con el número de habitantes de la ciudad de Quito, que es de 2'741.110, entre hombres y mujeres (El Universo, 2019).

Esta encuesta será realizada a los estudiantes universitarios y de colegios de la ciudad.

Muestra

Para realizar el cálculo del tamaño de la muestra, se utilizó la siguiente fórmula:

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

N = tamaño de la población • e = margen de error (porcentaje expresado con decimales)

• z = puntuación z • p = proporción esperada (SurveyMonkey, s.f.).

Aplicación de la Fórmula:

N= 2'741.110

e= 0,5

z= Nivel de confianza 95%, con un estadístico z =1,96

p= 5%

$$\text{Tamaño de la muestra} = \frac{\frac{1,96^2 \times 5\% (1 - 5\%)}{0,5^2}}{1 + \frac{1,96^2 \times 5\% (1 - 5\%)}{0,5^2 \times 2'741.110}} = \mathbf{384}$$

El tamaño de muestra que se aplicará es de **384** encuestas para la investigación.

3.3.4 Tabulación de la Encuesta y representación gráfica de los resultados e interpretación

Pregunta 1: Edad

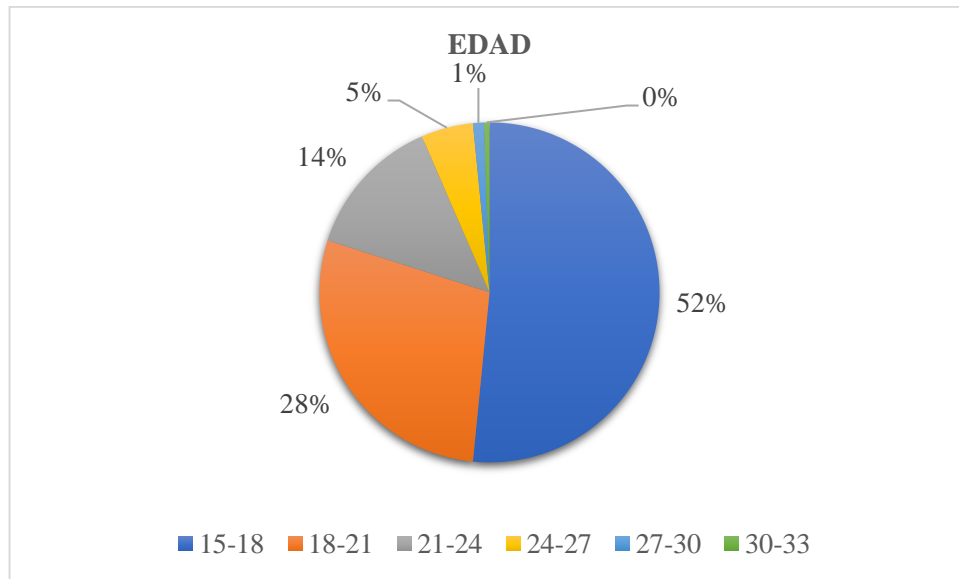


Figura 13. Pregunta 1

El rango de edades de los encuestados, el 52% se encuentra entre 15 y 18 años, el 28% presenta un rango de 18 a 21 años, el 14% representa a las edades entre 21 a 24 años, las edades entre 24 y 27 años tienen el 5% y el 1% pertenece a las edades de 27 y 30 años, mientras que por debajo de 1% se encuentran las edades de 30 a 33 años.

Pregunta 2: Sexo

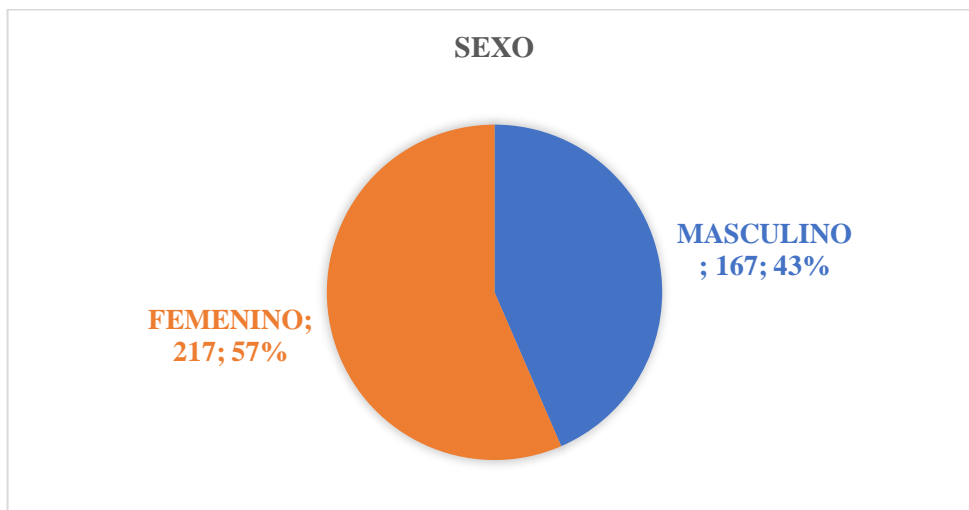


Figura 14. Pregunta 2

Del 100% de los estudiantes entre universitarios y de colegios, el 57% representa al sexo femenino, y el 43% pertenece al sexo masculino.

Pregunta 3: ¿Actualmente se encuentra estudiando?



Figura 15. Pregunta 3

La totalidad de personas encuestadas respondió que actualmente se encuentran estudiando, es decir que cuentan con un sistema de educación, y esto permite que la oferta académica mejore en el país para el desarrollo profesional.

Pregunta 4: ¿Qué tipo de educación está cursando?

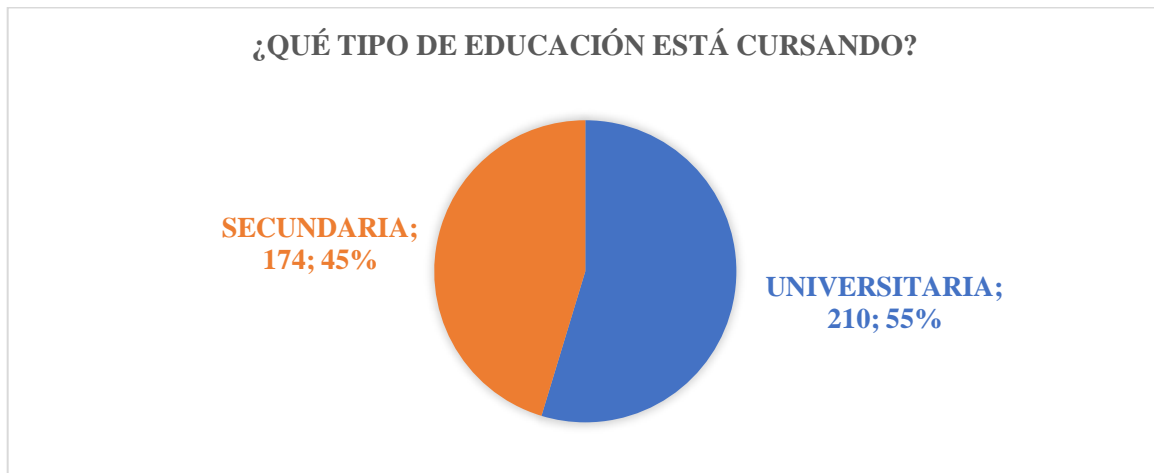


Figura 16. Pregunta 4

Del total de encuestados el 55% está cursando un nivel de educación universitaria mientras que el 45% pertenece al de secundaria, esto representa que la investigación se enfocará a los estudiantes de colegios y universidades.

Pregunta 5: ¿Al momento de realizar los trabajos académicos ha tenido inconvenientes?

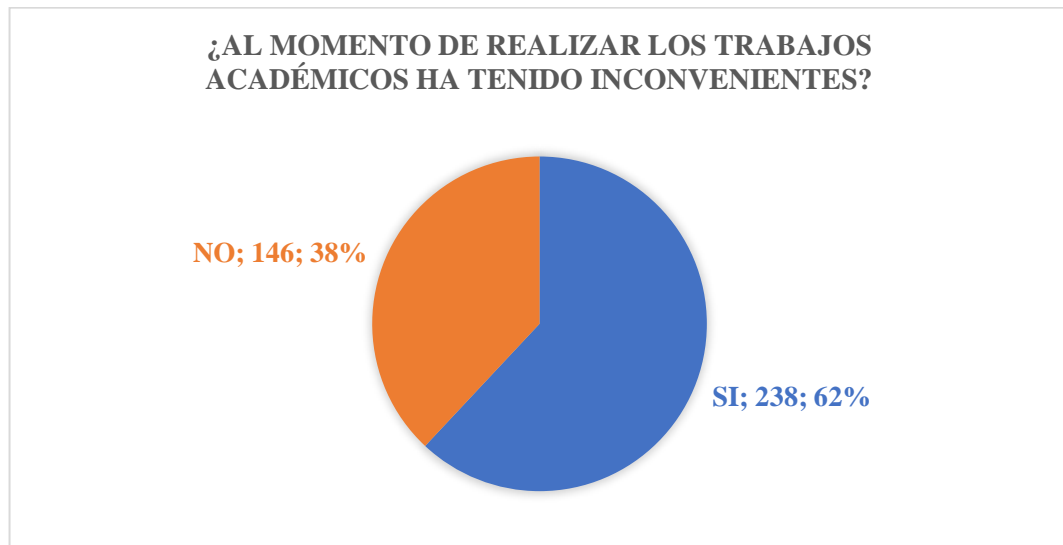


Figura 17. Pregunta 5

El 63% de las personas encuestadas afirmó que al momento de realizar los trabajos académicos ha tenido inconvenientes, mientras el 38% no lo ha tenido, esto quiere decir que el uso de la App será muy beneficioso para los estudiantes que han tenido problemas al momento de realizar algún deber.

Pregunta 6: ¿Le gustaría recibir ayuda académica de personas expertas de manera inmediata?

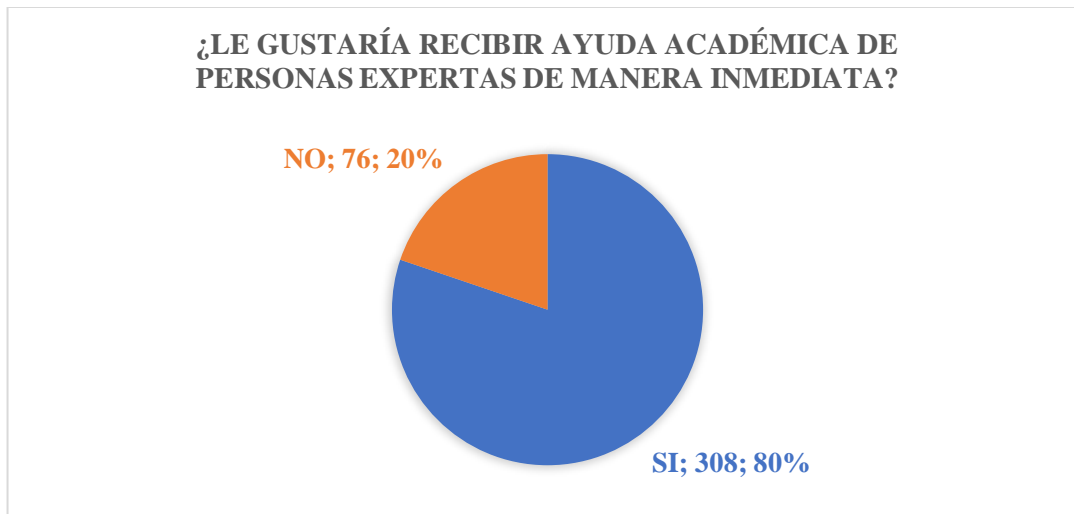


Figura 18. Pregunta 6

Al 80% de personas les gustaría recibir ayuda académica de personas expertas de manera inmediata, por el contrario, al 20% de personas no les gustaría recibir ayuda académica.

Pregunta 7: ¿Ha utilizado o escuchado de alguna APP que le ayude con sus tareas y dudas académicas?

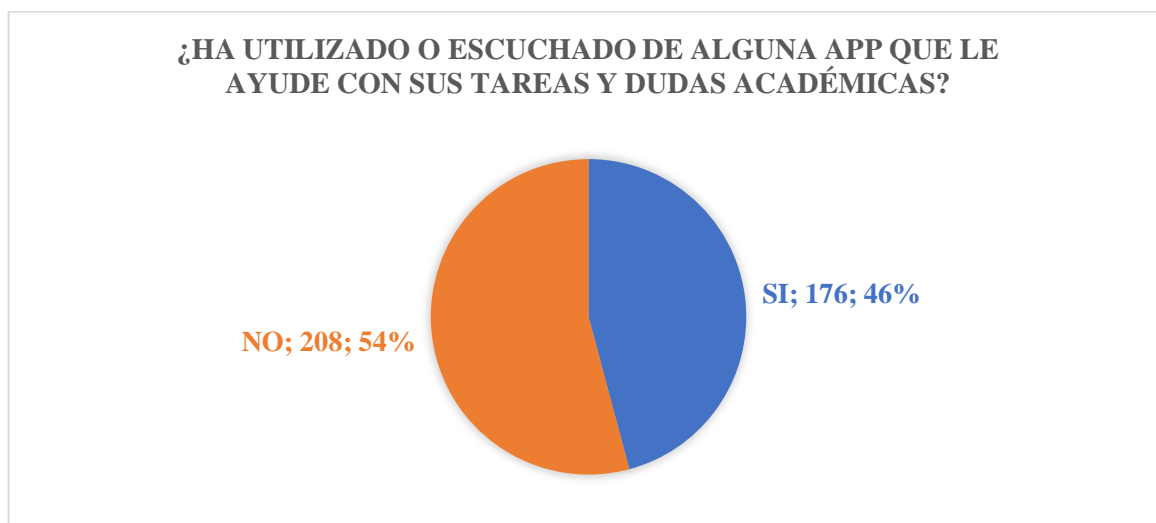


Figura 19. Pregunta 7

El 54% de encuestados no han escuchado de una App que pueda ayudar con las tareas y dudas académicas, por lo que nuestra App sería de gran ayuda para resolver cada una de sus interrogantes acerca de sus tareas.

Pregunta 8: ¿Si le ofreciéramos una APP que le ayuda a resolver sus problemas o dudas académicas, lo utilizaría?

