



ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Proyecto Previo a la Obtención del Título de Licenciado en Administración de Empresas.

AUTORES:

Diego Sebastián Albuja Espinosa
Ana Victoria Acosta Maldonado
Daniela Alejandra Tovar Rubio
Poulette Mireya Zapata Navarrete
Marco David León Padilla

TUTOR:

Ing. Odette Pantoja Díaz, PhD

Plan de Negocios para la creación de la empresa PUNTO DE APRENDIZAJE proveedora de servicios profesionales de tutorías, tareas dirigidas y asesoramiento de desarrollo, para el Año 2024.

Resumen Ejecutivo

El proyecto consiste en la creación de "Punto de Aprendizaje", una empresa dedicada a proveer servicios profesionales de tutorías, tareas dirigidas y asesoramiento de desarrollo. Con una creciente demanda en el sector educativo, "Punto de Aprendizaje" se posiciona como una solución integral para estudiantes de todas las edades que buscan mejorar su rendimiento académico y desarrollar habilidades clave para su éxito futuro.

Nuestros servicios incluyen tutorías individuales, diseñadas para brindar apoyo académico personalizado en áreas específicas de estudio; tareas dirigidas, que ofrecen orientación y supervisión en la realización de trabajos escolares en un entorno grupal; y asesoramiento de desarrollo, centrado en el crecimiento personal y académico de los estudiantes, abordando aspectos como la planificación académica y el desarrollo de habilidades personales.

"Punto de Aprendizaje" se compromete a proporcionar servicios de alta calidad, con un enfoque en la personalización y la adaptación a las necesidades individuales de cada estudiante. Nuestro equipo de tutores altamente calificados y experimentados está dedicado a ayudar a los estudiantes a alcanzar su máximo potencial académico y personal.

Además, "Punto de Aprendizaje" se diferencia por su enfoque integral, ofreciendo una variedad de servicios que abordan tanto las necesidades académicas como las de desarrollo personal de los estudiantes. Esta combinación única de servicios nos posiciona como líderes en el mercado de educación suplementaria.

Con un sólido plan de negocio y una estrategia de marketing bien definida, "Punto de Aprendizaje" tiene como objetivo captar una parte significativa del mercado local y expandirse a nivel regional en el futuro. Estamos comprometidos con la excelencia y la mejora continua, y estamos seguros de que "Punto de Aprendizaje" se convertirá en el socio preferido para el éxito educativo de nuestros estudiantes.

Palabras clave: servicio, aprendizaje, calidad, tutorías, plan, negocio

Abstract

The project consists of the creation of "Point of Learning", a company dedicated to providing professional tutoring services, directed tasks and development advice. With growing demand in the educational sector, "Point of Learning" is positioned as a comprehensive solution for students of all ages seeking to improve their academic performance and develop key skills for their future success.

Our services include one-on-one tutoring, designed to provide personalized academic support in specific areas of study; directed tasks, which offer guidance and supervision in completing schoolwork in a group setting; and developmental counseling, focused on the personal and academic growth of students, addressing aspects such as academic planning and the development of personal skills.

"Learning Point" is committed to providing high quality services, with a focus on personalization and adaptation to the individual needs of each student. Our team of highly qualified and experienced tutors is dedicated to helping students reach their full academic and personal potential.

Additionally, "Point of Learning" is differentiated by its comprehensive approach, offering a variety of services that address both the academic and personal development needs of students. This unique combination of services positions us as leaders in the supplemental education market.

With a solid business plan and a well-defined marketing strategy, "Punto de Learning" aims to capture a significant part of the local market and expand regionally in the future. We

are committed to excellence and continuous improvement, and we are confident that "Point of Learning" will become the preferred partner for the educational success of our students.

Keywords: service, learning, quality, tutoring, plan, business

Dedicatorias

A mis padres, por su amor incondicional, apoyo constante y sacrificios innumerables a lo largo de mi trayectoria académica. Su ejemplo de perseverancia y dedicación ha sido mi mayor inspiración. A mis profesores, por su guía, conocimiento y pasión por la enseñanza.

Cada lección aprendida ha contribuido al desarrollo de esta tesis y al crecimiento de mi comprensión del mundo empresarial.

A mis amigos y seres queridos, por su aliento, comprensión y ánimo en los momentos difíciles. Su presencia ha sido fundamental en mi camino hacia la realización de este proyecto.

Que esta empresa sea un testimonio de la importancia del aprendizaje continuo, la tutoría personalizada y el desarrollo integral en el camino hacia el éxito personal y profesional.

Con gratitud y dedicación,

Daniela Alejandra Tovar Rubio

A mis profesores, agradezco profundamente su orientación experta, paciencia y sabiduría impartida. Cada consejo y corrección ha sido fundamental para el crecimiento de este proyecto, y estoy agradecido por la oportunidad de aprender de su vasta experiencia.

A mis compañeros de clase, quienes han compartido risas, dudas y largas noches de estudio, les agradezco por la camaradería y el apoyo constante. Juntos hemos enfrentado los desafíos académicos, construyendo amistades que trascienden las aulas y que espero conservar en los años venideros.

A mi familia, cuyo amor incondicional ha sido mi mayor impulso, les dedico este logro con todo mi corazón. Sus sacrificios y aliento han sido la fuerza que me ha sostenido en los momentos difíciles, y este trabajo es también un homenaje a su constante apoyo.

A mis amigos, quienes han sido mi refugio en los momentos de estrés y mi fuente de inspiración, les agradezco por estar siempre presentes. Sus palabras alentadoras y ánimos positivos han sido la motivación extra que necesitaba para seguir adelante.

Este trabajo de tesis no solo es un testimonio de mi esfuerzo, sino también un reflejo del respaldo invaluable que he recibido. Espero que este proyecto contribuya, aunque sea modestamente, al conocimiento y al avance en nuestra área de estudio.

Con gratitud y emoción,

Diego Sebastián Albuja Espinosa

Dedico este trabajo a mis padres, a mi esposo, e hijos por su amor incondicional, apoyo constante y sacrificios que han hecho que pueda alcanzar mis metas siendo mi motivación. A mi director de tesis, por su guía experta y paciencia durante este proceso. A mis amigos, por su ánimo y comprensión en los momentos difíciles. A todos aquellos que creyeron en mí y me motivaron a seguir adelante. Este logro es también suyo.

Ana Victoria Acosta Maldonado

*A mi madre, quien me enseñó a ser fuerte, por ser esa ancla en la tierra para poder guiarme
y nunca soltarnos, por su fortaleza y perseverancia en la vida, por su ejemplo, por ser una
mujer de alto valor.*

*A mi hija, Daniella Poulette, por quien me hice fuerte, mi compañera de vida y mi gran
amor, sin ti nada de esto sería posible, mi mayor inspiración, por luchar y crecer juntas, por
ser la niña del corazón noble y humilde.*

*A Pamela, por tu amor, por ser gran compañera de aventuras, por tus risas y locuras,
gracias por siempre alentarme.*

A Jordan, por ser el niño de mis ojos, por tu protección y lealtad.

*A Victoria, por tu complicidad, por ser ese abrazo seguro, quiero que sepas que los sueños si
se cumplen, que quiero verte grande y feliz.*

*A mis sobrinos Emiliana y Joaquín, la extensión del amor, el motor de vida y alegría, por sus
sonrisas, abrazos y besos.*

*A mi abuelo Rafael Navarrete, por su guía y conexión celestial, por dejarme saber que
siempre va a estar para mí.*

*A mis amigos Samantha y Alexander, por ser esa familia que uno elige, por ser y estar, por
estos largos años de amistad.*

*Y a todos mis seres queridos, que han sido aporte en este largo recorrido, por sus palabras
de aliento.*

*A Dios por la vida y la salud, por permitirme cumplir y cristalizar este sueño, por su infinito
amor.*

Poulette Mireya Zapata Navarrete

A mi familia y seres queridos por su apoyo incondicional a lo largo la elaboración de este documento. Su apoyo incondicional fueron una fuente constante de motivación y fortaleza para mí.

A mis profesores que con su guía y enseñanzas me inspiraron para cumplir mis objetivos tanto personales como académicos.

A mis compañeros y amigos con los que compartí este viaje académico y fueron un apoyo enorme a lo largo de esta travesía.

Estoy profundamente agradecido por el privilegio de haber contado con su apoyo y orientación durante este importante proyecto.

Espero que este trabajo refleje la constancia y sacrificio que le dediqué y que puede ser útil para el desarrollo académico de quien lo lea.

Con sincero aprecio,

Marco David León Padilla

Agradecimientos

Este proyecto es gracias a todas las personas que contribuyeron a la realización de esta tesis sobre la creación de la empresa "Punto de Aprendizaje". En primer lugar, agradezco a mi supervisor/a por su orientación experta y constante apoyo. También agradezco a mi familia y amigos por su amor y motivación. Agradezco a los participantes de las entrevistas y encuestas por su valiosa contribución. Por último, agradezco al equipo de "Punto de Aprendizaje" por su dedicación y pasión. Sin su apoyo, este trabajo no habría sido posible.

Daniela Alejandra Tovar Rubio

Quiero expresar mi agradecimiento a quienes hicieron posible la realización de este proyecto y la creación de Punto De Aprendizaje. A mis profesores, gracias por su orientación y sabios consejos. A mis compañeros, por la colaboración y apoyo constante. A mi familia, por su inquebrantable respaldo. A mis amigos, por ser fuente de inspiración. A todos quienes contribuyeron, este logro es también suyo. Punto De Aprendizaje no solo es una empresa, es el resultado del esfuerzo conjunto de una comunidad comprometida con la educación. ¡Gracias a todos!

Con gratitud,

Diego Sebastián Albuja Espinosa

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a mi director de tesis, Ing. Odette Pantoja Díaz, por su orientación invaluable y apoyo constante a lo largo de este exigente proceso académico. Su experiencia y dedicación han sido fundamentales para guiar mi investigación, proporcionarme perspectivas valiosas y animarme a superar los desafíos que encontré en el camino. Sus consejos expertos y su paciencia infinita han sido una fuente constante de inspiración para mí, y estoy profundamente agradecido por la oportunidad de trabajar bajo su dirección.

Ana Victoria Acosta Maldonado.

"Quiero expresar mi más profundo agradecimiento a todas aquellas personas que han contribuido de manera significativa a la realización de este proyecto dedicado a la creación de la empresa "Punto de Aprendizaje". En primer lugar, agradezco sinceramente a mi mentor/a por su invaluable orientación y apoyo constante a lo largo de este proceso. También deseo extender mi gratitud a mi familia y amigos por su inquebrantable amor y motivación.

quiero expresar mi más sincero reconocimiento al excepcional equipo de "Punto de Aprendizaje" por su compromiso, dedicación y pasión incansable. Sin la colaboración y el respaldo de todos ustedes, este proyecto no habría sido posible. Estoy profundamente agradecido por su generosidad, apoyo y contribución a este importante trabajo."

Poulette Mireya Zapata Navarrete.