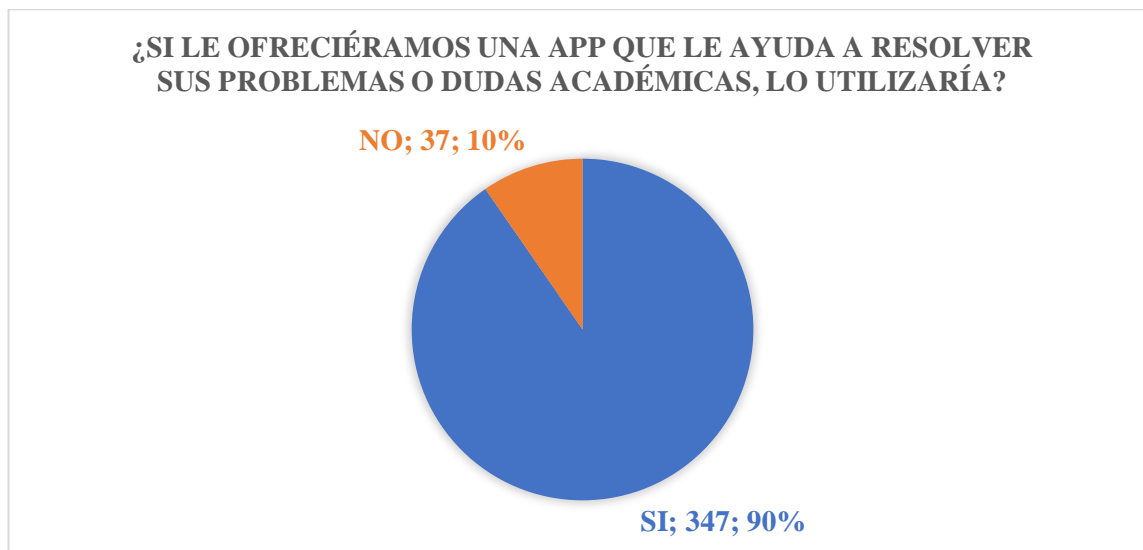


Figura 20. Pregunta 8

El 90% pertenece al grupo de personas que les gustaría utilizar una App que le ayude a resolver sus problemas o dudas académicas, mientras que el 10% de encuestados respondió que no.

Pregunta 9: ¿En qué tipo de trabajos académicos le gustaría recibir ayuda?

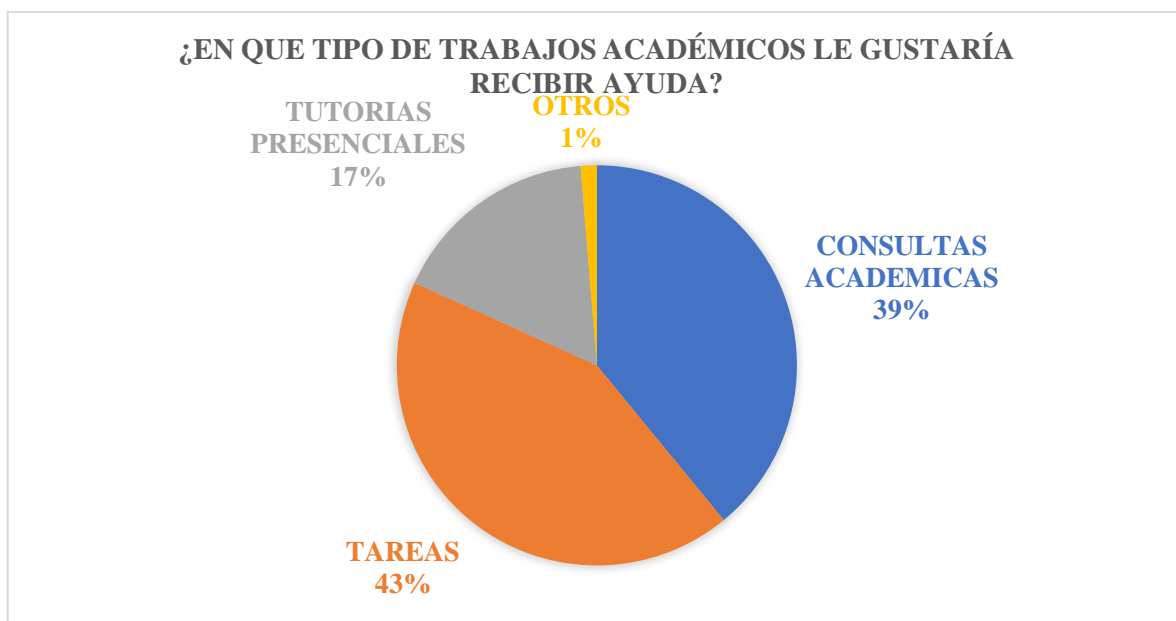


Figura 21. Pregunta 9

En cuanto al tipo de trabajos académicos que les gustaría recibir ayuda a las personas encuestadas, el 39% pertenece a consultas académicas, para tareas el 43%, para tutorías presenciales el 17% y en otros tipos de trabajos el 1%.

Pregunta 10: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?

- **Tareas Dirigidas**

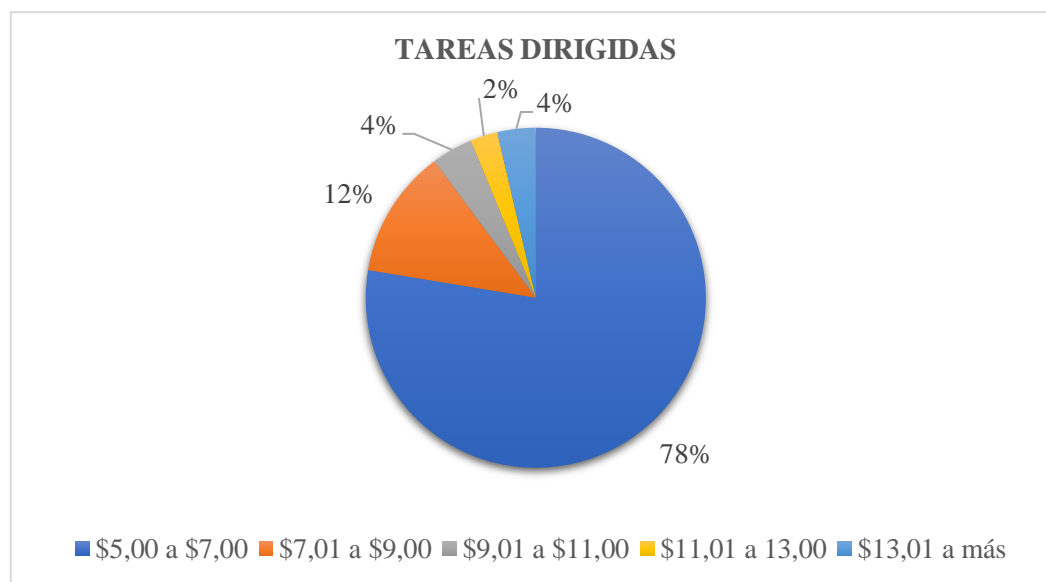


Figura 22. Pregunta 10.1

La mayoría de las personas que estarían dispuestas a pagar por tareas dirigidas con un precio de \$5,00 a \$7,00 es del 78%, mientras que por el precio de \$7,01 a \$9,00 es del 12% de encuestados, por la cantidad de \$9,01 a \$11,00 al igual que por el precio de \$11,01 a \$13,00 es del 4% y por último el 2% de encuestados estaría dispuesto a pagar de \$13,01 a más.

- **Consultas Académicas**

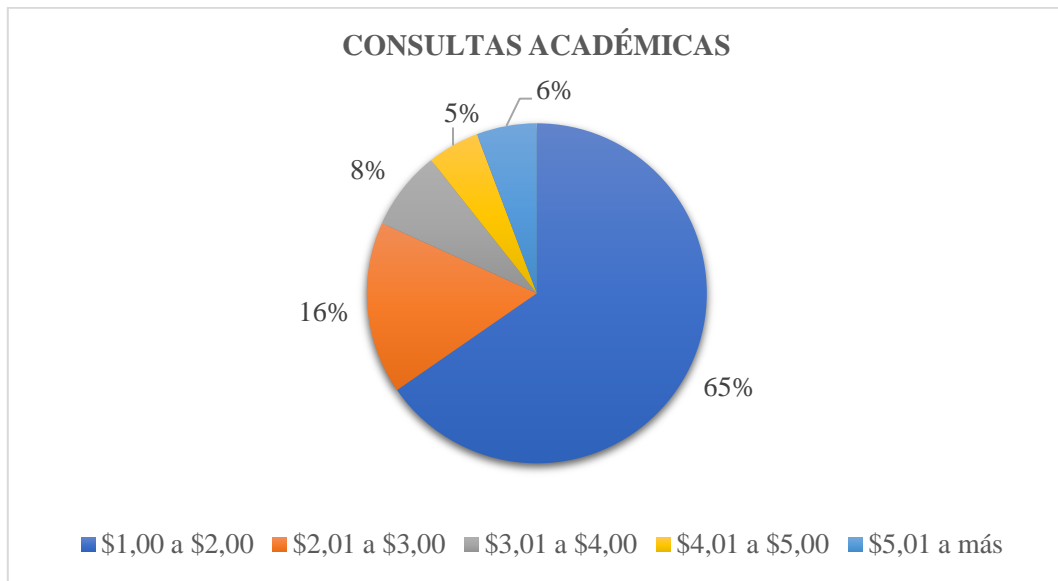


Figura 23. Pregunta 10.2

La mayoría de encuestados con el 65% respondió que estarían dispuestos a pagar por consultas académicas un precio de \$1,00 a \$2,00, mientras que por el precio de \$2,01 a \$3,00 es del 16% de personas encuestadas, el 8% escogió la cantidad de \$3,01 a \$4,00, el 6% eligió el precio de \$5,01 a más y por último el 5% de encuestados estarían dispuestos a pagar de \$4,01 a \$5,00.

- **Tutorías Presenciales**

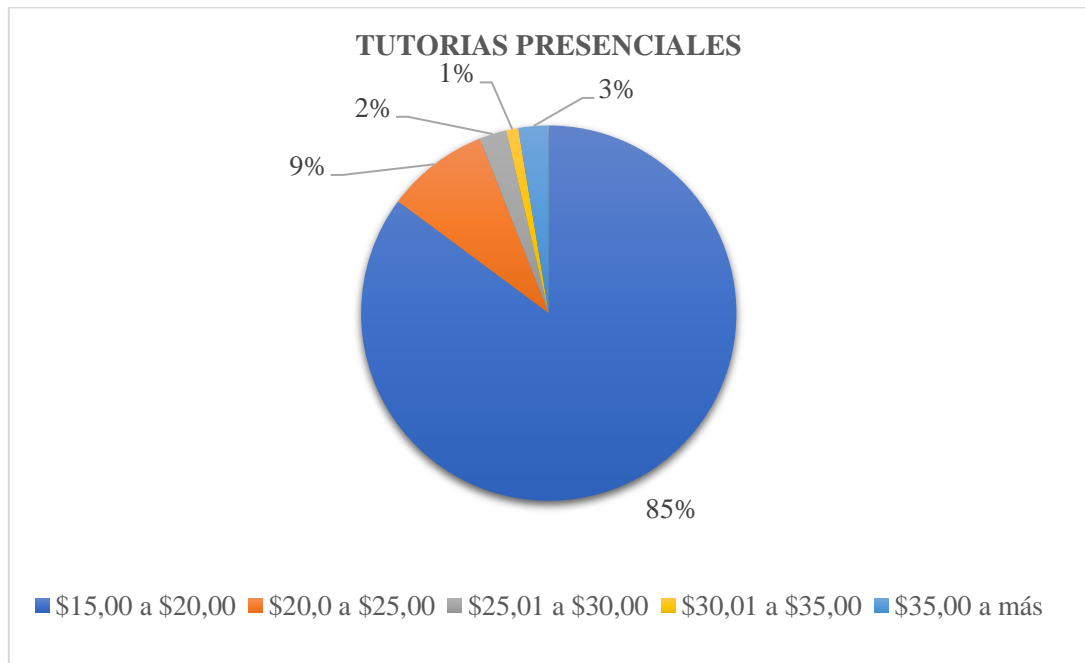


Figura 24. Pregunta 10.3

La mayoría de encuestados, con el 85% respondió que estarían dispuestos a pagar por tutorías presenciales un precio de \$15,00 a \$20,00, mientras que por el precio de \$20,01 a \$25,00 es del 9% de personas encuestadas, el 3% escogió la cantidad de \$35,00 a más, el 2% eligió el precio de \$25,01 a \$30,00 y por último el 1% de encuestados estarían dispuestos a pagar de \$30,01 a \$35,00.

Pregunta 11: ¿A través de qué medios de comunicación le gustaría conocer esta App con los tipos de trabajos académicos antes mencionados?



Figura 25. Pregunta 11

Para el mayor número de encuestados, con el 90% respondió que les gustaría conocer esta aplicación a través de redes sociales con los tipos de trabajos académicos antes mencionados, mientras que el 4% de personas eligió la televisión al igual que otras opciones, y el 2% prefirió optar por el periódico.

3.2. Valores empresariales

3.3.5 Misión.

Somos una empresa que ofrece servicios de educación de cualquier tema académico a través de una aplicación que permite el nexo entre los usuarios y profesores calificados para recibir clases privadas de alta calidad y con mucha innovación.

3.3.6 Visión.

Ser para el año 2021 una aplicación reconocida en el Ecuador por las soluciones académicas que brinda a sus clientes.

3.3.7 Código de Ética de la empresa.

El prestigio de CONOSCENZA exige que el comportamiento de sus miembros se encuadre en los siguientes valores:

Respeto:

Laborar en un ambiente de respeto y consideración entre las partes de la organización para garantizar una excelente productividad y generar varias ideas que ayuden al crecimiento de la compañía.

Confianza:

Transmitir confianza en las relaciones que se establecen dentro y fuera de la organización, ya que esto permitirá que su nivel de confianza sea alto y las relaciones sean productivas, así mismo se transmitirá en la interacción con los clientes.

Responsabilidad:

Adquirir conciencia de las decisiones que se toman en la organización, esta responsabilidad es interna (empleados) y externa (clientes y entorno general), también como empresa se deben acatar ciertas leyes y normas que se impongan.