Este proyecto fue gracias al apoyo de mis compañeros con los cuales emprendimos esta tesis llamada “Punto de aprendizaje”. Agradezco a mis profesores por todos sus consejos y palabras de aliento a lo largo de mi vida académica. No puedo dejar de expresar mi profundo agradecimiento a mi familia por su amor incondicional, su apoyo constante y por creer en mí en cada paso del camino. A mis amigos y seres queridos, gracias por su aliento y por estar siempre presentes durante este desafiante pero gratificante proceso.

Marco David León Padilla

Índice de Contenidos

1	FASE DE EMPATÍA INCLUYENDO MARCO TEÓRICO.....	25
1.1	Hallazgos de la investigación documental	25
1.2	Necesidades y características del segmento estudiado.....	31
1.3	Perfil del cliente (Customer Profile)	31
1.4	Clasificar (importancia), frustraciones (intensidad) y alegrías (relevancia) (Mapa de empatía).....	33
1.5	Mapa de actores.....	34
2	IDENTIFICACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA.....	36
2.1	Problemas del segmento seleccionado	36
2.2	Selección del problema de mayor oportunidad de mercado	37
2.3	Árbol de problemas	38
2.4	Propuesta inicial (Fase 3 de Ideación) (con innovación e impacto social)	39
3	IDEA DE NEGOCIO	40
3.1	Idea del proyecto Problem-Solution Fit:	40
3.1.1	Producto o servicio	40
3.1.2	Características de la propuesta.....	43
3.1.3	Propuesta de valor específica (Lienzo de PV)	44
3.1.4	Modelo de monetización.....	45
3.2	Prototipaje 1.0	46
3.2.1	Lean CANVAS	46
3.2.2	Opciones de prototipos	47
3.3	Análisis del Macroentorno – PESTEL.....	49
3.4	Análisis del Microentorno – 5 Fuerzas Competitivas de Porter.....	51
3.5	Matriz FODA	53
4	VALIDACIÓN DE FACTIBILIDAD – VIABILIDAD – DESEABILIDAD	56
4.1	Investigación de Mercado al Mercado Objetivo:	56
4.1.1	Población (mercado objetivo).....	56
4.1.2	Muestra	57
4.1.3	Instrumento de recolección de información.....	59
4.1.4	Indicadores para la medición de datos y análisis de resultados	60

4.2	Validación de segmento de mercado. Testing (Designing Strong Experiments).....	61
4.3	Encaje de la Propuesta de Valor con Perfil del Cliente (Product-Market Fit)	64
4.3.1	Product-Market Fit CANVAS	64
4.3.2	Explicar cómo la propuesta llega a ser factible, viable y deseable	65
4.4	Prototipo 2.0 (Mejora del prototipo).	66
4.4.1	PMV Canvas	66
4.4.2	Landing Page/ Video comercial.....	66
4.4.3	Actualización del modelo de Monetización.....	67
5	PLAN DE MARKETING	68
5.1	Establecimiento de Objetivos.....	68
5.2	Estrategias de Marketing Mix (4Ps).....	68
5.3	Estrategias de Diferenciación.....	75
5.4	Presupuesto de Marketing	77
6	ESTUDIO TÉCNICO Y MODELO DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL.....	78
6.1	Localización	78
6.2	Diseño Organizacional (Organigrama)	80
6.3	Operaciones (Mapa de procesos)	82
6.4	Diseño del Proceso Productivo o servicio (Flujogramas)	84
6.5	Conformación legal	86
7	EVALUACIÓN FINANCIERA	88
7.1	Inversión Inicial.....	88
7.2	Presupuesto de Ventas.....	91
7.3	Punto de Equilibrio.....	93
7.4	Estados Financieros (Estado de Costos - Estado de P&G - Estado Flujo de Caja) ..	94
7.5	Indicadores Financieros (VAN - TIR - Período de recuperación, WACC)	99
8	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	101
8.1	Conclusiones	101
8.2	Recomendaciones.....	103
9	BIBLIOGRAFÍA	105
10	ANEXOS.....	107

Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Encuesta Testeo Prototipo</i>	24
---	----

Índice de Figuras

Figura 1. Estarian dispuestos a usar el servicio que proveemos	27
Figura 2. Características más importantes.....	28
Figura 3. Mejora de desempeño académico	28
Figura 4. Paga por servicio premium.....	29
Figura 5. Rango de edad.....	29
Figura 6. Customer profile.....	33
Figura 7. Mapa de Empatía	33
Figura 8. Actores para la aplicación de servicios.....	35
Figura 9. Árbol de problemas	39
Figura 10. Problem Solution Fit Canvas.....	41
Figura 11. Plantilla de la metodología NUF	42
Figura 12. Lienzo de la propuesta de valor	45
Figura 13. Canvas del modelo de negocio	46
Figura 14. Storyboard	47
Figura 15. Paper prototype	49
Figura 16. Análisis Pestel	51
Figura 17. Análisis FODA	56
Figura 18. Encuesta Género.....	58
Figura 19. Encuesta Rango de edad	58
Figura 20. Interés en contratar servicios de tutoría	59
Figura 21. Mapa de procesos	84

Introducción

Hace algunos años atrás la educación estaba sujeta a varias condicionantes siendo una de estas el estar presente de forma física en un aula para poder recibir una clase de cualquier asignatura. Este inconveniente hacía muy complicada la logística en el caso de que el estudiante se encontrara en un área donde resultaba muy complicado el viajar de su hogar hasta la institución educativa. La transportación también juega un papel esencial ya que en nuestra ciudad que ostenta un alto índice de tráfico vehicular el trasladarse de un lugar a otro resulta muchas veces en una serie de inconvenientes y poco práctico.

Gracias a avances tecnológicos importantes como la creación de las conexiones vía internet y los diferentes dispositivos diseñados para funcionar con dicha red, las posibilidades de tomar una tutoría adicional de las que se recibe en el aula ahora es más que posible. Esto se potenció debido a la época de pandemia que se vivió hace algunos años atrás, donde las conexiones vía wifi y las plataformas se optimizaron para poder brindar un mejor servicio a la gran cantidad de usuarios que estaban obligados a tomar sus asignaturas de manera virtual desde sus respectivos hogares. Sin embargo, esto ha hecho que de alguna manera se descuide la parte vivencial y la experiencia de tener a una educación de calidad y personalizada de manera presencial adicional a la que se recibe en las aulas.

Debido a todo lo nombrado anteriormente, nuestro proyecto consiste en brindar una asesoría escolar de manera presencial a los estudiantes que lo requieran y que estén cursando los niveles de secundaria. Nuestra propuesta es ofrecer un aporte adicional al estudiante que lo ayudará a alcanzar el nivel académico deseado.

El proyecto propuesto surge de la necesidad de proponer una solución a una problemática cada vez más común que afecta a muchos padres de familia. Y es que cada vez son más los estudiantes que por diversos motivos, ya sea por una falta de planificación o por una administración de tiempo incorrecta, no logran comprender del todo algunos temas en las

asignaturas impartidas en los institutos educativos a los que asisten regularmente. Esta situación en muchos casos se puede agravar y tener una repercusión de carácter negativo, no solo en el ámbito académico, sino que también puede afectar al estudiante en su salud mental, desarrollando una gran cantidad de estrés e incertidumbre por no alcanzar las notas necesarias para aprobar las asignaturas en su respectiva institución educativa.

Otra problemática común es que hoy en día en el núcleo familiar tanto el padre como la madre trabajan largas jornadas laborales, por lo que es imprescindible contar con una persona capacitada para el cuidado de los estudiantes.

Otro de los motivos del bajo rendimiento académico generalmente se debe a un déficit de atención por parte del estudiante, el cual puede ser un factor que se puede agravar con el tiempo. Con la empresa que se va a desarrollar queremos que las personas que tengan acceso a nuestros servicios aprendan de una manera práctica y personalizada de tal forma que comprendan el material académico de manera óptima, debido a que estas están enfocadas no solo en el aprendizaje sino también en que los estudiantes desarrollen otro tipo de habilidades como la socialización, comunicación y empatía, que en el futuro les serán útiles para adaptarse de mejor manera al mundo globalizado en el que vivimos donde las relaciones interpersonales están estrechamente ligadas a muchos aspectos de la vida ya sea en el familiar o en el laboral.

Nuestro trabajo tiene como cliente objetivo a personas que desean administrar de mejor manera su tiempo, ya que la movilidad en la ciudad cada vez es más caótica por lo que las personas podrán tomar sus clases en cualquier lugar. Los tutores estarán disponibles en el horario que resulte más conveniente para el estudiante y podrá elegir la duración de este.

Con la puesta en marcha de este proyecto esperamos crear un impacto positivo en los hábitos de estudio que desarrollaran nuestros clientes, debido a que en un mercado tan competitivo y con tan pocas oportunidades de desarrollarse profesionalmente, es necesario instruirse de la mejor manera para estar preparado para los retos del futuro.

Objetivo General

- Desarrollar un plan de negocios para la creación de una empresa que sea proveedora de servicios de tutorías académicas, tareas dirigidas y asesoramiento profesional.

Objetivos Específicos

- Definir el perfil del cliente idóneo al que estará dirigido el proyecto, especificando nivel de educativo, edad y nivel de estudio.
- Desarrollar un estudio de mercado para determinar la cantidad de personas que están dispuestas que sus hijos reciban asesoramiento académico.
- Determinar el costo de operación del proyecto.
- Aplicar un estudio de factibilidad con la finalidad de determinar si el proyecto es viable y redituable. Realizar un plan de marketing con la finalidad de crear estrategias para penetrar en el mercado mediante herramientas digitales y tradicionales.

1 Fase de Empatía incluyendo Marco Teórico

1.1 Hallazgos de la investigación documental

En los hallazgos destacan la creciente demanda de servicios educativos personalizados y la importancia de la adaptabilidad en un entorno educativo en constante cambio (Smith, 2019; Johnson et al., 2020). El análisis de empresas como Khan Academy y Coursera muestra cómo la accesibilidad y la calidad del contenido son fundamentales para el éxito en este mercado (Brown, 2018).

Además, las estrategias de marketing enfocadas en la diferenciación de servicios y la satisfacción del cliente han demostrado ser cruciales para atraer y retener a los usuarios (García,

2021). Asimismo, el uso efectivo de tecnología, incluyendo herramientas interactivas, se ha identificado como un factor determinante para mejorar la experiencia del usuario y expandir el alcance de la empresa (Chen & Li, 2020).

La investigación resalta la importancia de comprender las tendencias del mercado, ofrecer servicios de calidad y adaptarse a las necesidades cambiantes de los usuarios para el éxito de una empresa proveedora de servicios educativos.

También se basó en la exploración exhaustiva de diversas fuentes que abarcan el mercado de servicios educativos, estrategias empresariales innovadoras y la integración de conceptos del design thinking para impulsar la excelencia en los servicios ofrecidos.

Análisis del Mercado de Servicios Educativos

La demanda de servicios de tutoría y desarrollo académico personalizado ha ido en aumento. Según el informe de Smith y Johnson (2022), se observa una tendencia creciente hacia la búsqueda de apoyo educativo individualizado para mejorar el rendimiento académico.

Diferenciación Competitiva y Enfoque Centrado en el Usuario

En un mercado altamente competitivo, la diferenciación es clave. Chen (2019) sugiere que el enfoque en la personalización y la experiencia del usuario puede establecer un diferencial significativo para PUNTO DE APRENDIZAJE en comparación con sus competidores.

Design Thinking como Estrategia Empresarial

El design thinking, según lo planteado por Brown (2008), ofrece un marco sólido para la innovación. Al adoptar este enfoque, la empresa puede centrarse en comprender las necesidades cambiantes de los estudiantes, generar ideas creativas y prototipar soluciones ágiles (Kimbell, 2011).

Los hallazgos destacan la importancia de la comprensión profunda del mercado, la competencia y la aplicación estratégica del design thinking en la formulación del Plan de Negocios de PUNTO DE APRENDIZAJE.

Herramienta de Recopilación de Información:

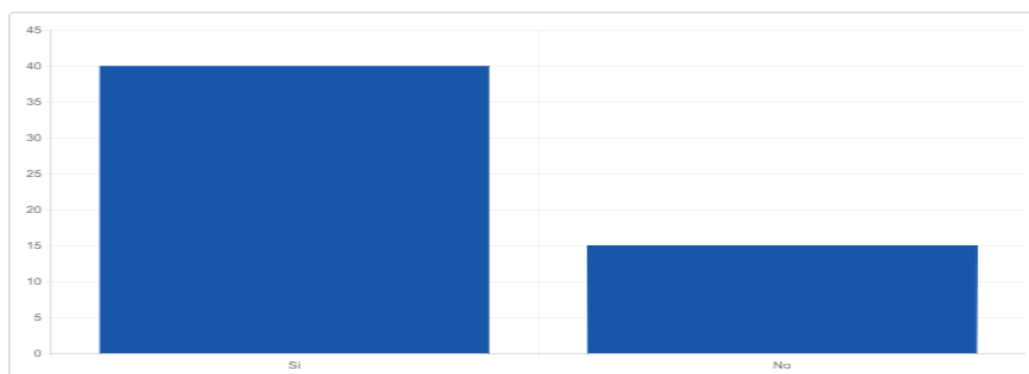
Para la investigación de campo, se diseñó y aplicó una encuesta estructurada a padres, tutores y cuidadores potenciales. La encuesta se centró en evaluar la receptividad hacia la idea de una empresa que provee profesionales de la educación para tareas dirigidas y nivelación académica, así como en recopilar datos demográficos relevantes.

La cantidad de personas encuestadas fueron 55 personas y las preguntas a evaluar fueron las siguientes.

1. ¿Estarías interesado en utilizar una empresa proveedora de servicios que te ayude con tareas escolares y actividades de nivelación académica?
2. ¿Consideras que una empresa como esta sería útil para mejorar tus habilidades en asignaturas específicas?
3. ¿Qué funciones te gustaría que tuviera esta organización para ser realmente útil en tu proceso de aprendizaje?
4. ¿Estarías dispuesto a pagar por el acceso premium a características avanzadas?
5. ¿Cuál es tu rango de edad y nivel educativo actual? (a) Menos de 18 años, educación secundaria; (b) 18-24 años, educación superior; (c) 25-35 años, educación superior; (d) Más de 35 años, educación superior.

Figura 1

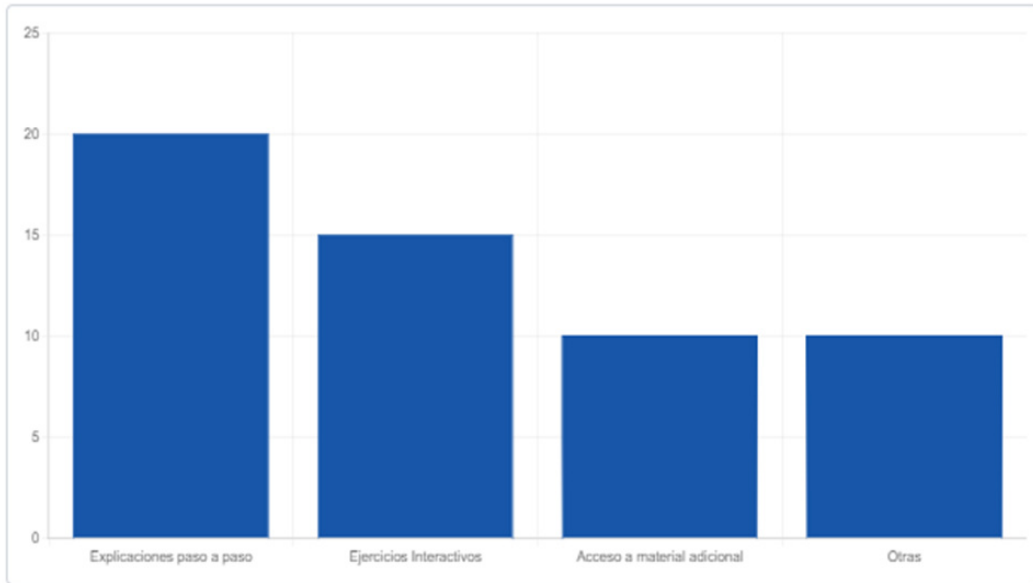
Estarían dispuestos a usar este servicio que proveemos.



Nota. La figura 1 indica una sólida disposición de la mayoría de los encuestados a utilizar el servicio propuesto.

Figura 2

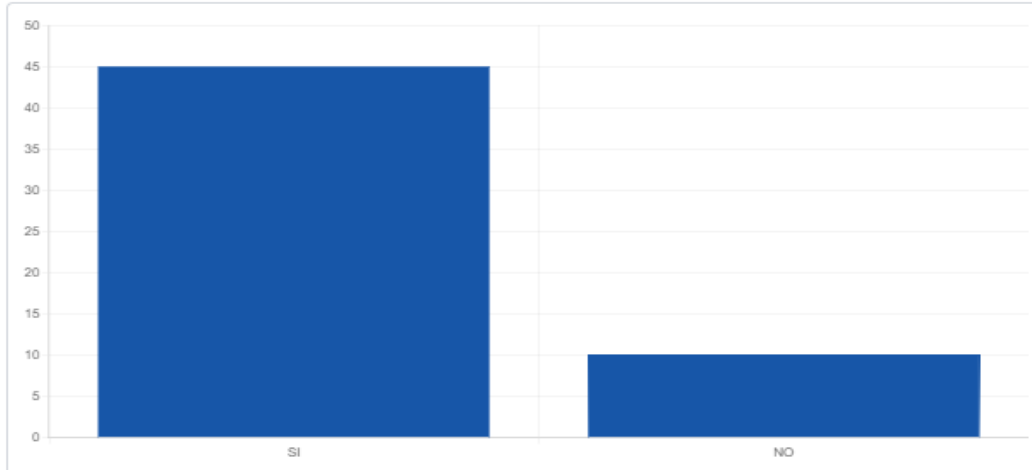
Características más importantes.



Nota. La figura 2 muestra una preferencia mayoritaria por explicaciones detalladas y ejercicios interactivos como características clave.

Figura 3

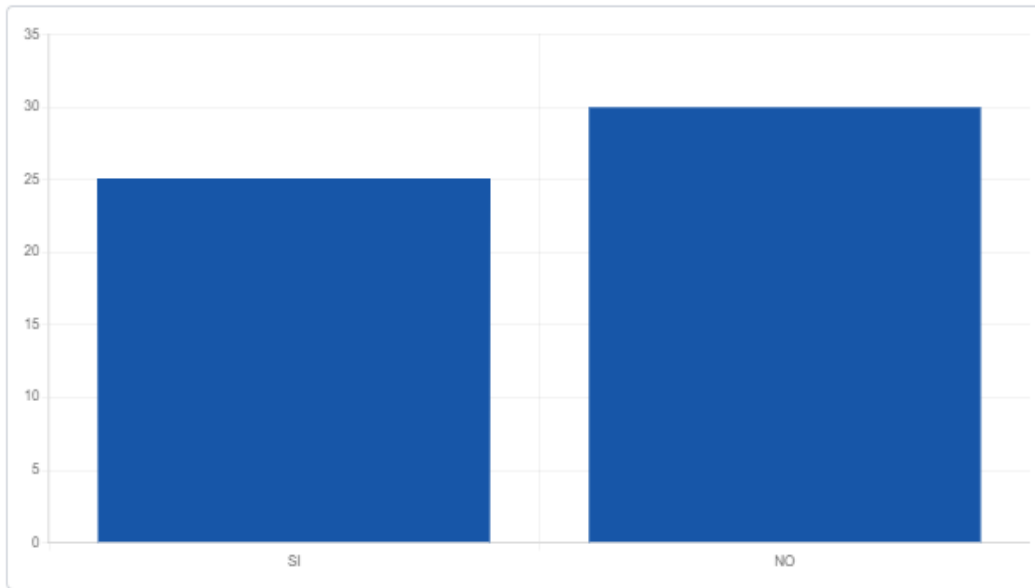
Creencia sobre la mejora en el desempeño académico.



Nota. En la figura 3, un gran porcentaje cree firmemente que el servicio puede mejorar su rendimiento académico.

Figura 4

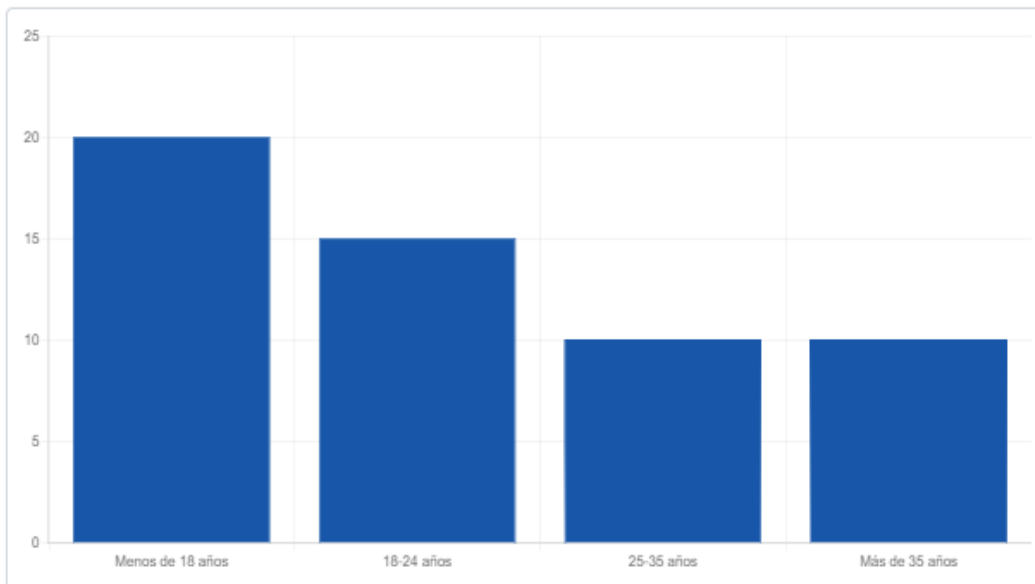
Disposición a pagar por versión premium.