Integridad:

Los miembros de la organización deberán actuar con moralidad cumpliendo y respetando las normas de la empresa.

Disponibilidad al cambio:

Ir innovando y estar dispuestos a adoptar cambios siempre y cuando sean necesarios para la apertura de nuevos mercados.

Puntualidad:

Ser puntuales tanto a la hora de llegada como en situaciones que tienen que ver con el cliente, reuniones, envíos de información y también tener en cuenta los pagos de facturas puntuales.

Excelencia:

Llevar nuestra calidad al máximo ofreciendo la seguridad de nuestro servicio al cliente, esto impulsará a nuestro consumidor a quedarse con el servicio que le estamos brindando.

Lealtad:

Los miembros de la empresa deberán ser fieles con la organización, sus políticas y normas, así como también con los clientes.

3.3.8 Cadena de valor.

Actividades Primarias	APROVISIONAMIENTO-COMPRAS: compra de laptop e insumos tecnológicos para el desarrollo de la aplicación y su programación.					Clientes	Satisfacción
	DESARROLLO TECNOLÓGICO: Actualización de software e implantación de nuevos diseños de la aplicación.						
	RECURSOS HUMANOS: A los empleados de la organización los capacitamos e incentivamos para lograr un buen desempeño en sus actividades						
	INFRAESTRUCTURA: Contamos con una oficina en donde planificamos, financiamos y desarrollamos la aplicación.						
Actividades de Soporte	LOGÍSTICA INTERNA: Desarrollador de software y probador de la aplicación.	OPERACIONES: Diseño del modelo de la aplicación, programación y testeo de la app.	LOGÍSTICA EXTERNA: Analista de requerimientos de usuarios en la App.	MARKETING: Página web de Conoscenza y redes sociales.	SERVICIOS: El cliente podrá tener contacto directo con el administrador a través de la App en caso de tener alguna sugerencia o reclamo.		

Figura 26. Cadena de Valor Conoscenza

3.3. Políticas organizacionales

3.3.1 Para empleados.

En CONOSCENZA creemos que los empleados son los bienes más importantes que puede tener la organización, ya que de ellos depende directamente de la experiencia y la satisfacción del cliente, por eso deben cumplir los siguientes derechos y obligaciones:

Derechos:

- Derecho a ser tratado con respeto y consideración
- Derecho a respetar su integridad e intimidad
- Derecho a la formación en el trabajo
- Derecho a recibir una puntual y justa remuneración

Deberes y obligaciones:

- Cumplir los términos del contrato
- Cumplir los reglamentos de la organización
- Avisar al empleador en caso de faltar al trabajo
- Cumplir con las actividades designadas por el empleador

3.3.2 Para clientes.

Una de las partes esenciales de una empresa son los clientes por lo que, dar al consumidor la importancia que requiere significa ofrecer un servicio de calidad y muestra el desempeño de los empleados en la organización.

Compras:

- La forma de pago se realizará a través de tarjetas de crédito y débito.
- El cliente escogerá el tipo de servicio requerido.
- Una vez seleccionado el servicio, indicará el tema de consulta.
- El cliente realizará el pago correspondiente por el servicio.
- Se enviará la factura al correo electrónico del cliente.
- El profesor procederá a solucionar el requerimiento.
- Finalmente, la satisfacción de la compra será medida después de haber recibido nuestro servicio en la aplicación.

Devoluciones:

Cuando los clientes se sientan insatisfechos con los servicios que ofrecemos, se realizará la respectiva devolución del dinero bajo los siguientes pasos:

- Ir en la App al menú de reclamos.
- Indicar el inconveniente.
- La empresa verificará con el profesor si el reclamo procede previa revisión de la grabación y calificación.
- De ser válido el reclamo, se procederá a la devolución del dinero mediante transferencia bancaria.

3.3.3 Para proveedores.

Los proveedores son una parte fundamental de la organización, ya que de ellos depende la satisfacción de nuestros clientes y la calidad del servicio que ofrecemos, a continuación, presentamos las siguientes políticas:

Derechos:

- Al pago justo y puntual a lo acordado.
- Ha ser tratado con respeto y amabilidad.
- Cumplir con los términos del contrato.

Obligaciones:

- Respetar los términos del contrato.
- El profesor estará disponible cuando esté conectado a la App.
- Si el profesor se encuentra ocupado, simplemente debe desconectarse de la App.
- Cumplir con los servicios a la hora indicada.

3.4. Planeación*3.4.1 Objetivos a Largo Plazo.*

- Posicionar a la empresa en todo el Ecuador para el año 2023.
- Comprar oficinas propias para el funcionamiento, desarrollo e innovación de la aplicación para el año 2024.
- Desarrollar nuevas aplicaciones para el año 2024.

*3.4.2 Objetivos a Corto y Mediano Plazo.***Departamento Financiero**

- Controlar de manera eficiente los fondos de la empresa.

- Invertir en nuevos proyectos para maximizar las ganancias.
- Controlar los recursos financieros de la organización.
- Tener al día los registros financieros de la empresa.
- Realizar presupuestos anuales.
- Presentar estados financieros.

Departamento de Marketing y Ventas

- Posicionar a la empresa en la ciudad de Quito.
- Realizar estudios de mercados permanentes.
- Fidelizar a los clientes con nuestra marca.
- Implementar beneficios para los compradores.
- Realizar publicidad en redes sociales.

Departamento de Investigación y Desarrollo

- Implementar una tienda online para compra de materiales escolares.
- Investigar constantemente las nuevas tendencias en diseño gráfico para aplicaciones.
- Mantener capacitado al personal en tecnología para Apps.
- Realizar las actualizaciones de la aplicación.

Departamento de Recursos Humanos

- Formar empleados para que crezcan y se desarrollen dentro de la empresa.
- Mantener un ambiente laboral adecuado.
- Motivar a los miembros de la organización con incentivos económicos.

3.4.3 Análisis de las cinco fuerzas de Porter.

Poder de negociación con los Proveedores

En la actualidad, el número de profesionales se ha ido incrementando con los años, hay variedad de expertos que pueden brindar sus conocimientos en varios temas educativos, ofreciendo un precio bajo por el servicio que dan, esto significa que los proveedores tienen un poder de negociación bajo.

Poder de negociación con los Clientes:

El uso de las aplicaciones móviles en el mercado se ha ido incrementando con el tiempo, y existen un sin número de Apps que tienen similares o mejores características a las que nuestro servicio ofrece y, en definitiva, el poder de negociación con los clientes en este mercado es alto.

Amenaza de nuevos Competidores:

Las empresas que compiten directamente en una misma industria o sector, ofreciendo el mismo tipo de servicio, en el mercado encontraremos grandes barreras de entrada si no detectamos las necesidades de los clientes y si no lanzamos una aplicación que brinde servicios mejorados, por lo tanto, la amenaza de nuevos competidores es moderada.

Amenaza de Productos sustitutos:

Con el aumento de aplicaciones en distintas plataformas, esto ha generado la disponibilidad de Apps similares en el mercado con mejores características y facilidad de uso, por tal razón, la amenaza de productos sustitutos es alta.

Rivalidad entre Competidores:

Podemos decir que hay una gran rivalidad de competidores, ya que el uso de las Apps en el mercado se ha ido incrementado, los desarrolladores se centran en conseguir grandes volúmenes de descargas bajando los precios.



Figura 27. Análisis de las cinco fuerzas de Porter

3.4.4 FODA.

Tabla 1. Matriz FODA

MATRIZ FODA		FACTORES INTERNOS	
		FORTALEZAS	DEBILIDADES
		Calidad en el servicio	Recursos financieros limitados
		Precio accesible al consumidor	Falta de experiencia administrativa
		Tecnología de punta (Android e IOS)	Mala selección de proveedores
		Personal capacitado	Manejo de publicidad en redes sociales
		Servicio 24 horas, 7 días a la semana	
		ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
FACTORES EXTERNOS	OPORTUNIDADES	Aprovechar la era de la tecnología, para ofrecer al cliente la facilidad de consultas académicas inmediatas a cualquier hora mediante el uso de esta aplicación.	Realizar una selección minuciosa del personal y capacitar a los empleados para el uso eficiente de las herramientas que la organización haya puesto al alcance de cada uno.
	Era digital		
	Alto número de establecimientos educativos		
	Uso elevado de Apps		
	Demanda elevada de consultas académicas		
	AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
	Nuevos competidores	Hacer un estudio de mercado para el análisis de la oferta y demanda existente en el sector de las aplicaciones educativas.	Efectuar promociones a través de redes sociales para promover el uso de la App.
Cambios en la tecnología			
Apps educativas gratuitas			
Productos sustitutos			

3.4.5 Matriz de factores externos (EFE).

Tabla 2. Matriz de factores externos (EFE)

FACTORES EXTERNOS	OPORTUNIDADES		PONDERACIÓN	CLASIFICACIÓN	PUNTUACIONES
	1	Era digital	0,30	4	1,20
	2	Alto número de establecimientos educativos	0,20	3	0,60
	3	Uso elevado de Apps	0,20	3	0,60
	4	Demanda elevada de consultas académicas	0,30	4	1,20
			1,00		3,60
	AMENAZAS		PONDERACIÓN	CLASIFICACIÓN	PUNTUACIONES
	1	Nuevos competidores	0,40	2	0,80
	2	Cambios en la tecnología	0,30	2	0,60
	3	Apps educativas gratuitas	0,20	1	0,20
4	Productos sustitutos	0,10	1	0,10	
		1,00		1,70	

3.4.6 Matriz de factores internos (EFI).

Tabla 3. Matriz de factores internos (EFI)

		FACTORES INTERNOS			
		FORTALEZAS	PONDERACIÓN	CLASIFICACIÓN	PUNTUACIONES
1	Calidad en el servicio	0,25	4	1,00	
2	Precio accesible al consumidor	0,25	4	1,00	
3	Tecnología de punta (Android e IOS)	0,20	4	0,80	
4	Personal capacitado	0,10	3	0,30	
5	Servicio 24 horas, 7 días a la semana	0,20	4	0,80	
		1,00		3,90	
		DEBILIDADES	PONDERACIÓN	CLASIFICACIÓN	PUNTUACIONES
1	Recursos financieros limitados	0,30	2	0,60	
2	Falta de experiencia administrativa	0,30	2	0,60	
3	Manejo de publicidad en redes sociales	0,20	1	0,20	
4	Mala selección de proveedores	0,20	1	0,20	
		1,00		1,60	

En el análisis externo se puede observar que se está aprovechando de mejor manera las oportunidades existentes y minimizando los posibles efectos negativos de las amenazas, en cuanto al análisis interno se determinó que la organización también está aprovechando de las fortalezas existentes y disminuyendo las debilidades actuales.

Estas matrices EFE y EFE nos permiten la evaluación de los factores internos y externos que tiene nuestra empresa y también el diseño y el desarrollo de las estrategias para lograr el cumplimiento de los objetivos.

3.4.7 Planificación estratégica

En la planificación estratégica se presentan los objetivos a largo plazo de la organización junto con sus actividades que se desarrollarán en un tiempo determinado, tipo de recurso, la persona responsable para el cumplimiento de estos.

Tabla 4. Planificación estratégica

LÍDER DE PROYECTO:	Alejandra Montenegro
APOYO DEL PROYECTO:	

ÁMBITO:	Gerente General
----------------	-----------------

ESTRATEGIAS:	3
AVANCE DE ESTRATEGIAS:	0%

No.	OBJETIVOS:	No.	ACTIVIDADES:	RESPONSABLE:	FECHA INICIO	FECHA FIN	% APORTE					% AVANCE ACTIVIDAD					% AVANCE DE ESTRAT.	TIPO DE RECURSO:	DETALLE:		
							0%	25%	50%	75%	100%	0%	25%	50%	75%	100%					
1	Posicionar a la empresa en todo el Ecuador para el año 2023.	1	Identificar el mejor atributo del servicio que brindamos	Alejandra Montenegro	ene.-21	feb.-21	X					X						0%	Recurso Propio		
		2	Conocer la posición de los competidores	Alejandra Montenegro	ene.-21	feb.-21	X					X							0%	Recurso Propio	
		3	Escoger la mejor estrategia que tenga que ver con la ventaja competitiva	Alejandra Montenegro	ene.-21	mar.-21	X					X							0%	Recurso Propio	
		4	Informar acerca del posicionamiento al mercado a través de la publicidad.	Alejandra Montenegro	ene.-21	jun.-21	X					X							0%	Recurso Propio	
Número de actividades en la estrategia:		4				% DE AVANCE ESTRATÉGICO:										0%					
2	Comprar oficinas propias para el funcionamiento, desarrollo e innovación de la aplicación para el año 2024.	5	Elaborar un presupuesto	Alejandra Montenegro	ene.-21	nov.-21	X					X						0%	Recurso Propio		
		6	Identificar oportunidades de ahorro que pueda tener la empresa	Alejandra Montenegro	ene.-21	dic.-21	X					X							0%	Recurso Propio	
		7	Buscar un lugar donde se pueda establecer la empresa	Alejandra Montenegro	ene.-23	jun.-23	X					X							0%	Recurso Externo	
		8	Realizar cotizaciones de los costos de oficinas	Alejandra Montenegro	jul.-23	nov.-23	X					X							0%	Recurso Propio	
Número de actividades en la estrategia:		5				% DE AVANCE ESTRATÉGICO:										0%					
3	Desarrollar nuevas aplicaciones para el año 2024.	10	Realizar un estudio de mercado	Alejandra Montenegro	ene.-22	mar.-22	X					X						0%	Recurso Propio		
		11	Hacer una lluvia de ideas de las necesidades que tengan los consumidores	Alejandra Montenegro	mar.-22	abr.-22	X					X							0%	Recurso Propio	
		12	Escoger las ideas esenciales	Alejandra Montenegro	mar.-22	abr.-22	X					X							0%	Recurso Propio	
		13	Hacer una cotización del costo de las aplicaciones que se van a crear	Alejandra Montenegro	may.-22	ago.-22	X					X							0%	Recurso Propio	
		14	Desarrollar las nuevas aplicaciones	Alejandra Montenegro	sep.-22	dic.-22	X					X							0%	Recurso Propio	
Número de actividades en la estrategia:		6				% DE AVANCE ESTRATÉGICO:										0%					
3	Número total de actividades:	15				% DE AVANCE TOTAL:										0%					