Nota. En la figura 4 se muestra cierta resistencia hacia la compra de una versión premium, con más personas inclinadas a no pagar.

Figura 5

Rango de edad.



Nota. En la figura 5, el grupo más grande está representado por encuestados menores de 18 años, lo que indica un interés notable entre este grupo demográfico.

Hallazgos:

Tras analizar las respuestas de 55 personas encuestadas en Ecuador, se observa una

receptividad positiva hacia la idea de una empresa que provee profesionales de la educación para tareas dirigidas y nivelación académica. Un 73% de los encuestados manifestaron estar dispuestos a utilizar dicho servicio, lo que sugiere un interés significativo en este tipo de herramientas educativas.

Al preguntar sobre las características más importantes, se identificó que un 36% considera las explicaciones paso a paso como la función clave que desearían en este servicio, seguido por un 27% que valora los ejercicios interactivos. Esto sugiere que la claridad en la explicación y la interactividad son aspectos cruciales para los usuarios potenciales.

Además, un notable 82% de los encuestados cree que una empresa de este tipo podría mejorar su desempeño académico, lo que indica una alta expectativa de beneficios reales por parte de los usuarios. Sin embargo, al consultar sobre la disposición para pagar por una versión premium, solo un 45% indicó está dispuesto a hacerlo, lo que señala cierta reticencia hacia los modelos de pago por parte de una parte significativa de los encuestados.

En cuanto a los rangos de edad, se observa que el grupo de menos de 18 años es el más representado con un 36%, seguido por el rango de 18-24 años con un 27%, lo que indica que la empresa podría tener mayor aceptación entre usuarios más jóvenes.

Análisis:

El análisis de datos indica una fuerte demanda para el servicio propuesto, especialmente entre aquellos que buscan apoyo educativo adicional para sus hijos. Las inquietudes sobre seguridad y privacidad resaltan la necesidad de incorporar medidas robustas en el desarrollo de la empresa.

Conclusiones:

La investigación de campo respalda la viabilidad y relevancia del servicio propuesto, destacando áreas específicas para el enfoque futuro, como la calidad de la tutoría.

1.2 Necesidades y características del segmento estudiado

El segmento estudiado, evidencia una demanda creciente de soluciones flexibles que aborden las demandas educativas de su círculo de quienes los rodea. El servicio busca abordar esta necesidad al ofrecer servicios de niñeras especializadas en tareas dirigidas y nivelación académica. Aspectos cruciales señalados por el segmento incluyen la flexibilidad de horarios, la seguridad durante las sesiones y la calidad de la tutoría. Este enfoque integral no solo aborda las necesidades académicas, sino que también brinda tranquilidad a los padres al garantizar un apoyo educativo de calidad.

1.3 Perfil del cliente (Customer Profile)

- a. **Nombre:** padres y Encargados de Estudiantes
- b. **Demografía:** edad - 25 a 45 años.
- c. **Ubicación:** urbanos y suburbanos.
- d. **Nivel Educativo:** diversificado, desde padres con educación básica hasta padres con educación universitaria.

e. **Características Psicográficas:**

Estilo de Vida:

- Vidas ocupadas, con múltiples responsabilidades.
- Valoran la educación y el rendimiento académico de sus hijos.

Actitudes y Valores:

- Priorizan la calidad de la educación.
- Buscan soluciones flexibles que se adapten a sus horarios.

f. **Necesidades y Desafíos:**

Necesidades:

- Acceso fácil a profesionales educativos.
- Servicios de niñeras para tareas dirigidas y nivelación académica.

- Flexibilidad de horarios.

Desafíos:

- Dificultad para encontrar profesionales educativos de confianza.
- Limitaciones de tiempo para involucrarse directamente en la educación de sus hijos.

g. Comportamientos y Preferencias:

Comportamientos:

- Utilizan dispositivos móviles y aplicaciones en línea para aprender de manera interactiva.
- Buscan reseñas y recomendaciones antes de contratar servicios.

Preferencias:

- Prefieren servicios personalizados según las necesidades de sus hijos.
- Valorizan la transparencia y la comunicación efectiva con los profesionales.

h. Objetivos:

- Garantizar el rendimiento académico y desarrollo personal de sus hijos.
- Encontrar soluciones educativas flexibles y convenientes.

i. Frustraciones:

- Falta de tiempo para dedicarse a la educación de sus hijos.
- Incertidumbre sobre la calidad y confiabilidad de los profesionales educativos.

j. Información y Canales de Comunicación:

- Buscan información en línea a través de redes sociales, reseñas y sitios web educativos.
- Prefieren la comunicación a través de mensajes de texto.

k. Frecuencia de Uso:

- Margen de frecuencia anticipa que los clientes utilizarán nuestro servicio.

- Es una herramienta ocasional o algo que usarán regularmente.

1. Preferencias de Pago:

- Tienen preferencias específicas en cuanto a los métodos de pago.
- Buscan opciones de pago flexibles.

Figura 6

Customer profile.



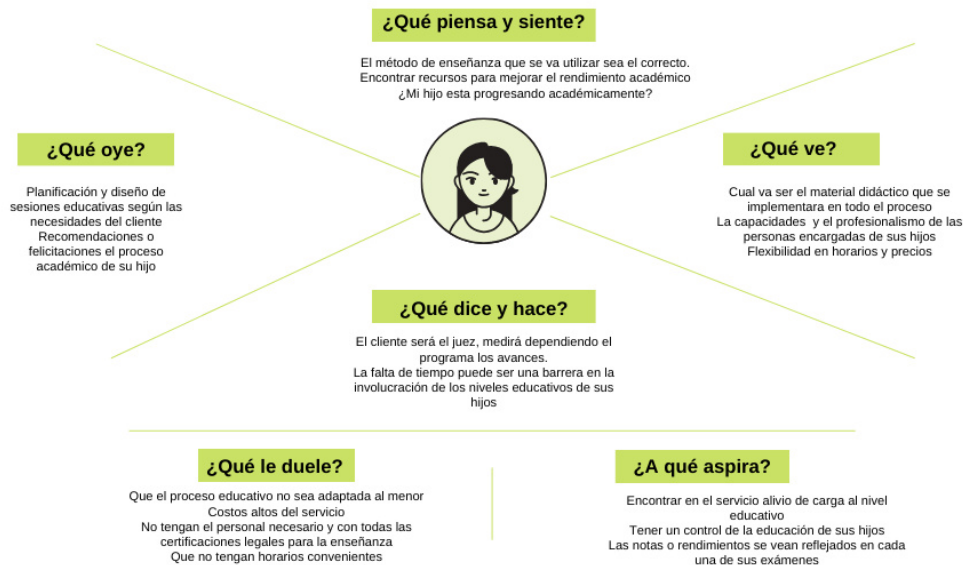
Nota. Se puede observar la información pertinente del Customer profile basado en los padres y encargados de los estudiantes.

1.4 Clasificar (importancia), frustraciones (intensidad) y alegrías (relevancia) (Mapa de empatía)

Figura 7

Padres o encargados de los estudiantes.

Mapa de Empatía



Nota. Se puede observar cada punto del mapa de empatía donde se describe los puntos clave de los padres o encargados de los estudiantes.

1.5 Mapa de actores

a. Usuarios Finales:

- Padres o Encargados de Estudiantes: Personas que buscan profesionales educativos para sus hijos.
- Estudiantes: Personas que recibirán servicios educativos a través de nuestros profesionales.

b. Profesionales Educativos:

- Niñeras para Tareas Dirigidas: Personas que brindan apoyo en tareas específicas y actividades educativas.
- Tutores de Nivelación: Profesionales que ayudan a los estudiantes a mejorar en áreas específicas.

c. Equipo de Desarrollo:

- Diseñadores de Experiencia de Usuario (UX): Personas encargadas de diseñar una experiencia de usuario intuitiva y atractiva.
- Especialistas en Marketing: Individuos que promocionan el servicio y atraen a nuevos usuarios.

d. Administradores de la Plataforma:

- Administradores de Contenidos: Personas encargadas de gestionar y actualizar el contenido educativo.
- Personal de Soporte: Individuos que brindan asistencia y resuelven problemas para usuarios y profesionales.

e. Colaboradores Externos:

- Instituciones Educativas: Escuelas o instituciones que podrían colaborar con la empresa para proporcionar servicios educativos.
- Empresas de Tecnología: Proveedores de tecnología y servicios que apoyan el funcionamiento.

f. Entidades Reguladoras:

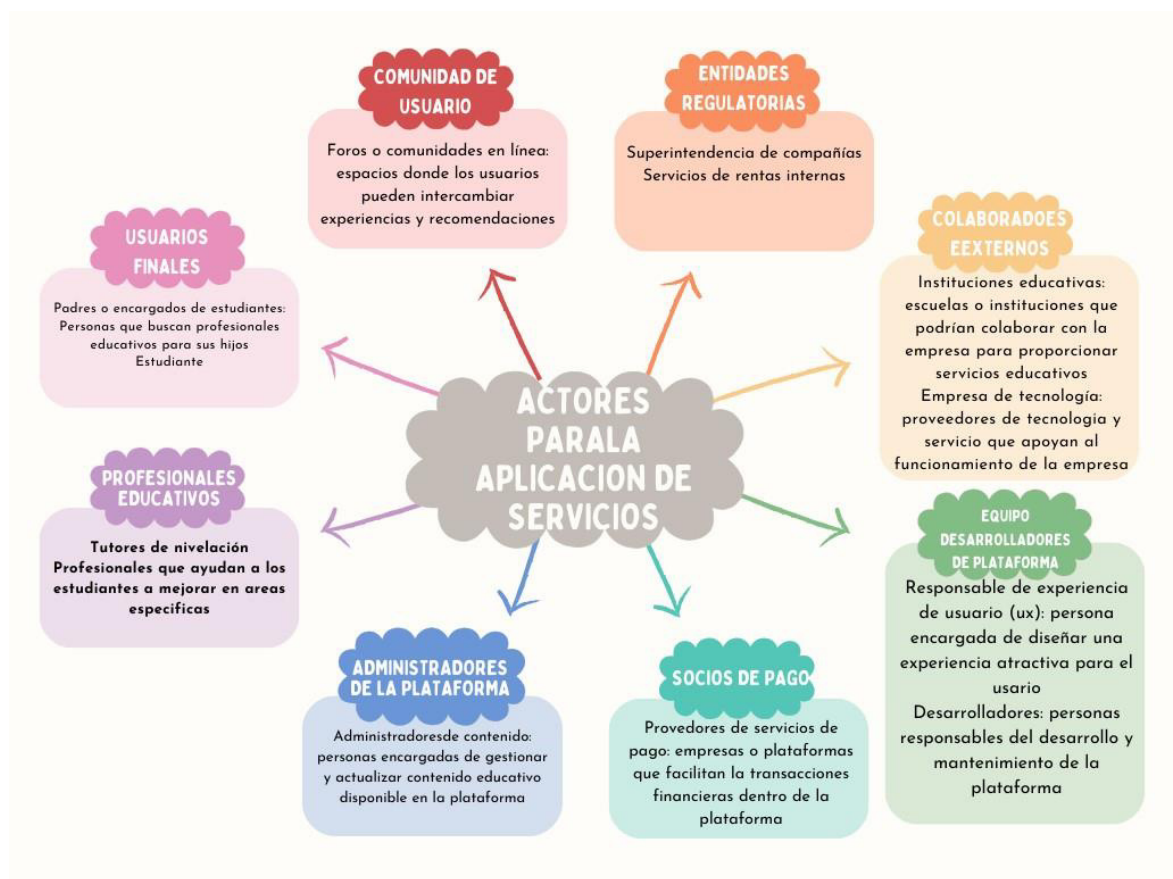
- Autoridades Educativas: Organizaciones gubernamentales u otras entidades que regulan la prestación de servicios educativos.

g. Socios de Pagos:

- Proveedores de Servicios de Pago: Empresas o plataformas que facilitan las transacciones financieras dentro de la empresa.

Figura 8

Actores para la aplicación de servicios.



Nota. La siguiente figura detalla con exactitud los puntos a tratar en el mapa de actores para la aplicación de los servicios.

2 Identificación de la Problemática

2.1 Problemas del segmento seleccionado

- **Falta de Acceso Rápido a Profesionales de Cuidado y Educación.**

Muchos padres enfrentan dificultades para encontrar rápidamente profesores calificados para ayudar con las tareas dirigidas de sus hijos. Una empresa podría facilitar este proceso, conectando a padres con profesionales disponibles en tiempo real.

- **Verificación de Antecedentes y Calificaciones.**

La seguridad y la calidad son preocupaciones clave en la educación infantil. Una empresa podría abordar el problema de la verificación de antecedentes y calificaciones, proporcionando perfiles detallados de los profesionales, junto con revisiones de otros usuarios.

- **Comunicación Efectiva entre Padres y profesionales.**

La comunicación transparente es esencial para los padres que buscan el progreso y el bienestar de sus hijos. Una empresa podría facilitar la comunicación en tiempo real, permitiendo a los padres recibir actualizaciones y mensajes directos de los docentes a cargo.

- **Monitoreo del Desempeño y Progreso del Niño.**

Los padres desean tener información sobre el progreso académico y el bienestar general de sus hijos. Una empresa podría incluir funciones para que los profesores compartan informes periódicos y actualizaciones sobre las actividades y el rendimiento de los jóvenes.

2.2 Selección del problema de mayor oportunidad de mercado

Entre los problemas mencionados anteriormente, la falta de acceso rápido a profesionales de la educación se destaca como una oportunidad de mercado significativa.

Hay razones por las cuales este problema presenta una mayor oportunidad:

- **Demanda Inmediata**

La necesidad de apoyo educativo para los jóvenes puede surgir en cualquier momento. La capacidad de acceder rápidamente a profesionales disponibles para satisfacer estas necesidades inmediatas es crucial para los padres que pueden tener horarios impredecibles.

- **Satisfacer una Necesidad Inmediata y Específica**

En situaciones en las que los padres necesitan asistencia inmediata para tareas dirigidas, una empresa que pueda proporcionar acceso rápido a profesionales capacitados satisface una necesidad específica y urgente.

- **Diferenciación en el Mercado**

En un mercado competitivo, una empresa que aborde de manera efectiva la falta de acceso rápido se diferenciará y destacará entre otras soluciones. La velocidad y la eficiencia en la provisión de servicios podrían ser un factor clave de éxito.

- **Adaptabilidad a Diversos Escenarios**

Este problema aborda tanto situaciones planificadas como imprevistas, lo que amplía su aplicabilidad. Las empresas que se centran en la resolución de problemas inmediatos pueden captar una gama más amplia de usuarios.

La falta de acceso rápido a profesionales de la educación parece ser un área de oportunidad que, si se aborda de manera efectiva, podría satisfacer una demanda clave en el mercado y ser un factor diferenciador en un sector competitivo.

2.3 Árbol de problemas

- **Raíz: Causas del problema.**

La falta de acceso rápido a profesionales de la educación puede ser las siguientes causas:

- a) Insuficiente número de profesionales capacitados en el campo de la educación
- b) Dificultades en la contratación y retención de profesionales calificados.
- c) Bajos salarios y beneficios que desmotivan a los profesionales de la educación.

- **Tronco: problema.**

Basándose en el proyecto que deseamos ejecutar, el problema más importante que enfrentamos es la limitada Disponibilidad y Acceso a Profesionales de la Educación

- **Hojas y ramas: efectos y consecuencias.**

- a) Falta de apoyo educativo personalizado, esto es debido a la limitada disponibilidad de profesionales en el campo educativo dificultando la provisión de apoyo educativo individualizado a los estudiantes que lo necesitan.
- b) Desempeño académico deficiente, estudiantes que necesitan refuerzo académico pueden experimentar un rendimiento inferior en sus clases.
- c) Desmotivación y rotación de profesionales, por los bajos salarios que perciben los profesionales educativos pueden provocar desmotivación y alta rotación de los académicos.

Figura 9

Creación de raíces y tronco de el árbol de problemas.



Nota. La figura muestra claramente los tres pilares de un árbol de problemas: ramas, tronco y raíces.

2.4 Propuesta inicial (Fase 3 de Ideación) (con innovación e impacto social)

Cabe recalcar que en el proyecto contamos con personal altamente preparado para afrontar diferentes tipos de requerimientos solicitados por nuestros clientes y llevar a cabalidad la ejecución del trabajo proporcionando confianza y satisfacción con resultados positivos. Una propuesta para fidelizar clientes y generar confianza es mediante publicidad de nuestro servicio, además de invitarlos a talleres presenciales gratuitos en los cuales se explicará a detalle el servicio que brindamos.

También se podrían realizar actividades didácticas con estudiantes y docentes en instituciones educativas, dando a conocer información detallada sobre el servicio que ofrecemos. Además,

se podrían ofrecer descuentos a los primeros clientes en solicitar nuestro servicio o realizar un plan acumulativo de puntos por cada vez que utilicen nuestro servicio. Todo esto permitiría atraer nuevos clientes y retener a los clientes existentes, generando una mayor demanda de los servicios de tutoría y aumentando la rentabilidad de la empresa.

3 Idea de Negocio

3.1 Idea del proyecto Problem-Solution Fit:

3.1.1 Producto o servicio

La idea central de este proyecto es establecer una empresa dedicada a proporcionar servicios profesionales, el enfoque es específicamente en tutorías y clases dirigidas, así como en asesoría de desarrollo personal. La finalidad es satisfacer la creciente demanda de apoyo educativo y profesional que existe en la actualidad, proporcionando soluciones integrales y adaptadas a las necesidades individuales de nuestros clientes.

- **de Tutoría y Clases Dirigidas:**

Ofreceremos sesiones de tutoría individualizadas para estudiantes de todos los niveles educativos. Además, impartiremos clases dirigidas en grupos reducidos, cubriendo una variedad de materias y temas. Este enfoque permitirá una atención más personalizada y un ambiente propicio para el aprendizaje efectivo.

- **Asesoría de Desarrollo:**

Se proporciona servicios de asesoría de desarrollo personal y profesional. Esto incluirá la orientación en la elección de carreras, el desarrollo de habilidades blandas, la mejora de la inteligencia emocional y la elaboración de estrategias para alcanzar metas a corto y largo plazo.

Figura 10

Problem Solution Fit Canvas ayuda a identificar patrones de comportamiento y reconocer que funcionaría.

Define CS, fit into CL	1. CUSTOMER SEGMENT(S) CS Estudiantes de escuelas secundarias y preparatorias desde octavo hasta tercero de bachillerato. Padres de familia interesados en el desarrollo académico de sus hijos.	6. CUSTOMER LIMITATIONS <small>EG. BUDGET, DEVICES</small> CL Falta de recursos para acceder a servicios de tutoría personalizados. Limitaciones de tiempo debido a horarios académicos y extracurriculares.	5. AVAILABLE SOLUTIONS <small>PROS & CONS</small> AS Sesiones presenciales y virtuales con tutores especializados. Recursos en línea para el apoyo continuo. Programas personalizados para el desarrollo integral.	Explore AS, differentiate
	2. PROBLEMS / PAINS <small>+ ITS FREQUENCY</small> PR Desafíos Académicos: Dificultades en comprender conceptos específicos. Problemas con la organización y gestión del tiempo. Necesidad de apoyo para tareas y proyectos. Presión académica y expectativas elevadas.	9. PROBLEM ROOT / CAUSE RC Falta de comprensión profunda de conceptos clave. Ausencia de habilidades efectivas de estudio y organización. Necesidad de orientación y apoyo personalizado.	7. BEHAVIOR <small>+ ITS INTENSITY</small> BE Búsqueda activa de soluciones para mejorar el rendimiento académico. Participación en sesiones de tutoría y actividades dirigidas. Uso de recursos proporcionados para el aprendizaje autodirigido.	
Identify strong TR & EM	3. TRIGGERS TO ACT TR Temporadas de exámenes y evaluaciones. Dificultades persistentes en asignaturas clave. Inseguridades relacionadas con el rendimiento académico.	10. YOUR SOLUTION SL Brindar tutorías personalizadas y adaptadas a las necesidades individuales. Ofrecer tareas dirigidas para reforzar conceptos aprendidos. Proporcionar asesoramiento de desarrollo para habilidades académicas y personales.	8. CHANNELS of BEHAVIOR CH Plataforma en línea para la programación de tutorías. Comunicación regular a través de correos electrónicos y mensajes. Sesiones presenciales en ubicaciones convenientes.	Extract online & offline CH of BE
	4. EMOTIONS <small>BEFORE / AFTER</small> EM Frustración. Falta de confianza. Ansiedad. Estrés.			

Nota. Se presenta los 10 puntos del Problem Solution Fit Canvas, desde el segmento de cliente hasta la solución hallada. Brinda una detallada información de lo que le funcionaría al cliente.

NUF (Novedad, Útil y Factible):

a. Plataforma en línea intuitiva:

Diseñar una plataforma web fácil de usar que permita a los estudiantes encontrar rápidamente tutores y servicios de asesoramiento según sus necesidades académicas y de desarrollo personal.

b. Selección rigurosa de tutores:

Establecer un proceso de selección exhaustivo para reclutar tutores altamente calificados y expertos en diversas materias, asegurando la calidad y eficacia de las tutorías.

c. Sistema de seguimiento del progreso:

Implementar un sistema de seguimiento que permita a los padres y estudiantes monitorear el progreso académico a lo largo del tiempo, brindando transparencia y motivación adicional.

d. Servicios personalizados de desarrollo:

Ofrecer servicios de asesoramiento personalizado para el desarrollo integral de los estudiantes, abordando áreas como habilidades sociales, planificación de carrera y gestión del tiempo.

e. Programas de tutoría a medida:

Crear programas de tutoría personalizados según el nivel académico y las necesidades específicas de cada estudiante, adaptándose a diferentes estilos de aprendizaje.

f. Colaboración con instituciones educativas:

Establecer asociaciones con escuelas y colegios para ofrecer servicios de tutoría en el campus, facilitando el acceso y la participación de los estudiantes.

g. Planes de suscripción flexibles:

Ofrecer planes de suscripción flexibles que se adapten a las necesidades y presupuestos de los clientes, permitiéndoles acceder a servicios específicos de manera regular a tarifas asequibles.