Elaborado por:
Alejandra Montenegro
Gerente General

Revisado por:
Alejandra Montenegro
Gerente General

Aprobado por:
Alejandra Montenegro
Gerente General

3.4.8 Planificación Operativa (POA) y Táctica

En la planificación Operativa (POA) se ha tomado en cuenta los objetivos de corto plazo por cada departamento, se desarrolló actividades por cada objetivo, el tiempo de cumplimiento y los recursos a utilizar, como se detalla a continuación:

3.4.8.1 Departamento Financiero.

Tabla 5. Departamento Financiero

LÍDER DE PROYECTO:	Alejandra Montenegro	ÁMBITO:	Finanzas	ESTRATEGIAS:	6
APOYO DEL PROYECTO:				AVANCE DE ESTRATEGIAS:	0%

No.	OBJETIVOS:	No.	ACTIVIDADES:	RESPONSABLE:	FECHA INICIO	FECHA FIN	% APORTE				% AVANCE ACTIVIDAD				% AVANCE DE ESTRAT.	TIPO DE RECURSO:	DETALLE:			
							0%	25%	50%	75%	100%	0%	25%	50%				75%	100%	
1	Controlar de manera eficiente los fondos de la empresa.	1	Realizar una previsión de ingresos	Alejandra Montenegro	ene.-21	mar.-21	X					X					0%	Recurso Propio		
		2	Efectuar un pronóstico de costos fijos y variables	Alejandra Montenegro	ene.-21	mar.-21	X					X						0%	Recurso Propio	
		3	tener un margen de beneficio para el cumplimiento de objetivos	Alejandra Montenegro	ene.-21	dic.-21	X					X							0%	Recurso Propio
		4	Revisar el presupuesto anual	Alejandra Montenegro	ene.-21	feb.-21	X					X							0%	Recurso Propio
Número de actividades en la estrategia:		4											% DE AVANCE ESTRATÉGICO:	0%						
2	Invertir en nuevos proyectos para maximizar las ganancias.	5	Analizar varias opciones de proyectos	Alejandra Montenegro	nov.-21	ene.-22	X					X						0%	Recurso Propio	
		6	Escoger las mejores opciones de inversión para proyectos	Alejandra Montenegro	nov.-21	ene.-22	X					X							0%	Recurso Propio
		7	Aprobar la mejor opción	Alejandra Montenegro	ene.-22	ene.-22	X					X							0%	Recurso Propio
Número de actividades en la estrategia:		3											% DE AVANCE ESTRATÉGICO:	0%						
3	Controlar los recursos financieros de la organización.	8	Analizar con frecuencia el flujo de efectivo	Alejandra Montenegro	ene.-21	dic.-21	X					X						0%	Recurso Propio	
		9	Realizar conciliaciones bancarias mensuales	Alejandra Montenegro	ene.-21	dic.-21	X					X							0%	Recurso Propio
		10	Evaluar los sistemas y medios de pago	Alejandra Montenegro	ene.-21	dic.-21	X					X							0%	Recurso Propio
Número de actividades en la estrategia:		3											% DE AVANCE ESTRATÉGICO:	0%						
4	Tener al día los registros financieros de la empresa.	11	Tener información de cobros y pagos	Alejandra Montenegro	ene.-21	dic.-21	X					X						0%	Recurso Propio	
		12	Clasificar las facturas electrónicas	Alejandra Montenegro	ene.-21	dic.-21	X					X						0%	Recurso Propio	
		13	Revisar la cuenta bancaria diariamente	Alejandra Montenegro	ene.-21	dic.-21	X					X							0%	Recurso Propio
		14	Realizar una base de datos de clientes (información importante)	Alejandra Montenegro	ene.-21	ene.-21	X					X							0%	Recurso Propio
Número de actividades en la estrategia:		4											% DE AVANCE ESTRATÉGICO:	0%						
5	Realizar presupuestos anuales.	15	Realizar proyecciones del flujo de efectivo	Alejandra Montenegro	ene.-21	dic.-21	X					X						0%	Recurso Propio	
		16	Hacer un estudio financiero para determinar la capacidad de la empresa	Alejandra Montenegro	ene.-22	feb.-22	X					X							0%	Recurso Propio
		17	Asignar recursos a cada área de la organización	Alejandra Montenegro	dic.-21	dic.-21	X					X							0%	Recurso Propio
Número de actividades en la estrategia:		3											% DE AVANCE ESTRATÉGICO:	0%						
6	Presentar estados financieros.	18	Realizar balances generales	Alejandra Montenegro	ene.-21	dic.-21	X					X						0%	Recurso Propio	
		19	Elaborar estados de resultados	Alejandra Montenegro	ene.-21	dic.-21	X					X							0%	Recurso Propio
		20	Hacer estados de flujo de efectivo	Alejandra Montenegro	ene.-21	dic.-21	X					X							0%	Recurso Propio
Número de actividades en la estrategia:		3											% DE AVANCE ESTRATÉGICO:	0%						
6	Número total de actividades:	20											% DE AVANCE TOTAL:	0%						

Elaborado por:
Alejandra Montenegro
Gerente General

Revisado por:
Alejandra Montenegro
Gerente General

Aprobado por:
Alejandra Montenegro
Gerente General

3.4.8.2 Departamento de Marketing y Ventas.

Tabla 6. Departamento de Marketing y Ventas

LÍDER DE PROYECTO:	Alejandra Montenegro
APOYO DEL PROYECTO:	

ÁMBITO:	Marketing y Ventas
---------	--------------------

ESTRATEGIAS:	5
AVANCE DE ESTRATEGIAS:	0%

No.	OBJETIVOS:	No.	ACTIVIDADES:	RESPONSABLE:	FECHA INICIO	FECHA FIN	% APORTE					% AVANCE ACTIVIDAD					% AVANCE DE ESTRAT.	TIPO DE RECURSO:	DETALLE:	
							0%	25%	50%	75%	100%	0%	25%	50%	75%	100%				
1	Posicionar a la empresa en la ciudad de Quito.	1	Identificar el mejor atributo del servicio que brindamos	Alejandra Montenegro	ene.-21	mar.-21	X					X					0%	Recurso Propio		
		2	Conocer la posición de los competidores	Alejandra Montenegro	ene.-21	mar.-21	X					X						0%	Recurso Propio	
		3	Escoger la mejor estrategia que tenga que ver con la ventaja competitiva	Alejandra Montenegro	abr.-21	jul.-21	X					X						0%	Recurso Propio	
		4	Informar acerca del posicionamiento al mercado a través de la publicidad.	Alejandra Montenegro	ago.-21	ago.-21	X					X						0%	Recurso Propio	
Número de actividades en la estrategia:		4														% DE AVANCE ESTRATÉGICO:	0%			
2	Realizar estudios de mercados permanentes.	5	Investigar y analizar a la competencia	Alejandra Montenegro	ene.-21	dic.-21	X					X					0%	Recurso Propio		
		6	Recopilar información publicada en el sector de las Apps	Alejandra Montenegro	ene.-21	dic.-21	X					X					0%	Recurso Propio		
		7	Ir actualizando el análisis FODA	Alejandra Montenegro	ene.-21	dic.-21	X					X					0%	Recurso Propio		
Número de actividades en la estrategia:		3														% DE AVANCE ESTRATÉGICO:	0%			
3	Fidelizar a los clientes con nuestra marca.	8	Realizar una encuesta de satisfacción	Alejandra Montenegro	ene.-21	feb.-21	X					X					0%	Recurso Propio		
		9	Determinar los gustos y preferencias	Alejandra Montenegro	mar.-21	abr.-21	X					X					0%	Recurso Propio		
		10	Ofrecer novedades en el servicio	Alejandra Montenegro	may.-21	sep.-21	X					X					0%	Recurso Propio		
Número de actividades en la estrategia:		3														% DE AVANCE ESTRATÉGICO:	0%			
4	Implementar beneficios para los compradores.	11	Analizar las necesidades de los clientes	Alejandra Montenegro	ene.-21	dic.-21	X					X					0%	Recurso Propio		
		12	Realizar descuentos y promociones en el servicio	Alejandra Montenegro	abr.-21	dic.-21	X					X					0%	Recurso Propio		
Número de actividades en la estrategia:		2														% DE AVANCE ESTRATÉGICO:	0%			
5	Realizar publicidad en redes sociales.	13	Preentar un presupuesto anual para publicidad	Alejandra Montenegro	ene.-21	dic.-21	X					X					0%	Recurso Propio		
		14	Crear anuncios que llamen la atención del cliente	Alejandra Montenegro	mar.-21	dic.-21	X					X					0%	Recurso Propio		
		15	Realizar el pago para publicidad en redes sociales.	Alejandra Montenegro	abr.-21	abr.-21	X					X					0%	Recurso Externo		
		16	Publicar anuncios en las redes sociales (Facebook, instagram, twitter)	Alejandra Montenegro	may.-21	dic.-21	X					X					0%	Recurso Propio		
Número de actividades en la estrategia:		4														% DE AVANCE ESTRATÉGICO:	0%			
5	Número total de actividades:	16														% DE AVANCE TOTAL:	0%			

Elaborado por:
Alejandra Montenegro
Gerente General

Revisado por:
Alejandra Montenegro
Gerente General

Aprobado por:
Alejandra Montenegro
Gerente General

3.4.8.3 Departamento de Investigación y Desarrollo.

Tabla 7. Departamento de Investigación y Desarrollo

LÍDER DEL PROYECTO:	Alejandra Montenegro	ÁMBITO:	Investigación y desarrollo	ESTRATEGIAS:	4
APOYO DEL PROYECTO:				AVANCE DE ESTRATEGIAS:	0%

No.	OBJETIVOS:	No.	ACTIVIDADES:	RESPONSABLE:	FECHA INICIO	FECHA FIN	% APORTE					% AVANCE ACTIVIDAD					% AVANCE DE ESTRAT.	TIPO DE RECURSO:	DETALLE:
							0%	25%	50%	75%	100%	0%	25%	50%	75%	100%			
1	Implementar una tienda online para compra de materiales escolares.	1	Especificar las características de la tienda	Alejandra Montenegro	ene.-21	feb.-21	X					X					0%	Recurso Propio	
		2	Definir cotizaciones de los costos de los productos que se va a vender	Alejandra Montenegro	mar.-21	may.-21	X					X					0%	Recurso Externo	
		3	Realizar un inventario	Alejandra Montenegro	jun.-21	ago.-21	X					X					0%	Recurso Propio	
		4	Hacer el lanzamiento de la tienda online	Alejandra Montenegro	sep.-21	sep.-21	X					X					0%	Recurso Propio	
Número de actividades en la estrategia:		4				% DE AVANCE ESTRATÉGICO:										0%			
2	Investigar constantemente las nuevas tendencias en diseño gráfico para aplicaciones.	5	Buscar información relevante acerca de diseño gráfico digital	Alejandra Montenegro	ene.-21	ene.-21	X					X					0%	Recurso Propio	
		6	Recopilar la información para el uso de nuevas ideas	Alejandra Montenegro	feb.-21	feb.-21	X					X					0%	Recurso Propio	
Número de actividades en la estrategia:		2				% DE AVANCE ESTRATÉGICO:										0%			
3	Mantener capacitado al personal en tecnología para App's.	7	Averiguar sobre cursos o capacitaciones tecnológicas	Alejandra Montenegro	mar.-21	abr.-21	X					X					0%	Recurso Externo	
		8	Obtener información de los precios (cursos, capacitaciones, etc.)	Alejandra Montenegro	mar.-21	abr.-21	X					X					0%	Recurso Externo	
		9	Escoger la mejor opción de cursos	Alejandra Montenegro	mar.-21	abr.-21	X					X					0%	Recurso Externo	
Número de actividades en la estrategia:		3				% DE AVANCE ESTRATÉGICO:										0%			
4	Realizar las actualizaciones de la aplicación.	10	Implementar nuevos diseños de la Aplicación	Alejandra Montenegro	ene.-21	dic.-21	X					X					0%	Recurso Propio	
		11	Mejorar la calidad de diseño gráfico digital	Alejandra Montenegro	feb.-21	dic.-21	X					X					0%	Recurso Propio	
		12	Realizar las respectivas actualizaciones al sistema	Alejandra Montenegro	ene.-21	dic.-21	X					X					0%	Recurso Propio	
Número de actividades en la estrategia:		3				% DE AVANCE ESTRATÉGICO:										0%			
4	Número total de actividades:	12				% DE AVANCE TOTAL:										0%			

Elaborado por:
Alejandra Montenegro
Gerente General

Revisado por:
Alejandra Montenegro
Gerente General

Aprobado por:
Alejandra Montenegro
Gerente General

3.4.8.4 Departamento de Recursos Humanos.

Tabla 8. Departamento de Recursos Humanos

LÍDER DE PROYECTO:	Alejandra Montenegro	ÁMBITO:	Recursos Humanos	ESTRATEGIAS:	3
APOYO DEL PROYECTO:				AVANCE DE ESTRATEGIAS:	0%

No.	OBJETIVOS:	No.	ACTIVIDADES:	RESPONSABLE:	FECHA INICIO	FECHA FIN	% APORTE					% AVANCE ACTIVIDAD					% AVANCE DE ESTRAT.	TIPO DE RECURSO:	DETALLE:	
							0%	25%	50%	75%	100%	0%	25%	50%	75%	100%				
1	Formar empleados para que crezcan y se desarrollen dentro de la empresa.	1	Investigar sobre capacitaciones para la actualización de conocimientos de los empleados	Alejandra Montenegro	feb.-21	mar.-21	X					X					0%	Recurso Propio		
		2	Averiguar precios acerca de los cursos y capacitaciones	Alejandra Montenegro	abr.-21	abr.-21	X					X						0%	Recurso Externo	
		3	Crear un presupuesto para capacitación de empleados	Alejandra Montenegro	ene.-21	dic.-21	X					X						0%	Recurso Propio	
		4	Organizar la capacitación para los empleados	Alejandra Montenegro	abr.-21	abr.-21	X					X						0%	Recurso Propio	
Número de actividades en la estrategia:		4					% DE AVANCE ESTRATÉGICO:										0%			
2	Mantener un ambiente laboral adecuado.	5	Fomentar un clima de respeto	Alejandra Montenegro	ene.-21	dic.-21	X					X					0%	Recurso Propio		
		6	Escuchar las ideas de los empleados o los problemas que puedan tener	Alejandra Montenegro	ene.-21	dic.-21	X					X					0%	Recurso Propio		
		7	Tomar en cuenta a los trabajadores en la toma de decisiones	Alejandra Montenegro	ene.-21	dic.-21	X					X					0%	Recurso Propio		
Número de actividades en la estrategia:		3					% DE AVANCE ESTRATÉGICO:										0%			
3	Motivar a los miembros de la organización con incentivos económicos.	8	Bonificaciones igualitarias a los empleados	Alejandra Montenegro	abr.-21	dic.-21	X					X					0%	Recurso Propio		
		9	Premiar económicamente a un empleado por su buen desempeño	Alejandra Montenegro	abr.-21	dic.-21	X					X					0%	Recurso Propio		
		10	Dar retribuciones a los empleados	Alejandra Montenegro	abr.-21	dic.-21	X					X					0%	Recurso Propio		
Número de actividades en la estrategia:		3					% DE AVANCE ESTRATÉGICO:										0%			
3	Número total de actividades:	10					% DE AVANCE TOTAL:										0%			