Figura 11

Plantilla de la metodología NUF.

IDEA	NOVEDAD	UTILIDAD	FACTIBILIDAD	TOTAL
A	6	7	8	21
B	8	6	7	21
C	6	9	6	21
D	5	6	7	18
E	6	6	7	19

F	8	7	5	20
G	9	8	7	24

Nota. Se evaluaron 7 ideas con la metodología NUF con el rango de 0-10. 0 es el nivel más bajo y 10 el más alto. Con el total de la suma, se ha concluido que la idea g es la mejor opción.

3.1.2 Características de la propuesta

a. Personalización:

Personalización de nuestros servicios, adaptándolos a las necesidades específicas de cada cliente. Esto se logrará mediante evaluaciones iniciales y seguimientos continuos para garantizar la efectividad de las tutorías y la asesoría.

b. Calidad Educativa:

Instructores altamente calificados y con experiencia en sus respectivos campos. La calidad educativa será una prioridad para asegurar que nuestros clientes obtengan el máximo beneficio de nuestros servicios.

c. Tecnología Integrada:

Implementación de plataformas tecnológicas para facilitar la interacción entre clientes e instructores, así como para proporcionar recursos adicionales. Esto incluirá material didáctico digital y herramientas de seguimiento del progreso.

d. Flexibilidad de Horarios:

Reconociendo las agendas ocupadas de nuestros clientes, ofreceremos flexibilidad en la programación de sesiones, permitiéndoles acceder a nuestros servicios de manera conveniente.

e. Evaluación Continua:

Evaluaciones continuas para medir el progreso de los estudiantes y la efectividad de los servicios de desarrollo. Esto permitirá ajustar y mejorar constantemente la propuesta para satisfacer las cambiantes necesidades del mercado.

La fase de ideación establece una base sólida para el plan de negocios, identificando claramente el problema al que va dirigido y proponiendo soluciones que se alinean con las demandas del mercado. Con un enfoque centrado en el cliente y la calidad, se aspira convertirse en un referente en el campo de los servicios profesionales, brindando un impacto positivo en la educación y el desarrollo personal de nuestros clientes.

3.1.3 Propuesta de valor específica (Lienzo de PV)

Segmentos de Clientes:

- Estudiantes desde octavo nivel de secundaria hasta tercero de bachillerato.

Problema:

- Dificultad para acceder a tutorías o asesorías de calidad y personalizadas.
- Necesidad de actualización constante en un mundo laboral en evolución.
- Falta de recursos especializados para el desarrollo profesional.

Propuesta de Valor:

- Tutorías y Asesorías Personalizadas:
- Acceso a profesionales calificados en diferentes áreas para sesiones personalizadas y adaptadas a las necesidades individuales.

Variedad de Servicios Educativos:

- Clases dirigidas, tutorías, asesorías técnicas y de desarrollo personal y profesional.
- Flexibilidad y Accesibilidad:
- Horarios flexibles y modalidades de aprendizaje adaptadas a las necesidades del cliente (presencial, por proyectos, etc.)

Recursos de Calidad:

- Contenido actualizado y materiales educativos de alta calidad para asegurar la efectividad del aprendizaje.

Figura 12

Lienzo de la propuesta de valor.



Nota. La figura anterior representa los conceptos clave de la propuesta de valor desde los beneficios que se tiene como plan de negocio hasta las necesidades, miedos y lo que quiere el cliente.

3.1.4 Modelo de monetización

Suscripción Mensual/Por Sesión:

- Ofrecer planes de suscripción mensual para acceso ilimitado a diferentes servicios o cobrar por sesión individual para tutorías y asesorías.

Servicios Premium:

- Ofrecer servicios especializados o avanzados a un costo adicional, como tutorías VIP con expertos renombrados o programas de desarrollo personalizados.

Colaboraciones Empresariales:

- Establecer acuerdos con empresas para proporcionar servicios de capacitación a su personal a cambio de tarifas corporativas.

Venta de Contenidos o Materiales:

- Ofrecer la venta de materiales educativos exclusivos o acceso a recursos premium a aquellos que no son clientes regulares.

3.2 Prototipaje 1.0

3.2.1 Lean CANVAS

Se plantean las debidas soluciones a esta problemática para tratar de atenuarlas. Las métricas clave que se tomará en cuenta será el índice de mejora académica, nivel de satisfacción del cliente y el índice de retención de este. La ventaja diferenciadora de nuestro modelo de negocio consiste en usar una metodología de enseñanza conforme a los retos académicos actuales y usar material académico complementario.

Los canales que se usarán consistirán en páginas web para promocionar el servicio. El segmento de nuestros clientes se centrará en estudiantes desde octavo nivel de secundaria hasta tercero de bachillerato. Nuestra propuesta de valor se centrará no solo en el aprendizaje, sino en inculcar conceptos que sirvan al estudiante a lo largo de su vida. Nuestra fuente de ingreso consistirá en un cobro por hora por el servicio brindado o también con una mensualidad según el cliente lo requiera.

Figura 13

Canvas del modelo de negocio.



Nota. En esta figura se puede observar el modelo de negocio para nuestro proyecto encontrando los principales problemas que se suscitaran a lo largo del desarrollo del plan de negocio como la falta de flexibilidad en los horarios de los padres.

3.2.2 Opciones de prototipos

STORYBOARD

El siguiente paso será mostrarle al cliente las asignaturas y los maestros disponibles en ese momento, así como el monto a pagar dependiendo del tiempo que el estudiante requiera la tutoría. Luego de que poner en contacto a los padres con el docente se determinará el lugar y hora para la tutoría.

El docente elegido irá al lugar acordado para empezar con las clases al estudiante durante el periodo de tiempo pactado.

Figura 14

Storyboard sobre modelo de negocio.



Nota. En el Storyboard podemos observar los debidos procesos que se seguirán a lo largo del negocio, el cual consiste en que nuestros clientes nos contactarán por medio de algún canal de difusión que implementaremos.

PAPER PROTOTYPE

En este prototipo el proceso para solicitar tutorías académicas comienza contactando el servicio mediante la página web, por llamadas telefónicas o mensajes de texto. El cliente solicita el servicio y escoge los horarios y el docente de su preferencia, así como la duración de la tutoría. Si es la primera vez que realiza su solicitud puede pedir una evaluación del estudiante para identificar su nivel académico.

Luego de acordar el horario y el lugar donde se realizará la tutoría el docente se presentará en el lugar y hora que se haya acordado y dará comienzo la tutoría. Al terminar la tutoría el cliente puede solicitar más tiempo en el caso de que el estudiante lo considere necesario, caso contrario se dará por terminada la tutoría.

Figura 15

Paper prototype sobre modelo de negocio.



Nota. En la figura podemos un paper prototype relacionado con la idea de negocio que se va a desarrollar. En la figura se observa los pasos a seguir para poder contratar el servicio de tutorías que se va a implementar. observar

3.3 Análisis del Macroentorno – PESTEL

El proyecto de crear una empresa proveedora de servicios profesionales, centrada en tutorías, tareas dirigidas y asesoramiento de desarrollo, debe considerar cuidadosamente el macroentorno a través del análisis PESTEL. Desde una perspectiva política, es crucial evaluar las regulaciones gubernamentales en el sector educativo y estar al tanto de posibles cambios legislativos que puedan impactar la demanda de servicios. En el ámbito económico, la empresa deberá adaptarse a condiciones económicas cambiantes, considerando factores como tasas de interés e inflación que podrían influir en la disposición de las personas para invertir en servicios de tutorías y desarrollo personal. Además, el análisis social debe abordar las tendencias actuales en educación y la aceptación de servicios profesionales de este tipo, mientras que la dimensión tecnológica debe explorar oportunidades para la integración de plataformas educativas y herramientas de desarrollo.

La sostenibilidad y consideraciones legales también deben ser parte integral de la planificación estratégica para garantizar el cumplimiento normativo y la adopción de prácticas sostenibles. En resumen, un análisis exhaustivo del macroentorno proporcionará una base sólida para la toma de decisiones estratégicas en este nuevo proyecto empresarial. Es esencial examinar las dimensiones ambientales y legales que podrían afectar la operación y reputación de la empresa. En términos ambientales, considerar la sostenibilidad no solo se trata de cumplir con normativas, sino de responder a la creciente conciencia social sobre la importancia de prácticas comerciales responsables. La alineación con iniciativas sostenibles puede no solo mejorar la imagen de la empresa, sino también atraer a un segmento de clientes más consciente del medio ambiente. En el ámbito legal, la empresa debe asegurarse de cumplir con todas las regulaciones educativas y laborales pertinentes, mitigando posibles riesgos legales que podrían surgir en la prestación de servicios profesionales.

La comprensión profunda de estos factores contribuirá a una estrategia empresarial más robusta y adaptativa, permitiendo a la empresa no solo enfrentar desafíos potenciales, sino también capitalizar oportunidades emergentes en el sector de servicios profesionales.

1. Político:

Evalúa las regulaciones gubernamentales en el sector educativo.

Mantente al tanto de posibles cambios legislativos que puedan impactar la demanda de servicios.

2. Económico:

Adáptate a condiciones económicas cambiantes.

Considera factores como tasas de interés e inflación que podrían influir en la inversión en servicios de tutorías y desarrollo personal.

3. Social:

Aborda las tendencias actuales en educación y la aceptación de servicios profesionales.

Examina la disposición de las personas para invertir en el desarrollo personal y servicios de tutorías.

4. Tecnológico:

Explora oportunidades para la integración de plataformas educativas y herramientas de desarrollo.

Mantente al tanto de las últimas tendencias tecnológicas en el ámbito educativo.

5. Ambiental:

Considera la sostenibilidad como parte integral de la planificación estratégica.

Alinea la empresa con iniciativas sostenibles para mejorar la imagen y atraer a clientes conscientes del medio ambiente.