Elaborado por:
Alejandra Montenegro
Gerente General

Revisado por:
Alejandra Montenegro
Gerente General

Aprobado por:
Alejandra Montenegro
Gerente General

3.4.8.5 Planificación de Contingencia

Tabla 9. Planificación de Contingencia

LÍDER DE PROYECTO:	Alejandra Montenegro	ÁMBITO	Gerente General	ESTRATEGIAS:	3
APOYO DEL PROYECTO:				AVANCE DE ESTRATEGIAS:	0%

No.	OBJETIVOS:	No.	ACTIVIDADES:	RESPONSABLE:	FECHA INICIO*	FECHA FIN*	% APORTE					% AVANCE ACTIVIDAD					% AVANCE DE ESTRAT.	TIPO DE RECURSO:	DETALLE:	
							0%	25%	50%	75%	100%	0%	25%	50%	75%	100%				
1	Crear una copia de seguridad (respaldo) diaria de información que permita la restauración de datos en caso de falla del equipo u otra catástrofe.	1	Buscar información acerca de programas informáticos de restauración	Alejandra Montenegro	ene-21	dic-21	X					X					0%	Recurso Propio		
		2	Seleccionar la mejor opción y realizar su respectiva cotización de costos	Alejandra Montenegro	ene-21	feb-21	X					X						0%	Recurso Propio	
		3	Hacer la compra del sistema de copia de seguridad de información	Alejandra Montenegro	feb-21	feb-21	X					X						0%	Recurso Externo	
	Número de actividades en la estrategia:	3					% DE AVANCE ESTRATÉGICO:										0%			
2	Implantar un sistema de seguridad para evitar ataques informáticos.	4	Investigar sobre sistemas de seguridad	Alejandra Montenegro	ene-21	dic-21	X					X					0%	Recurso Propio		
		5	Cotizar los precios para el sistema escogido	Alejandra Montenegro	ene-21	feb-21	X					X					0%	Recurso Propio		
		6	Comprar el sistema de seguridad para la empresa.	Alejandra Montenegro	feb-21	feb-21	X					X					0%	Recurso Externo		
	Número de actividades en la estrategia:	3					% DE AVANCE ESTRATÉGICO:										0%			
3	Implementar la tecnología Off line (UPS) para la protección de equipos informáticos.	7	Buscar el UPS adecuado para los equipos	Alejandra Montenegro	ene-21	dic-21	X					X					0%	Recurso Propio		
		8	Hacer una cotización de costos de la tecnología	Alejandra Montenegro	ene-21	feb-21	X					X					0%	Recurso Propio		
		9	Realizar la compra del protector de energía.	Alejandra Montenegro	feb-21	feb-21	X					X					0%	Recurso Externo		
	Número de actividades en la estrategia:	3					% DE AVANCE ESTRATÉGICO:										0%			
3	Número total de actividades:	9					% DE AVANCE TOTAL:										0%			

Elaborado por:

Alejandra Montenegro
Gerente General

Revisado por:

Alejandra Montenegro
Gerente General

Aprobado por:

Alejandra Montenegro
Gerente General

3.5. Estructura Organizacional

3.5.1 Organigrama Estructural.

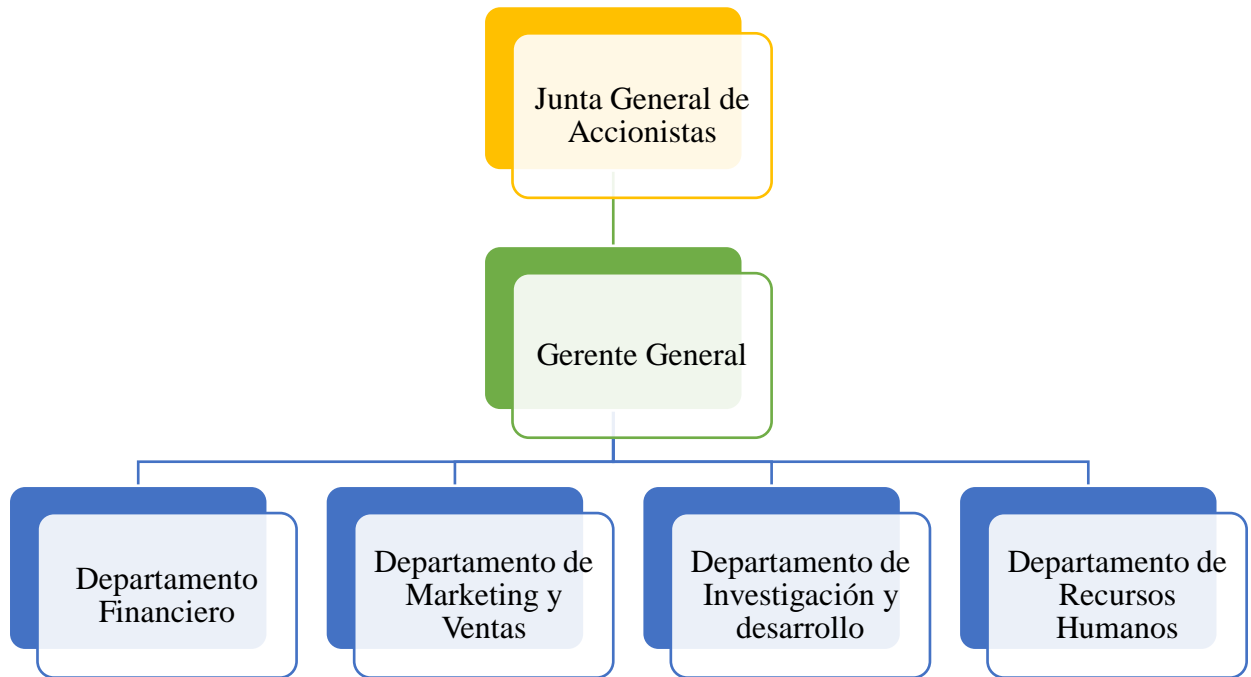


Figura 28. Organigrama Estructural

3.5.2 Organigrama Funcional.

Junta General de Accionistas:

- Revisión y aprobación del presupuesto anual.
- Aprobación de la gestión social.
- Actualización del contenido según los cambios en la normativa vigente.
- Toma de decisiones basadas en la situación financiera de la empresa.
- Disminuir o aumentar el capital social.
- Conocer y resolver los informes que se presenten.
- Aprobación de la fusión o transformación de la organización.
- Decidir sobre el destino de las utilidades en caso de ser necesario.

Gerente General:

- Planificar, organizar, controlar y dirigir el cumplimiento de todas las actividades de la empresa.
- Gestionar los recursos ante las instituciones financieras en lo concerniente al capital propio y de deuda.
- Aprobar el presupuesto anual de ventas y gastos y de inversión en activos fijos.
- Velar por el cumplimiento de las normativas y reglamentos vigentes.
- Representar legalmente a la empresa.
- Revisar el cumplimiento de objetivos a largo y corto plazo.
- Velar por el bienestar de los miembros de la empresa.

Departamento Financiero:

- Desarrollar y revisar las políticas para la regulación de opciones financieras que pueda tener la organización.
- Recopilar y analizar la información financiera.
- Estimar ganancias y costos para el cumplimiento de los objetivos establecidos.
- Evaluar periódicamente los procedimientos financieros
- Idear métodos para aumentar las ganancias y disminuir los costos de la empresa.
- Manejar adecuadamente los fondos y recursos financieros.
- Presentar informes de la situación financiera de la empresa.

Departamento de Marketing y Ventas:

- Diseñar, planificar y realizar los planes de marketing de la empresa.
- Coordinar el lanzamiento de campañas publicitarias y promoción.
- Desarrollar estrategias de distribución.
- Planificar, elaborar y gestionar el presupuesto del departamento

- Maximizar las ventas.
- Realizar investigaciones comerciales de la competencia.
- Hacer programas de acercamiento al cliente.

Departamento de Investigación y Desarrollo:

- Investigar las necesidades que pueden tener los clientes.
- Definir las metas de los nuevos proyectos y realizar el presupuesto respectivo.
- Planificar, dirigir y controlar las actividades del departamento para crear nuevos procedimientos, servicios y conocimientos.
- Realizar un presupuesto para proyectos.
- Utilizar los conocimientos adquiridos de la investigación para la producción de servicios nuevos.

Departamento de Recursos Humanos:

- Gestión administrativa del personal (nóminas, seguros sociales, contrato, etc.)
- Reclutamiento y selección del personal.
- Formación y desarrollo profesional de los empleados.
- Realizar controles de la satisfacción del personal.
- Promociones o ascensos a los empleados.
- Resolver conflictos en caso de haber conflictos dentro de la organización.
- Realizar evaluaciones de desempeño de cada empleado.
- Inducción de los empleados nuevos.

3.6. Control

El control es muy importante dentro de una organización ya que nos permite hacer un seguimiento del progreso de un programa antes de la consecución de sus objetivos, y para guiar las decisiones de gestión, para ello hemos realizado los siguientes monitoreos:

3.6.1 Monitoreo Administrativo Empresarial.

Tabla 10. Monitoreo Administrativo Empresarial

LÍDER DE PROYECTO:	Alejandra Montenegro
APOYO DEL PROYECTO:	

MONITOREO:	Administrativo Empresarial
-------------------	----------------------------

No.	ACTIVIDADES:	RESPONSABLE:	CUMPLIMIENTO		% APORTE				
			SI	NO	0%	25%	50%	75%	100%
1	Realizar un estudio de mercado	Alejandra Montenegro	X						x
2	Hacer promociones y descuentos del servicio	Alejandra Montenegro	X		x				
3	Realizar encuestas de satisfacción del cliente.	Alejandra Montenegro	X		x				
5	Presupuestar los recursos de cada departamento	Alejandra Montenegro	X		x				
6	Realizar un plan de marketing para la empresa	Alejandra Montenegro	X		x				
7	Promover un ambiente laboral adecuado	Alejandra Montenegro	X		x				
8	Optimizar de manera eficiente los recursos	Alejandra Montenegro	X		x				
9	Efectuar capacitaciones para los empleados	Alejandra Montenegro		X	x				
10	Definir los objetivos de largo y corto plazo de la organización	Alejandra Montenegro	X		x				
11	Realizar una base de datos con información de los clientes	Alejandra Montenegro	X		x				
12	Elaborar presupuestos anuales	Alejandra Montenegro	X		x				
13	Efectuar la compra de de oficina para la organización	Alejandra Montenegro		X	x				
14	Conseguir activos fijos para la empresa	Alejandra Montenegro		X	x				
15	Fidelizar a los clientes con nuestra marca	Alejandra Montenegro	X		x				
16	Revisión y aprobación de los balances.	Alejandra Montenegro	X		x				
17	Preparar a los empleados con beneficios monetarios y no monetarios	Alejandra Montenegro		X	x				

Elaborado por:	Revisado por:
Alejandra Montenegro	Alejandra Montenegro
Gerente General	Gerente General

Aprobado por:
Alejandra Montenegro
Gerente General

3.6.2 Monitoreo Administrativo de Empleados.

Tabla 11. Monitoreo Administrativo de Empleados

LÍDER DE PROYECTO:	Alejandra Montenegro
APOYO DEL PROYECTO:	

MONITOREO:	Empleados
-------------------	-----------

No.	ACTIVIDADES:	RESPONSABLE:	CUMPLIMIENTO		% APORTE				
			SI	NO	0%	25%	50%	75%	100%
1	Registro de hora de ingreso y salida del personal mediante lector óptico	Alejandra Montenegro	X		X				
2	Realizar informes de actividades	Alejandra Montenegro	X		X				
3	Llevar un registro de permisos de empleados	Alejandra Montenegro	X		X				
5	Revisar el cumplimiento del contrato de trabajo	Alejandra Montenegro	X		X				
6	Notificar las horas extras con las actividades realizadas	Alejandra Montenegro	X		X				
7	Verificar el cumplimiento de normas y políticas de la organización	Alejandra Montenegro	X		X				
8	Elaborar informes del desempeño del personal	Alejandra Montenegro	X		X				
9	Revisar el cumplimiento de horario establecido de 40 horas semanales	Alejandra Montenegro	X		X				
10	Evaluar de manera permanente a todos los procesos de la organización	Alejandra Montenegro	X		X				

Elaborado por:

Alejandra Montenegro
Gerente General

Revisado por:

Alejandra Montenegro
Gerente General

Aprobado por:

Alejandra Montenegro
Gerente General

3.6.3 Monitoreo Administrativo de Clientes.

Tabla 12. Monitoreo Administrativo de Clientes

LÍDER DE PROYECTO:	Alejandra Montenegro
APOYO DEL PROYECTO:	
MONITOREO:	Cientes

No.	ACTIVIDADES:	RESPONSABLE:	CUMPLIMIENTO		% APORTE				
			SI	NO	0%	25%	50%	75%	100%
1	Realizar una base de datos de información del cliente	Alejandra Montenegro	X		X				
2	Efectuar una encuesta periodica de satisfacción del consumido	Alejandra Montenegro	X		X				
3	Verificar las quejas y reclamos presentados	Alejandra Montenegro	X		X				
5	Explicar al cliente las condiciones del servicio	Alejandra Montenegro	X		X				

Elaborado por:

Alejandra Montenegro
Gerente General

Revisado por:

Alejandra Montenegro
Gerente General

Aprobado por:

Alejandra Montenegro
Gerente General

3.6.4 Monitoreo Administrativo de Proveedores.

Tabla 13. Monitoreo Administrativo de Proveedores

LÍDER DE PROYECTO:	Alejandra Montenegro
APOYO DEL PROYECTO:	

MONITOREO:	Proveedores
-------------------	-------------

No.	ACTIVIDADES:	RESPONSABLE:	CUMPLIMIENTO		% APORTE				
			SI	NO	0%	25%	50%	75%	100%
1	Evaluación de los proveedores	Alejandra Montenegro	X		X				
2	Revisar que cumplan con los términos del contrato	Alejandra Montenegro	X		X				
3	Control de pagos al vencimiento de las facturas	Alejandra Montenegro							
4	Verificar el cumplimiento del horario establecido	Alejandra Montenegro	X		X				
5	Llevar una base de datos con información correspondiente a los proveedores	Alejandra Montenegro	X		X				

Elaborado por:

Alejandra Montenegro
Gerente General

Revisado por:

Alejandra Montenegro
Gerente General

Aprobado por:

Alejandra Montenegro
Gerente General

4. EVALUACIÓN DE RESULTADOS PREVIO A LA IMPLEMENTACIÓN DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

4.1. Activos

4.1.1 Activos Fijos.

La cantidad de activos fijos que la empresa posee es de \$15920, a continuación, se encuentran detallados los siguientes activos:

Tabla 14. Activos Fijos

DETALLE	VALOR
EQUIPO DE OFICINA	\$ 750,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$ 8.450,00
APP	\$ 5.000,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 1.720,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 15.920,00

Seguidamente se presentan las cuentas de activos fijos detalladas:

Tabla 15. Equipo de Oficina

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Teléfono	5	\$ 50,00	\$ 250,00
Suministros	1	\$ 500,00	\$ 500,00
SUBTOTAL ALOJAMIENTO			\$ 750,00
TOTAL EQUIPO DE OFICINA			\$750,00

Tabla 16. Equipo de Cómputo

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Computadoras Hacer	4	\$550,00	\$ 2.200,00
Servidor	1	\$6.000,00	\$ 6.000,00
Impresora Multifunción	2	\$125,00	\$ 250,00
TOTAL EQUIPO DE CÓMPUTO			\$ 8.450,00

Tabla 17. Muebles y Enseres

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Escritorio Ejecutivo	4	\$200,00	\$800,00
Sillas Giratorias	4	\$80,00	\$320,00
Estantería Liviana	3	\$100,00	\$300,00
Juego de muebles	1	\$300,00	\$300,00
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			\$1.720,00

Tabla 18. I+D+I

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
App	1	\$5.000,00	\$5.000,00
TOTAL I+I+D			\$5.000,00

4.1.2 Financiamiento.

La puesta en marcha de Conoscenza iniciará sus actividades con el aporte de \$10000 de los socios y un préstamo de \$10000, con una inversión total de \$20000, como se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 19. Financiamiento Conoscenza

FUENTE	APORTACIÓN	%	COSTO DE CAPITAL	PONDERACIÓN
RECURSOS PROPIOS				
Aporte socios	\$ 10.000,00	50%	5,97%	2,99%
RECURSOS AJENOS				
Préstamo Bancario	\$ 10.000,00	50%	11,83%	3,92%
TOTAL INVERSIÓN	\$ 20.000,00	100%	6,91%	

El total del préstamo a pagar es de \$13295,18, en donde \$3295,18 que pertenecen a los intereses de \$10000 que corresponde al capital.

Tabla 20. Tabla de Amortización

DEUDA	10.000,00	PLAZO	0	CUOTAS FIJAS	221,59
TASA DE INTERES	11,83%	PAGO ANUAL	12		
TABLA DE AMORTIZACION DEL PRESTAMO					
MES	DEUDA	INTERES	CAPITAL	CUOTAS	SALDO
	\$ 10.000,00				\$ 10.000,00
1	\$ 10.000,00	\$ 98,58	\$ 123,00	\$ 221,59	\$ 9.877,00
2	\$ 9.877,00	\$ 97,37	\$ 124,22	\$ 221,59	\$ 9.752,78
3	\$ 9.752,78	\$ 96,15	\$ 125,44	\$ 221,59	\$ 9.627,34
4	\$ 9.627,34	\$ 94,91	\$ 126,68	\$ 221,59	\$ 9.500,66
5	\$ 9.500,66	\$ 93,66	\$ 127,93	\$ 221,59	\$ 9.372,74

6	\$ 9.372,74	\$ 92,40	\$ 129,19	\$ 221,59	\$ 9.243,55
7	\$ 9.243,55	\$ 91,13	\$ 130,46	\$ 221,59	\$ 9.113,09
8	\$ 9.113,09	\$ 89,84	\$ 131,75	\$ 221,59	\$ 8.981,35
9	\$ 8.981,35	\$ 88,54	\$ 133,05	\$ 221,59	\$ 8.848,30
10	\$ 8.848,30	\$ 87,23	\$ 134,36	\$ 221,59	\$ 8.713,94
11	\$ 8.713,94	\$ 85,90	\$ 135,68	\$ 221,59	\$ 8.578,26
12	\$ 8.578,26	\$ 84,57	\$ 137,02	\$ 221,59	\$ 8.441,24
13	\$ 8.441,24	\$ 83,22	\$ 138,37	\$ 221,59	\$ 8.302,87
14	\$ 8.302,87	\$ 81,85	\$ 139,73	\$ 221,59	\$ 8.163,14
15	\$ 8.163,14	\$ 80,47	\$ 141,11	\$ 221,59	\$ 8.022,03
16	\$ 8.022,03	\$ 79,08	\$ 142,50	\$ 221,59	\$ 7.879,52
17	\$ 7.879,52	\$ 77,68	\$ 143,91	\$ 221,59	\$ 7.735,62
18	\$ 7.735,62	\$ 76,26	\$ 145,33	\$ 221,59	\$ 7.590,29
19	\$ 7.590,29	\$ 74,83	\$ 146,76	\$ 221,59	\$ 7.443,53
20	\$ 7.443,53	\$ 73,38	\$ 148,21	\$ 221,59	\$ 7.295,33
21	\$ 7.295,33	\$ 71,92	\$ 149,67	\$ 221,59	\$ 7.145,66
22	\$ 7.145,66	\$ 70,44	\$ 151,14	\$ 221,59	\$ 6.994,52
23	\$ 6.994,52	\$ 68,95	\$ 152,63	\$ 221,59	\$ 6.841,89
24	\$ 6.841,89	\$ 67,45	\$ 154,14	\$ 221,59	\$ 6.687,75
25	\$ 6.687,75	\$ 65,93	\$ 155,66	\$ 221,59	\$ 6.532,09
26	\$ 6.532,09	\$ 64,40	\$ 157,19	\$ 221,59	\$ 6.374,90
27	\$ 6.374,90	\$ 62,85	\$ 158,74	\$ 221,59	\$ 6.216,16
28	\$ 6.216,16	\$ 61,28	\$ 160,31	\$ 221,59	\$ 6.055,86
29	\$ 6.055,86	\$ 59,70	\$ 161,89	\$ 221,59	\$ 5.893,97
30	\$ 5.893,97	\$ 58,10	\$ 163,48	\$ 221,59	\$ 5.730,49
31	\$ 5.730,49	\$ 56,49	\$ 165,09	\$ 221,59	\$ 5.565,40
32	\$ 5.565,40	\$ 54,87	\$ 166,72	\$ 221,59	\$ 5.398,68
33	\$ 5.398,68	\$ 53,22	\$ 168,36	\$ 221,59	\$ 5.230,31
34	\$ 5.230,31	\$ 51,56	\$ 170,02	\$ 221,59	\$ 5.060,29
35	\$ 5.060,29	\$ 49,89	\$ 171,70	\$ 221,59	\$ 4.888,59
36	\$ 4.888,59	\$ 48,19	\$ 173,39	\$ 221,59	\$ 4.715,19
37	\$ 4.715,19	\$ 46,48	\$ 175,10	\$ 221,59	\$ 4.540,09
38	\$ 4.540,09	\$ 44,76	\$ 176,83	\$ 221,59	\$ 4.363,26

39	\$ 4.363,26	\$ 43,01	\$ 178,57	\$ 221,59	\$ 4.184,69
40	\$ 4.184,69	\$ 41,25	\$ 180,33	\$ 221,59	\$ 4.004,36
41	\$ 4.004,36	\$ 39,48	\$ 182,11	\$ 221,59	\$ 3.822,25
42	\$ 3.822,25	\$ 37,68	\$ 183,91	\$ 221,59	\$ 3.638,34
43	\$ 3.638,34	\$ 35,87	\$ 185,72	\$ 221,59	\$ 3.452,62
44	\$ 3.452,62	\$ 34,04	\$ 187,55	\$ 221,59	\$ 3.265,07
45	\$ 3.265,07	\$ 32,19	\$ 189,40	\$ 221,59	\$ 3.075,68
46	\$ 3.075,68	\$ 30,32	\$ 191,27	\$ 221,59	\$ 2.884,41
47	\$ 2.884,41	\$ 28,44	\$ 193,15	\$ 221,59	\$ 2.691,26
48	\$ 2.691,26	\$ 26,53	\$ 195,06	\$ 221,59	\$ 2.496,21
49	\$ 2.496,21	\$ 24,61	\$ 196,98	\$ 221,59	\$ 2.299,23
50	\$ 2.299,23	\$ 22,67	\$ 198,92	\$ 221,59	\$ 2.100,31
51	\$ 2.100,31	\$ 20,71	\$ 200,88	\$ 221,59	\$ 1.899,43
52	\$ 1.899,43	\$ 18,73	\$ 202,86	\$ 221,59	\$ 1.696,57
53	\$ 1.696,57	\$ 16,73	\$ 204,86	\$ 221,59	\$ 1.491,70
54	\$ 1.491,70	\$ 14,71	\$ 206,88	\$ 221,59	\$ 1.284,82
55	\$ 1.284,82	\$ 12,67	\$ 208,92	\$ 221,59	\$ 1.075,90
56	\$ 1.075,90	\$ 10,61	\$ 210,98	\$ 221,59	\$ 864,92
57	\$ 864,92	\$ 8,53	\$ 213,06	\$ 221,59	\$ 651,86
58	\$ 651,86	\$ 6,43	\$ 215,16	\$ 221,59	\$ 436,70
59	\$ 436,70	\$ 4,31	\$ 217,28	\$ 221,59	\$ 219,42
60	\$ 219,42	\$ 2,16	\$ 219,42	\$ 221,59	\$ -0,00
TOTAL		\$ 3.295,18	\$ 10.000,00	\$ 13.295,18	

4.2. Costos y Gastos

4.2.1 Costos del Servicio.

Conoscenza tendrá diferentes costos del servicio, el 70% corresponderá al pago de cada profesor y también se tomará en cuenta las actualizaciones de la APP, tal como se representa en la siguiente tabla:

Tabla 21. Costos del Servicio

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costo de Servicio	\$142.545,55	\$149.672,83	\$157.156,47	\$165.014,29	\$173.265,01
Mantenimiento APP (Actualizaciones)	\$500,00	\$525,00	\$551,25	\$578,81	\$607,75
TOTAL	\$143.045,55	\$ 150.197,83	\$ 157.707,72	\$ 165.593,10	\$ 173.872,76

4.2.2 Gastos Administrativos.

En la siguiente tabla se muestran los gastos que Conoscenza tendrá, aumentando en cada valor el 5% en cada año.

Tabla 22. Gastos Administrativos

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Suministros de Oficina	\$500,00	\$525,00	\$551,25	\$578,81	\$607,75
Arriendos	\$3.600,00	\$3.780,00	\$3.969,00	\$4.167,45	\$4.375,82
Sueldos y Salarios	\$48.369,80	\$50.788,29	\$53.327,70	\$55.994,09	\$ 58.793,79
Servicios Básicos	\$4.200,00	\$4.410,00	\$4.630,50	\$4.862,03	\$5.105,13
Amortizaciones	\$ 1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00
Depreciaciones	\$ 3.063,67	\$3.063,67	\$3.063,67	\$ 247,00	\$247,00

Gastos Constitución	\$400,00				
TOTAL	\$61.133,47	\$63.566,96	\$66.542,12	\$66.849,38	\$70.129,50

4.2.3 Gastos de Ventas.

Los gastos de venta corresponden a las redes sociales que se encargaran de la publicidad de Conoscenza.

Tabla 23. Gastos de Ventas

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Redes Sociales	\$1.800,00	\$1.890,00	\$1.966,55	\$2.046,19	\$2.129,06
TOTAL	\$ 1.800,00	\$1.890,00	\$1.966,55	\$2.046,19	\$2.129,06

4.3. Presupuesto

El presupuesto de ingresos y egresos de la empresa se lo realizó tomando en cuenta las ventas con un aumento del 15% y los costos con un incremento del 5% en cada año durante los 5 primeros años.