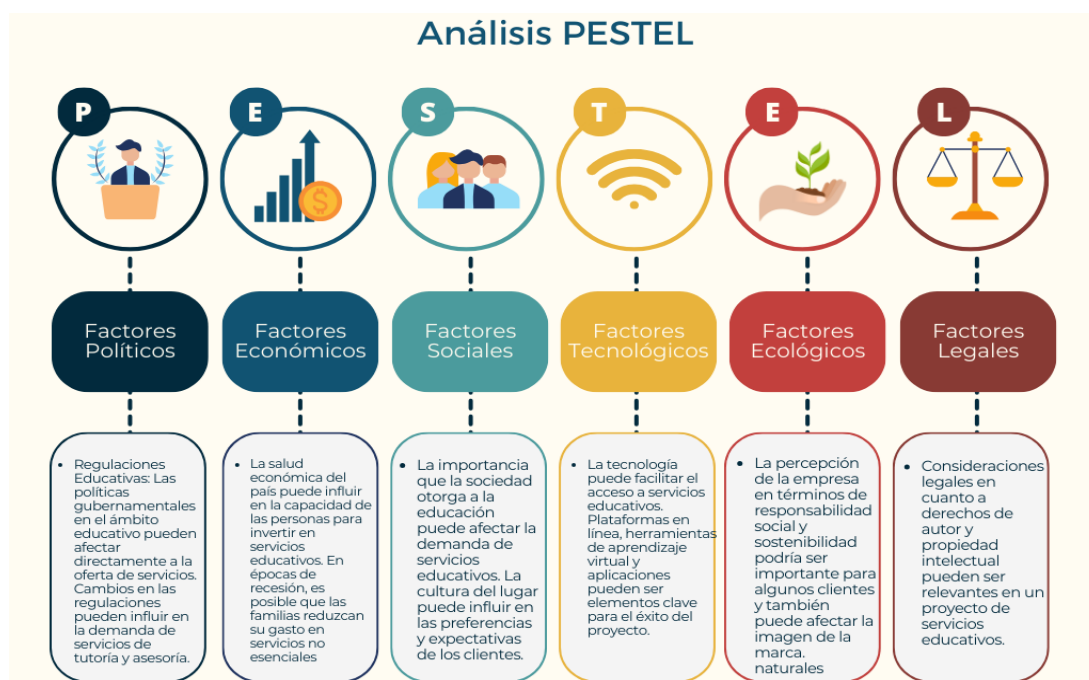
6. Legal:

Asegúrate de cumplir con todas las regulaciones educativas y laborales pertinentes.

Mitiga posibles riesgos legales que podrían surgir en la prestación de servicios profesionales.

Figura 16

Análisis PESTEL.



Nota. La figura del análisis PESTEL detalla cada uno de sus factores importantes.

3.4 Análisis del Microentorno – 5 Fuerzas Competitivas de Porter

a. Amenaza de nuevos competidores

La amenaza de nuevos competidores puede variar dependiendo de varios factores. Si nuestra empresa tiene una propuesta de valor única, una sólida reputación, formación de alianzas estratégicas con instituciones educativas o creando barreras de entrada como certificaciones o licencias especiales, la amenaza de nuevos competidores puede ser baja. Considerando las barreras de entrada podemos desarrollar en el sector de servicios profesionales son relativamente fuerte.

Técnicamente no todo docente puede ser una competencia para la empresa, ya que la experiencia profesional se adquiere y se van formando, con el transcurso del tiempo. Así mismo, los profesionales independientes seguramente no tienen la especialización y el conocimiento que si tuviesen los profesionales que prestaran servicio para nuestra empresa.

b. Poder de negociación de proveedores

El poder de negociación de los proveedores para la empresa puede ser bajo, porque el giro del negocio es ofrecer servicio profesional y no un producto que se requiere de materia prima. Teniendo en cuenta que se eligen profesionales que ya tenga cierto nivel de experiencia y certificaciones idóneas para ejercer en función de lo que necesite nuestro cliente.

c. Poder de negociación de los clientes

El poder de negociación de los clientes puede ser alto o bajo dependiendo de la oferta y la demanda en el mercado, la diferenciación de los servicios, la fidelidad de los clientes, y la capacidad de la empresa para satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes.

Considerando lo antes mencionado analizamos que la demanda es alta, en la actualidad las personas buscan poder complementar la educación con personal de experiencia, o empresas reconocidas que ofrezcan servicio de calidad. Teniendo en cuenta que el profesional independiente cuyo poder de negociación frente al cliente será más bajo, y profesionales que cuenta con certificaciones, experiencia que tienen el respaldo de empresas de prestigio que si le otorgan mayor poder frente al cliente.

d. Amenazas de productos sustitutivos

Las amenazas de productos sustitutivos para la empresa se podrían ver afectada por la disponibilidad de alternativas a los servicios de tutoría, como el aprendizaje autodidacta a través de recursos en línea, o la tutoría a carga de profesionales independientes, puede representar una amenaza de sustitución. Además, la calidad, el precio y la conveniencia de estas alternativas pueden influir en su atractivo para los clientes, lo que a su vez puede afectar la demanda de los servicios de tutoría ofrecidos por la empresa. Por lo tanto, es importante para la empresa estar al tanto de las tendencias y evoluciones en el mercado de la educación y la tutoría, y ajustar su oferta y estrategia en consecuencia para mantener su competitividad.

e. Rivalidad de los competidores actuales

La rivalidad podría ser significativa por la cantidad de profesionales independiente que existen y que no tienen un ingreso fijo, buscando prestar servicios a bajo costo, por otro lado, estos profesionales podrían carecer de experiencia o certificaciones, donde nuestra empresa generaría competencia al tener profesionales certificados. Nuestra competencia directa seria profesionales independientes que ofrezca el servicio boca a boca o por redes sociales, mas no porque que formen parte de una empresa.

3.5 Matriz FODA

a. Fortalezas

- La empresa ofrece servicios personalizados y enfocados en áreas específicas del conocimiento.
- Nuestros profesionales tienen experiencia y formación en el sector, lo que permite brindar un servicio de calidad.
- Capacidad de ofrecer horarios flexibles de tutoría para adaptarse a las necesidades de los estudiantes

b. Debilidades

- La competencia tiene como alternativa ofrecer servicio en línea.
- Los costos de ofrecer servicios de tutoría pueden ser altos, lo que podría afectar la rentabilidad de la empresa.
- Dificultad en retención de clientes a largo plazo, ya que la demanda de servicios de tutoría puede variar a lo largo del tiempo.
- La demanda de servicios de tutoría suele aumentar durante el año escolar y disminuir durante el periodo de vacaciones, lo que puede afectar la estabilidad financiera de la empresa.

c. Oportunidades

- El crecimiento y demanda en la educación y servicios educativos puede generar oportunidades para la empresa.
- Podemos establecer colaboraciones con otras empresas para ampliar la oferta de servicios y llegar a un público más amplio.

d. Amenazas

- La disponibilidad de alternativas a los servicios de tutoría, como la educación en línea y los servicios de independientes, puede afectar la demanda de los servicios ofrecidos por la empresa.
- La inseguridad por la que atraviesa el país afectaría en la contratación de profesionales perjudicando a la empresa, ya que no se contaría con suficientes recursos para la demanda de los clientes.
- La demanda de servicios de tutoría puede variar a lo largo del tiempo, lo que puede afectar la estabilidad financiera de la empresa.

Estrategias FO, FA, DO, DA

a. Fortalezas y oportunidades (FO)

La empresa ofrece servicios personalizados y especializados en áreas de conocimiento específicas, lo que le permite ofrecer servicios de alta calidad. Además, se observa un aumento en la demanda de servicios educativos y de apoyo para complementar el aprendizaje de los clientes objetivo. La organización puede aprovechar estas fortalezas y oportunidades para desarrollar nuevos servicios y mejorar su oferta actual.

b. Fortalezas y amenazas (FA)

La empresa cuenta con docentes profesionales altamente capacitados y con experiencia en el área de tutorías, lo que le permite enfrentar la competencia en el mercado. Sin embargo, existen amenazas del mercado, como la competencia de otros proveedores de servicios de tutorías, como alternativas en línea y servicios de independientes. La empresa debe utilizar estas fortalezas para enfrentar las amenazas del mercado y mantener su posición en el mercado. Por ejemplo, podría ofrecer servicios de tutorías en línea y presenciales para competir con los servicios de tutorías en línea de otros proveedores.

c. Debilidades y oportunidades (DO)

La empresa puede enfrentar dificultades en retener clientes a largo plazo, ya que la demanda de servicios de tutoría puede variar a lo largo del tiempo. Sin embargo, existen oportunidades del mercado, como el crecimiento y demanda en la educación y servicios educativos, que pueden generar oportunidades para la empresa. La empresa puede utilizar estas oportunidades para mejorar sus debilidades y desarrollar nuevos servicios. Por ejemplo, podría ofrecer servicios de tutorías en línea durante el periodo de vacaciones para mantener la estabilidad financiera de la empresa.

d. Debilidades y amenazas (DA)

La empresa podría enfrentar problemas con los costos de los servicios de tutoría, lo que podría afectar negativamente su rentabilidad. Además, la demanda de servicios de tutoría puede cambiar con el tiempo, lo que puede afectar la estabilidad financiera de una compañía. La

empresa debería concentrarse en mejorar sus áreas de oportunidad para contrarrestar estas situaciones y fortalecer su posición en el mercado.

Figura 17

Análisis FODA desglosado.



Nota. En la figura se detalla la matriz FODA la cual nos permite generar estrategias para nuestro proyecto.

4 Validación de Factibilidad – Viabilidad – Deseabilidad

4.1 Investigación de Mercado al Mercado Objetivo:

4.1.1 Población (mercado objetivo)

La investigación de mercado de PUNTO DE APRENDIZAJE se realiza enfocándose en hombres y mujeres en un rango de edad de 25 a 65 años de las ciudades de Quito y Guayaquil, pertenecientes al segmento socioeconómico medio y alto teniendo en común el

interés de complementar el aprendizaje continuo de sus hijos obteniendo resultados positivos. Este enfoque demográfico y psicográfico ayuda a definir el público objetivo.

Análisis de la demanda: Identificar las necesidades y demandas de los clientes objetivo en relación con servicios de educación y apoyo para complementar el aprendizaje de sus hijos

Segmentación de mercado: Segmentar el mercado objetivo en función de características demográficas, psicográficas y comportamentales, lo que permitirá ofrecer una propuesta de servicios más personalizada y efectiva

Análisis de la competencia: Se analiza cómo están estructurados los precios de la competencia, cómo establecen sus tarifas, si ofrecen descuentos, paquetes, programas de lealtad y cómo se comparan con sus propios precios.

Herramientas de investigación: Utilizar encuestas, entrevistas y análisis de redes sociales para obtener información valiosa sobre los clientes objetivo y sus necesidades.

Desarrollo de una estrategia de marketing: Basándose en la información obtenida, desarrollar una estrategia de marketing que incluya la selección de medios de comunicación, distribución y promoción adecuados para alcanzar a la audiencia deseada.

Siguiendo estas estrategias, la empresa de servicios profesionales podrá mejorar su investigación de mercado y segmentación, lo que permitirá ofrecer una propuesta de servicios más personalizada y efectiva para su público objetivo en Quito y Guayaquil.