4.3.1 Ingresos.

Tabla 24. Presupuesto de Ingresos

SERVICIO	% CRECIMIENTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		2021	2022	2023	2024	2025
VENTAS	15%	\$ 207.536,50	\$ 238.666,98	\$ 274.467,02	\$ 315.637,07	\$ 362.982,64
TOTAL INGRESOS POR VENTA DE SERVICIOS		\$ 207.536,50	\$ 238.666,98	\$ 274.467,02	\$ 315.637,07	\$ 362.982,64

4.3.2 Egresos

Tabla 25. Presupuesto de Egresos

SERVICIO	% CRECIMIENTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		2021	2022	2023	2024	2025
COSTOS DE SERVICIO	5%	\$ 143.045,55	\$ 150.197,83	\$ 157.707,72	\$ 165.593,10	\$ 173.872,76
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 61.133,47	\$ 64.190,14	\$ 67.399,65	\$ 70.769,63	\$ 74.308,11
GASTOS DE VENTAS		\$ 1.800,00	\$ 1.890,00	\$ 1.984,50	\$ 2.083,73	\$ 2.187,91
TOTAL INGRESOS POR VENTA DE SERVICIOS		\$ 205.979,02	\$ 216.277,97	\$ 227.091,87	\$ 238.446,46	\$ 250.368,78

4.4. Estados Financieros

A continuación, se muestran los Estados Financieros se realizaron con la información de la empresa, como se detalla en las siguientes tablas:

4.4.1 Balance General.

Tabla 26. Estado de Situación Proyectado

DETALLE CUENTA	2021	2022	2023	2024	2025	2026
ACTIVOS						
CORRIENTES	\$ 4.080,00	\$ 7.042,11	\$ 31.293,20	\$ 72.934,80	\$ 135.429,16	\$ 221.611,67
Caja / Bancos	\$ 4.080,00	\$ 7.042,11	\$ 31.293,20	\$ 72.934,80	\$ 135.429,16	\$ 221.611,67
NO CORRIENTES						
TANGIBLES	\$ 10.920,00	\$ 7.856,33	\$ 4.792,67	\$ 1.729,00	\$ 1.482,00	\$ 1.235,00
EQUIPO DE OFICINA	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$ 8.450,00	\$ 8.450,00	\$ 8.450,00	\$ 8.450,00	\$ 8.450,00	\$ 8.450,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 1.720,00	\$ 1.720,00	\$ 1.720,00	\$ 1.720,00	\$ 1.720,00	\$ 1.720,00
(-) DEPRECIACIÓN ACUMULADA		\$ -3.063,67	\$ (6.127,33)	\$ (9.191,00)	\$ (9.438,00)	\$ (9.685,00)
INTANGIBLES	\$ 5.000,00	\$ 4.000,00	\$ 3.000,00	\$ 2.000,00	\$ 1.000,00	\$ -
APP	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
(-) AMORTIZACIÓN ACUMULADA		\$ -1.000,00	\$ -2.000,00	\$ -3.000,00	\$ -4.000,00	\$ -5.000,00
TOTAL ACTIVOS	\$ 20.000,00	\$ 18.898,45	\$ 39.085,86	\$ 76.663,80	\$ 137.911,16	\$ 222.846,67
PASIVOS						
Amortización del Préstamo	\$ 10.000,00	\$ 8.441,24	\$ 6.687,75	\$ 4.715,19	\$ 2.496,21	\$ -0,00
15% Participación Trabajadores por pagar		\$ 68,58	\$ 3.316,00	\$ 7.134,62	\$ 12.106,25	\$ 17.503,27
25% Impuesto a la Renta por pagar		\$ 97,16	\$ 4.697,66	\$ 10.107,38	\$ 17.150,53	\$ 24.796,30
TOTAL PASIVOS	\$ 10.000,00	\$ 8.606,98	\$ 14.701,41	\$ 21.957,20	\$ 31.752,98	\$ 42.299,58
PATRIMONIO						
Capital Social	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
Utilidad Neta	\$ -	\$ 291,47	\$ 14.092,99	\$ 30.322,15	\$ 51.451,58	\$ 74.388,91
Utilidad Acumulada	\$ -	\$ -	\$ 291,47	\$ 14.384,46	\$ 44.706,61	\$ 96.158,18
TOTAL PATRIMONIO	\$ 10.000,00	\$ 10.291,47	\$ 24.384,46	\$ 54.706,61	\$ 106.158,18	\$ 180.547,09
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 20.000,00	\$ 18.898,45	\$ 39.085,86	\$ 76.663,80	\$ 137.911,16	\$ 222.846,67

4.4.2 Estado de Resultados.

Como se puede observar en la tabla, la utilidad va creciendo con el paso de los años, esto se debe a que los costos y gastos son bajos respecto a los ingresos que la organización generará en futuros años.

Tabla 27. Estado de Resultados Integral

DETALLE	2021	2022	2023	2024	2025
Ingresos por Ventas	\$ 207.536,50	\$ 238.666,98	\$ 274.467,02	\$ 315.637,07	\$ 362.982,64
VENTAS	\$ 207.536,50	\$ 238.666,98	\$ 274.467,02	\$ 315.637,07	\$ 362.982,64
Costos de Servicio	\$ 143.045,55	\$ 150.197,83	\$ 157.707,72	\$ 165.593,10	\$ 173.872,76
COSTOS DIRECTOS	\$ 143.045,55	\$ 150.197,83	\$ 157.707,72	\$ 165.593,10	\$ 173.872,76
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 64.490,95	\$ 88.469,15	\$ 116.759,30	\$ 150.043,97	\$ 189.109,88
GASTOS OPERACIONALES	\$ 62.933,47	\$ 65.456,96	\$ 68.508,67	\$ 68.895,57	\$ 72.258,56
Gastos Administrativos	\$ 61.133,47	\$ 63.566,96	\$ 66.542,12	\$ 66.849,38	\$ 70.129,50
Suministros de Oficina	\$ 500,00	\$ 525,00	\$ 551,25	\$ 578,81	\$ 607,75
Arriendos	\$ 3.600,00	\$ 3.780,00	\$ 3.969,00	\$ 4.167,45	\$ 4.375,82
Sueldos y Salarios	\$ 48.369,80	\$ 50.788,29	\$ 53.327,70	\$ 55.994,09	\$ 58.793,79
Servicios Básicos	\$ 4.200,00	\$ 4.410,00	\$ 4.630,50	\$ 4.862,03	\$ 5.105,13
Amortizaciones	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Depreciaciones	\$ 3.063,67	\$ 3.063,67	\$ 3.063,67	\$ 247,00	\$ 247,00
Gastos Constitución	\$ 400,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos de Ventas	\$ 1.800,00	\$ 1.890,00	\$ 1.966,55	\$ 2.046,19	\$ 2.129,06
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 1.557,48	\$ 23.012,19	\$ 48.250,64	\$ 81.148,40	\$ 116.851,32
Gasto Financiero (INTERES)	\$ 1.100,28	\$ 905,54	\$ 686,48	\$ 440,05	\$ 162,83
UTILIDAD ANTES PARTIC. TRAB.	\$ 457,20	\$ 22.106,65	\$ 47.564,16	\$ 80.708,35	\$ 116.688,49
15% Partic. Trabajadores	\$ 68,58	\$ 3.316,00	\$ 7.134,62	\$ 12.106,25	\$ 17.503,27
UTILIDAD ANTES IMPUESTO RENTA	\$ 388,62	\$ 18.790,65	\$ 40.429,53	\$ 68.602,10	\$ 99.185,21
25% Impuesto a la Renta	\$ 97,16	\$ 4.697,66	\$ 10.107,38	\$ 17.150,53	\$ 24.796,30
UTILIDAD NETA	\$ 291,47	\$ 14.092,99	\$ 30.322,15	\$ 51.451,58	\$ 74.388,91

4.4.3 Flujo de Efectivo.

En esta tabla se detalla el efectivo que la empresa usará durante el tiempo de duración que tiene el proyecto, los flujos de efectivo son positivos en cada uno de los 5 años.

Tabla 28. Flujo de Efectivo

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A. FLUJO DE BENEFICIOS						
Flujo de efectivo inicial		\$ 4.080,00	\$ 7.042,11	\$ 31.293,20	\$ 72.934,80	\$ 135.429,16
Venta		\$ 207.536,50	\$ 238.666,98	\$ 274.467,02	\$ 315.637,07	\$ 362.982,64
Valor residual Activos						\$ 1.235,00
TOTAL FLUJO DE BENEFICIOS		\$ 211.616,50	\$ 245.709,09	\$ 305.760,22	\$ 388.571,88	\$ 499.646,80
B. FLUJO DE COSTOS						
Costo de servicio		\$ 143.045,55	\$ 150.197,83	\$ 157.707,72	\$ 165.593,10	\$ 173.872,76
Gastos Administrativos		\$ 56.669,80	\$ 59.503,29	\$ 62.478,45	\$ 65.602,38	\$ 68.882,50
Gastos de Ventas		\$ 1.800,00	\$ 1.890,00	\$ 1.966,55	\$ 2.046,19	\$ 2.129,06
Gastos Financieros		\$ 1.100,28	\$ 905,54	\$ 686,48	\$ 440,05	\$ 162,83
INVERSIONES						
Activos Fijos/ Propiedad planta y equipo	\$ 5.920,00					
Gastos de Constitución		\$ 400,00				
APORTE SOCIOS	\$ 10.000,00					
TOTAL FLUJO DE COSTOS	\$ 15.920,00	\$ 203.015,63	\$ 212.496,66	\$ 222.839,20	\$ 233.681,72	\$ 245.047,15
(A - B) FLUJO DE FONDOS ECONÓMICOS	\$ -15.920,00	\$ 8.600,87	\$ 33.212,43	\$ 82.921,02	\$ 154.890,16	\$ 254.599,65
Préstamo	\$ 10.000,00					
APORTE SOCIOS	\$ 10.000,00					
Amortización de Préstamo		\$ 1.558,76	\$ 1.753,49	\$ 1.972,56	\$ 2.218,99	\$ 2.496,21
15% Participación Trabajadores		\$ -	\$ 68,58	\$ 3.316,00	\$ 7.134,62	\$ 12.106,25
25% Impuesto a la Renta		\$ -	\$ 97,16	\$ 4.697,66	\$ 10.107,38	\$ 17.150,53
FLUJO DE FONDOS FINANCIEROS	\$ 4.080,00	\$ 7.042,11	\$ 31.293,20	\$ 72.934,80	\$ 135.429,16	\$ 222.846,67

4.5. Métodos de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo

4.5.1 Valor Presente Neto (VPN o VAN).

El Valor presente Neto es de \$19925,29, lo que refleja que el proyecto Conoscenza es viable.

Tabla 29. VAN

AÑO	FLUJOS DE EFECTIVO	FACTOR ACTUALIZACIÓN $1/(1+I)^n$	VALOR ACTUAL
0	\$ (20.000,00)	1,0000	\$ (20.000,00)
1	\$ 4.355,13	0,6589	\$ 2.869,81
2	\$ 18.156,65	0,4342	\$ 7.883,89
3	\$ 34.385,82	0,2861	\$ 9.838,67
4	\$ 52.698,58	0,1885	\$ 9.935,92
5	\$ 75.635,91	0,1242	\$ 9.397,01
VAN =			\$ 19.925,29

4.5.2 Tasa Interna de Retorno (TIR).

La TIR de la empresa representa el 88,21%, mientras que la tasa de descuento es del 44,85%. Por lo tanto, la tasa de descuento es menor que la TIR y esto representa que es un proyecto rentable.

Asimismo, la TIR de la organización proyecta un valor alto ya que en temas de tecnología se vuelve exponencial y esto indica un crecimiento significativo.

Tabla 30. TIR

TIR	88,21%
------------	--------

4.5.3 Tasa de descuento.

La Tasa de Descuento se calculó mediante la suma del WACC, la Tasa del Riesgo País de Ecuador y la tasa de inflación actual a abril de 2020. El valor de esta tasa es de 44,85%.

Tabla 31. Tasa de Descuento

CPPC / WACC	0,00%
Tasa Riegos País	43,85%
Tasa Inflación	1,00%
TMAR / Tasa de descuento	44,85%

4.5.4 Periodo de recuperación de la inversión (PRI).

Los \$10000 de inversión inicial con aporte de los socios se recuperarán en un periodo de 1 año, 10 meses y 10 días.

Tabla 32. PRI

AÑO	FLUJOS DE EFECTIVO	FLUJOS ACUMULADOS
0	\$ 20.000,00	
1	\$ 4.355,13	\$ 4.355,13
2	\$ 18.156,65	\$ 22.511,79
3	\$ 34.385,82	\$ 56.897,61
4	\$ 52.698,58	\$ 109.596,18
5	\$ 75.635,91	\$ 185.232,09

Tabla 33.Datos PRI

a =	1
b =	\$ 20.000,00
c =	\$ 4.355,13
d =	\$ 18.156,65
PRI=	1,86

Tabla 34. Tiempo de Recuperación

Años	Meses	Días
1	10	10

4.5.5 Relación Costo-Beneficio.

La relación de Costo Beneficio en Conoscenza, quiere decir que por cada \$1 invertido en el proyecto se espera un beneficio de \$0.23, por lo tanto, se vuelve atractivo y rentable.

Tabla 35. Relación Costo Beneficio

AÑO	BENEFICIOS	BENEFICIOS ACTUALIZADOS	COSTOS	COSTOS ACTUALIZADOS
0			\$ 15.920,00	\$ 15.920,00
1	\$ 211.616,50	\$ 139.444,64	\$ 203.015,63	\$ 133.777,09
2	\$ 245.709,09	\$ 106.690,51	\$ 212.496,66	\$ 92.269,18
3	\$ 305.760,22	\$ 87.485,85	\$ 222.839,20	\$ 63.760,02
4	\$ 388.571,88	\$ 73.262,29	\$ 233.681,72	\$ 44.058,92
5	\$ 499.646,80	\$ 62.076,11	\$ 245.047,15	\$ 30.444,66
SUMA =		\$ 468.959,40		\$ 380.229,87
RELACIÓN B / C =			\$ 1,23	

4.6. Métodos de evaluación que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo

Como se puede observar en la siguiente tabla, se analizaron los indicadores de liquidez y rentabilidad, los cuales dieron resultados positivos para el tiempo de ejecución del proyecto.

Tabla 36. Indicadores Financieros

INDICADORES	FÓRMULA		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
LIQUIDEZ							
Indice de Liquidez =	$\frac{\text{Activo Circulante}}{\text{Pasivo Circulante}}$	=	4,08	3,20	3,80	4,30	4,95
RENTABILIDAD							
Margen de Utilidad Bruta =	$\frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas}}$	=	31%	37%	43%	48%	52%
Margen de Utilidad Operacional =	$\frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Ventas}}$	=	0,75%	10%	18%	26%	32%
Margen de Utilidad Neta =	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$	=	0,14%	6%	11%	16%	20%
Rendimiento Sobre el Patrimonio (ROE) =	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$	=	3%	58%	55%	48%	41%
Rendimiento Sobre Activos Totales (ROA)=	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Total Activos}}$	=	2%	36%	40%	37%	33%

4.7. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio de Conoscenza es de \$204.007,59, en donde la organización no gana ni pierde dinero.

Tabla 37. Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO GENERAL		
PE en dólares =		61.133,47
	1 -	145.345,55
		207.536,50
PE en dólares =	<u>61.133,47</u>	
	0,30	
PE en dólares =	204.007,59	dólares

4.8. Análisis de sensibilidad

En este análisis se realizará dos tipos de escenarios, un pesimista y el otro optimista, a continuación, se detallarán en las siguientes tablas:

4.8.1 Escenario Optimista.

En el escenario pesimista se aplicó un incremento en las ventas del 10% y un incremento en costos y gastos del 5%.

Tabla 38. Escenario Optimista

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A. FLUJO DE BENEFICIOS						
Flujo de efectivo inicial		\$ 4.080,00	\$ 7.042,11	\$ 31.293,20	\$ 72.934,80	\$ 135.429,16
Venta de servicios		\$ 228.290,15	\$ 262.533,67	\$ 301.913,72	\$ 347.200,78	\$ 399.280,90
Valor residual Activos						\$ 1.235,00
Recuperación de Capital de Trabajo						
TOTAL FLUJO DE BENEFICIOS		\$ 232.370,15	\$ 269.575,79	\$ 333.206,92	\$ 420.135,59	\$ 535.945,06
B. FLUJO DE COSTOS						
Costos de Servicio		\$ 150.197,83	\$ 157.707,72	\$ 165.593,10	\$ 173.872,76	\$ 182.566,40
Mantenimiento APP (Actualizaciones)		\$ 525,00	\$ 551,25	\$ 578,81	\$ 607,75	\$ 638,14
Gastos Administrativos		\$ 60.553,29	\$ 63.528,45	\$ 66.652,38	\$ 69.932,50	\$ 73.376,62
Gastos de Ventas		\$ 1.890,00	\$ 1.984,50	\$ 2.064,87	\$ 2.148,50	\$ 2.235,51
Gastos Financieros		\$ 1.100,28	\$ 905,54	\$ 686,48	\$ 440,05	\$ 162,83
INVERSIONES						
Activos Fijos/ Propiedad planta y equipo	\$ 5.920,00					
Gastos de Constitución		\$ 400,00				
APORTE SOCIOS	\$ 10.000,00					
TOTAL FLUJO DE COSTOS	\$ 15.920,00	\$ 214.666,40	\$ 224.677,47	\$ 235.575,65	\$ 247.001,56	\$ 258.979,50
(A - B) FLUJO DE FONDOS ECONÓMICOS	\$ -15.920,00	\$ 17.703,75	\$ 44.898,32	\$ 97.631,27	\$ 173.134,03	\$ 276.965,56
Préstamo	\$ 10.000,00					
APORTE SOCIOS	\$ 10.000,00					
Amortización de Préstamo		\$ 1.558,76	\$ 1.753,49	\$ 1.972,56	\$ 2.218,99	\$ 2.496,21
15% Participación Trabajadores		\$ 68,58	\$ 3.316,00	\$ 7.134,62	\$ 12.106,25	\$ 17.503,27
25% Impuesto a la Renta		\$ 97,16	\$ 4.697,66	\$ 10.107,38	\$ 17.150,53	\$ 24.796,30
FLUJO DE FONDOS FINANCIEROS	\$ 4.080,00	\$ 15.979,26	\$ 35.131,17	\$ 78.416,71	\$ 141.658,26	\$ 232.169,78
TASA DE DESCUENTO =	51,76%					
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE FONDOS	\$ (10.000,00)	\$ 15.979,26	\$ 35.131,17	\$ 78.416,71	\$ 141.658,26	\$ 232.169,78
TASA DE DESCUENTO =	51,76%			Tasa Referencial		
VAN =	\$ 93.774,40			Proyecto Viable		
TIR =	261,03%			Proyecto Viable		

Se puede evidenciar que el VAN es igual a \$93774,40 y la TIR de 261,03%, lo que representa que el proyecto se muy rentable.

4.8.2 Escenario Pesimista.

En el escenario pesimista se aplicó un incremento en las ventas del 5% y un incremento en costos y gastos del 10%.

Tabla 39. Escenario Pesimista

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A. FLUJO DE BENEFICIOS						
Flujo de efectivo inicial		\$ 4.080,00	\$ 7.042,11	\$ 31.293,20	\$ 72.934,80	\$ 135.429,16
Venta de servicios		\$ 217.913,33	\$ 250.600,32	\$ 288.190,37	\$ 331.418,93	\$ 381.131,77
Valor residual Activos						\$ 1.235,00
Recuperación de Capital de Trabajo						
TOTAL FLUJO DE BENEFICIOS		\$ 221.993,33	\$ 257.642,44	\$ 319.483,57	\$ 404.353,73	\$ 517.795,93
B. FLUJO DE COSTOS						
Costos de Servicio		\$ 157.350,11	\$ 165.217,61	\$ 173.478,49	\$ 182.152,42	\$ 191.260,04
Mantenimiento APP (Actualizaciones)		\$ 550,00	\$ 577,50	\$ 606,38	\$ 636,69	\$ 668,53
Gastos Administrativos		\$ 63.436,78	\$ 66.553,62	\$ 69.826,30	\$ 73.262,61	\$ 76.870,75
Gastos de Ventas		\$ 1.980,00	\$ 2.079,00	\$ 2.163,20	\$ 2.250,81	\$ 2.341,97
Gastos Financieros		\$ 1.100,28	\$ 905,54	\$ 686,48	\$ 440,05	\$ 162,83
INVERSIONES						
Activos Fijos/ Propiedad planta y equipo	\$ 5.920,00					
Gastos de Constitución		\$ 400,00				
APORTE SOCIOS	\$ 10.000,00					
TOTAL FLUJO DE COSTOS	\$ 15.920,00	\$ 224.817,16	\$ 235.333,27	\$ 246.760,85	\$ 258.742,58	\$ 271.304,11
(A - B) FLUJO DE FONDOS ECONÓMICOS	\$ -15.920,00	\$ -2.823,84	\$ 22.309,16	\$ 72.722,73	\$ 145.611,15	\$ 246.491,82
Préstamo	\$ 10.000,00					
APORTE SOCIOS	\$ 10.000,00					
Amortización de Préstamo		\$ 1.558,76	\$ 1.753,49	\$ 1.972,56	\$ 2.218,99	\$ 2.496,21
15% Participación Trabajadores		\$ 68,58	\$ 3.316,00	\$ 7.134,62	\$ 12.106,25	\$ 17.503,27
25% Impuesto a la Renta		\$ 97,16	\$ 4.697,66	\$ 10.107,38	\$ 17.150,53	\$ 24.796,30
FLUJO DE FONDOS FINANCIEROS	\$ 4.080,00	\$ (4.548,33)	\$ 12.542,01	\$ 53.508,16	\$ 114.135,39	\$ 201.696,04
TASA DE DESCUENTO = 51,76%						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE FONDOS	\$ (10.000,00)	\$ (4.548,33)	\$ 12.542,01	\$ 53.508,16	\$ 114.135,39	\$ 201.696,04
TASA DE DESCUENTO =	51,76%					Tasa Referencial
VAN =	\$ 54.336,94					Proyecto Viable
TIR =	140,75%					Proyecto Viable

Se puede evidenciar que el VAN es igual a \$54336,94 y la TIR de 140,75%, lo que representa que el proyecto siga siendo viable.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- Sabiendo que Conoscenza es una aplicación no muy conocida, esperamos ser la pionera en el campo del servicio educativo.
- Conoscenza es un proyecto que cubre las necesidades de los estudiantes ofreciendo ayuda como tareas, tutorías y preguntas que son contestadas inmediatamente.
- Después de realizar un análisis exhaustivo, tanto en la definición de la oferta y la demanda, pudimos determinar que es una idea innovadora y que puede llegar hacer una ayuda fundamental en la consulta académica, para estudiantes de colegio como de universidad y para profesores que puede tener un ingreso extra poniendo a su disposición sus conocimientos.
- Después de realizar un detenido análisis financiero, podemos determinar que la inversión a realizar es de \$20000, la misma que podemos recuperarla en el primer año de lanzada la aplicación al mercado.
- Al ser una aplicación y de ser favorable la aceptación en el mercado, sus ganancias son exponenciales lo que permite saldar el préstamo rápidamente y esto se demuestra con los indicadores financieros favorables para los siguientes cinco años, donde se toma en cuenta los porcentajes de inflación del mercado.
- Conoscenza es un proyecto rentable, cuenta con un VAN positivo de \$19.925,29, una TIR del 88,21%, y en el análisis de sensibilidad se determinó que en el escenario optimista y en el escenario pesimista el proyecto sigue siendo viable.

5.2. Recomendaciones:

- Se recomienda la puesta en marcha del proyecto inmediatamente, porque los indicadores financieros lo respaldan garantizando una rentabilidad significativa.
- Realizar un buen proceso de selección de docentes, para obtener una alta calidad y credibilidad en el servicio a nuestros clientes.
- Capacitar al personal constantemente en los cambios tecnológicos, para brindar el mejor servicio por medio de la APP.
- No descuidar los estudios de mercado, porque estos son cambiantes y esto permitirá mantener a la APP como la preferida de los usuarios.

BIBLIOGRAFÍA

- El Comercio. (18 de Septiembre de 2014). *El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/tendencias/cuestionarix-com-enes-quito-emprendimiento.html>
- Acer. (s.f.).
- Aceves, V. (2004). *Dirección Estratégica*. México: Mc Graw Hill.
- Ayestarán, R., Rangel, C., & Sebastián, A. (2016). *Planificación estratégica y gestión de la publicidad: conectando con el consumidor*. Madrid : ESIC.
- Campbell, A., & Kiran, T. (1992). *La misión de los negocios: cómo conseguir el compromiso de los empleados*. Madrid: Díaz de Santos.
- Carrión, J. (2007). *Estrategia de la visión a la acción* . Madrid: ESIC.
- Cuesta, U. (2012). *Planificación estratégica y creatividad*. Madrid : ESIC.
- Cuestionarix.com. (s.f.).
- D'Alessio, F. (2008). *El proceso estratégico: Un enfoque a la gerencia*. México: Pearson.
Obtenido de http://diccionarioempresarial.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAAAAEAMtMSbF1jTAAASNjSxNztbLUouLM_DxbIwMDS0NDA1OQGGZapUt-ckhlQaptWmJOcSoA6kNTmDUAAAA=WKE
- David, F. (2008). *Conceptos de Administración Estratégica*. México: Prentice Hall.
- Durán, J. (1999). Obtenido de <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/13220/5/Formulaci%C3%B3n%20de%20la%20estrategia%20%28Parte%20tercera%29.pdf>
- Ebizar FM. (22 de Agosto de 2016). *Ebizar*. Obtenido de <http://www.ebizar.com/como-implementar-estrategias-funcionales/>
- Ecoindus. (13 de Diciembre de 2012). *Ecoindus*. Obtenido de <http://www.ecoindus.com/ec/noticias/nuevas-tecnologias-para-reducir-el-uso-de-papel-y-para-cuidar-el-medio-ambiente/599>
- Educar Ecuador. (s.f.).
- El Universo. (20 de Enero de 2019). *El Universo*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/guayaquil/2019/01/20/nota/7147148/quito-mas-habitantes-frente-guayaquil-proyeccion-abre-debate>
- Escribano, D. (27 de Noviembre de 2018). *Skyscanner*. Obtenido de Skyscanner: <https://www.skyscanner.es/noticias/esta-es-la-historia-de-las-aplicaciones-moviles>

- Galindo, J. (2009). *Visión compartida: el secreto del progreso*. El Cid Editor.
- González, N. (1 de Mayo de 2017). *Magenta*. Obtenido de <https://magentaig.com/como-funciona-planificacion-estrategica/>
- Idukay.com. (s.f.).
- INEC. (Septiembre de 2019). *Encuesta de Seguimiento al Plan Nacional de Desarrollo*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2018/201812_Boletin_Multiproposito_Tics.pdf
- Infoempleo . (2014). *Tuempleo*. Obtenido de <http://blog.infoempleo.com/a/el-uso-de-las-apps-en-educacion/>
- Matilla, K. (2008). *LOS MODELOS DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN LA TEORÍA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS*. Barcelona: UOC.
- Medina, V. (8 de Marzo de 2017). *Business Apps*. Obtenido de <http://businessapps.mx/breve-historia-de-las-apps/>
- Medium Multimedia. (s.f.).
- Montenegro, A. (s.f.). Conoscenza. *Conoscenza*. Quito.
- París, F. (2005). *La planificación estratégica en las organizaciones deportivas*. Barcelona: Paidotribo.
- Pérez, J. (3 de Junio de 2015). *Strategic Minds*. Obtenido de <http://strategicminds-pr.com/blog/6-beneficios-de-integrar-la-planificacion-estrategica-en-tu-negocio/>
- Porrúa, M. (31 de Enero de 2019). *El país* . Obtenido de https://elpais.com/elpais/2019/01/29/planeta_futuro/1548782062_617509.html
- Porter, M. (2009). *Estrategia Competitiva*. Madrid: Ediciones Piramide.
- Rodríguez, M. (2016). *Planificación estratégica: fundamentos y herramientas de actuación*. Córdoba : Brujas.
- Rojas, M., & Medina, L. (2012). *Planeación Estratégica: Fundamentos y casos*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Scholes, K., & Johnson, G. (2001). *Dirección Estratégica*. Madrid: Prentice Hall.
- Scott, C., Jaffe, D., & Tobe, G. (1997). *Visión, valores y misión organizacionales*. México: Iberoamérica.
- Senlle, A., & Nilda, G. (2005). *Calidad en los servicios educativos*. Ediciones Díaz de Santos.
- Serna, H. (2008). *Gerencia Estratégica*. Bogotá.

- SRI. (s.f.). *Registro Único de Contribuyentes*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC>
- Stratec. (Julio de 2019). *Stratec*. Obtenido de <https://www.stratecsoluciones.com/blog/cuales-son-las-ventajas-y-desventajas-de-la-planificacion-estrategica/>
- SurveyMonkey. (s.f.). *SurveyMonkey*. Obtenido de https://es.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/?program=7013A000000mweBQAQ&utm_bu=CR&utm_campaign=71700000064157464&utm_adgroup=58700005704021400&utm_content=39700052007818796&utm_medium=cpc&utm_source=adwords&utm_term=p52007818796&utm_kxconfid=s4b
- Thompson, A. (2012). *Administración Estratégica: teorías y casos*. México: Mc Graw Hill.
- Thompson, A., & Strickeland, A. (1994). *Dirección y Administración estratégicas*. México: McGrawHill.
- Thompson, A., & Strickeland, A. (s.f.). *Dirección y Administración estratégicas*. México: McGrawHill.
- Tutor Doctor. (s.f.).
- Xiamarin Studio. (s.f.). *Visual Studio* .
- YPDEcuador.com. (s.f.).