4.1.2 Muestra

Para la muestra se llevó a cabo una encuesta en la que se recopilaron 103 respuestas, y los resultados se han analizado según el porcentaje de participantes que respondieron afirmativamente a cada pregunta. Según los datos obtenidos, el 53,4% de los encuestados son de sexo masculino, mientras que el 46% son de sexo femenino. Además, se destaca que el 69,9% de la muestra se encuentra en el rango de edad de 25 a 39 años. Es relevante destacar el

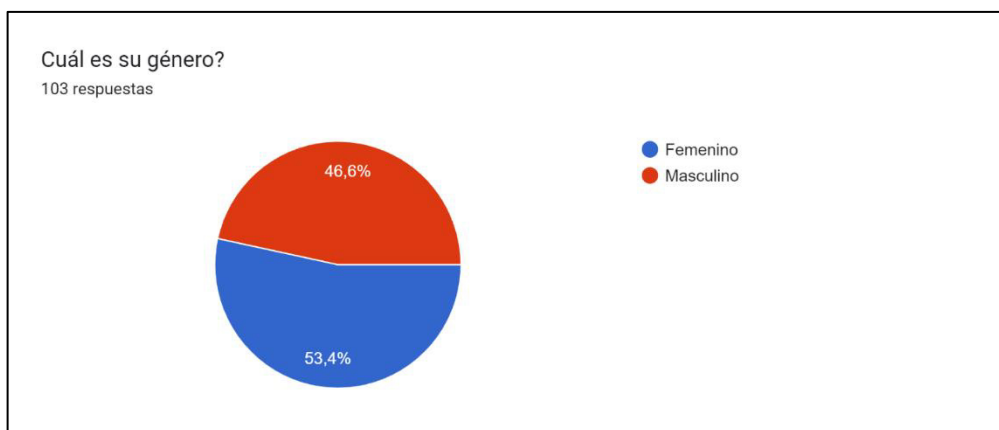
alto interés de los participantes en la contratación del servicio, ya que el 82,5% dio una respuesta positiva.

Se adjunta link de encuesta realizada:

https://docs.google.com/forms/d/13sKtLby8uEBXcfbgb43xubisV0_Od5MtuKj2Bn5j8mQ/edit?ts=657fafa7#responses

Figura 18

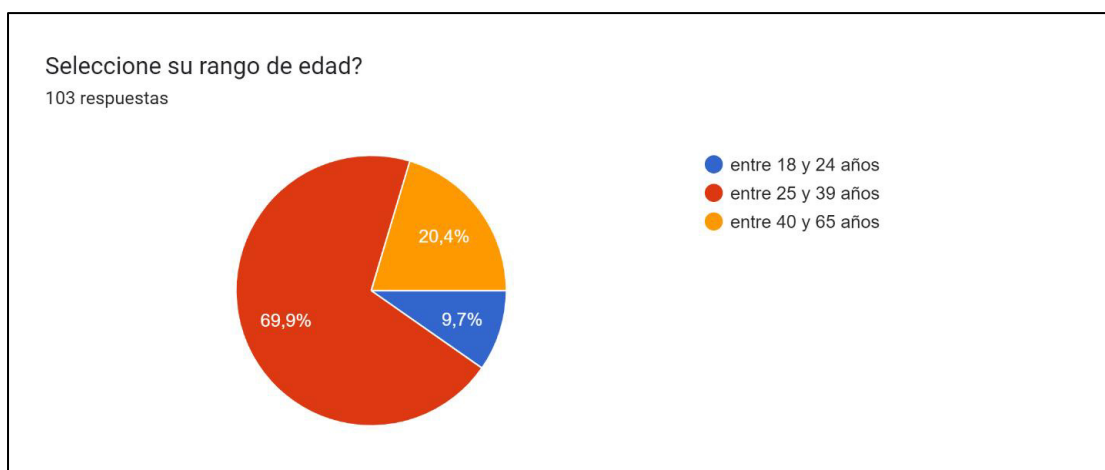
Porcentaje de respuesta.



Nota. El 53,4% de los encuestados es de sexo femenino.

Figura 19

Porcentaje de respuesta.



Nota. El 69,9% de los encuestados tienen un rango de edad entre 25 y 39 años.

Figura 20

Porcentaje de respuesta



Nota. El 82,5% de los encuestados tienen interés en el servicio de tutorías.

4.1.3 Instrumento de recolección de información

La encuesta se implementó durante dos semanas, alcanzando a una muestra representativa de 50 estudiantes y padres. Aquí están algunos de los hallazgos clave:

<https://forms.gle/QtssJhP3HDtio7Ez5>

Perfil del estudiante:

- Primaria: 20 encuestados (40%)
- Secundaria: 25 encuestados (50%)
- Universidad: 5 encuestados (10%)

Experiencia previa:

- Han utilizado tutorías antes: 30 encuestados (60%)
- No han utilizado tutorías antes: 20 encuestados (40%)

Expectativas de los Padres:

- Rendimiento académico mejorado: 38 encuestados (76%)
- Refuerzo en áreas específicas: 12 encuestados (24%)

Servicios Deseados:

- Tutorías individuales: 18 encuestados (36%)
- Tutorías en grupos pequeños: 22 encuestados (44%)
- Clases online: 30 encuestados (60%)
- Clases presenciales: 20 encuestados (40%)

Factores Importantes al tomar una tutoría:

- Calidad del tutor: 22 encuestados (44%)
- Flexibilidad de horarios: 18 encuestados (36%)
- Precio asequible: 10 encuestados (20%)

4.1.4 Indicadores para la medición de datos y análisis de resultados

a. Indicadores Cuantitativos:

El 45% de los encuestados expresaron un interés claro en inscribirse en los servicios. Se estima un índice inicial de satisfacción del 75% basado en las preferencias y expectativas expresadas.

Previsión de Demanda: se proyecta una mayor demanda en servicios de matemáticas y ciencias para estudiantes de secundaria.

b. Indicadores Cualitativos:

Feedback Destacado: la flexibilidad de horarios y la capacidad del tutor para adaptarse a diferentes estilos de aprendizaje son aspectos altamente valorados.

Patrones de Necesidades: existe una clara demanda de apoyo en resolución de problemas y aplicación práctica de conceptos en matemáticas y ciencias.

Opiniones sobre Precio: si bien algunos consideran que los servicios deben ser asequibles, la calidad y la efectividad son más importantes que el precio.

c. Análisis de Resultados:

Alineación de Servicios: se diseñarán programas flexibles, priorizando matemáticas y ciencias para secundaria, con énfasis en la resolución de problemas y aplicaciones prácticas.

Enfoque en la Experiencia del Tutor: se reclutarán tutores altamente cualificados y se ofrecerán opciones de horarios flexibles para adaptarse a las preferencias de los estudiantes y padres.

Estrategia de Precios: se establecerá un equilibrio entre la asequibilidad y la calidad del servicio para garantizar un valor percibido óptimo. Los valores de precio oscilan entre los \$10 a \$20 dependiendo de la necesidad del cliente. En una Landing Page se mostrará la información para el cliente y se tendrá una pasarela de pago como Payphone o Paypal. Los canales de distribución netamente por redes sociales.

4.2 Validación de segmento de mercado. Testing (Designing Strong Experiments)

Se seleccionará el Prototipo 1.0 que mejor refleje la visión de PUNTO DE APRENDIZAJE. Este prototipo captura la esencia de nuestros servicios y resuena con el grupo demográfico objetivo.

Se realizó una encuesta a 40 personas las cuales se realizó preguntas clave, para determinar la viabilidad del servicio y el impacto que tendrá en el mercado consumidor.

Las preguntas fueron las siguientes:

1. ¿Estarías dispuesto/a a pagar por servicios de tutoría y asesoramiento ofrecidos por PUNTO DE APRENDIZAJE?
2. ¿Qué aspecto valorarías más al seleccionar un servicio de tutoría: la personalización según tus necesidades académicas o la accesibilidad en términos de costo?
3. ¿Considerarías que el acceso a tareas dirigidas y asesoramiento de desarrollo académico mejora significativamente tu rendimiento educativo?

Pruebas de Usabilidad:

Con el objetivo de garantizar la efectividad y la aceptación óptima del proyecto, se llevan a cabo pruebas de usabilidad con aproximadamente 40 estudiantes, representativos de nuestro público objetivo en Guayaquil y Quito. Este proceso nos permitirá identificar áreas de mejora y perfeccionar la experiencia de usuario.

- **Selección Cuidadosa de Participantes:**

Se identifican cuidadosamente a 40 personas que representen fielmente a nuestro público objetivo, considerando la diversidad demográfica y las experiencias educativas de sus hijos.

- **Introducción al Prototipo 1.0:**

Se proporciona una breve introducción al Prototipo 1.0, explicando su propósito y beneficios previstos para los usuarios.

- **Escenarios Realistas de Uso:**

Se crean escenarios realistas basados en situaciones cotidianas para evaluar la utilidad práctica del prototipo.

- **Observación Activa:**

Se adopta un enfoque de observación activa para registrar las interacciones de los participantes, capturando signos de éxito, frustración o confusión.

- **Entrevistas Post-Prueba:**

Se realizan entrevistas individuales al finalizar las pruebas para obtener percepciones profundas y cualitativas de la usabilidad.

- **Recopilación de Datos Cuantitativos:**

Se completan las entrevistas con datos cuantitativos, incluyendo métricas de tiempo, tasas de éxito y satisfacción general.

- **Retroalimentación en Tiempo Real:**

Se fomenta la retroalimentación instantánea durante las pruebas para identificar puntos de dolor potenciales y aspectos positivos.

- Registro Detallado de Observaciones:

Cada interacción se registrará detalladamente para servir como referencia durante el análisis posterior.

Acciones Por Emprender:

- Refinamiento de la Interfaz de Usuario:

Se llevará a cabo una revisión para abordar áreas de confusión y mejorar la navegabilidad.

- Simplificación del Proceso de Programación de Sesiones:

Se implementan los cambios basados en la retroalimentación para simplificar el proceso de programación de sesiones.

- Mayor Claridad en la Navegación:

Se trabaja en mejorar la claridad de la navegación para facilitar la búsqueda de servicios y recursos.

- Optimización de la Experiencia del Usuario (UX):

Se realiza una revisión general basada en la retroalimentación recopilada.

Interacción Constructiva:

Sesiones Interactivas:

Se organizan sesiones donde los participantes expresarán directamente sus experiencias y sugerencias, centrándonos en identificar elementos apreciados.

- Feedback Visual y Táctil:

Se facilitan ejercicios prácticos para obtener feedback visual y táctil directo del prototipo.

Focus Groups:

- Selección Estratégica de Participantes:

Se seleccionan cuidadosamente a padres participantes para garantizar una representación diversa.

- Exploración de Experiencias Actuales:

Se invitan a los participantes a compartir sus experiencias con ofertas educativas actuales para establecer puntos de referencia.

- Exploración de Expectativas y Necesidades No Satisfechas:

Se anima a los participantes a hablar sobre expectativas no satisfechas con servicios educativos existentes.

- Análisis de Percepciones Emocionales:

Se exploran las percepciones emocionales hacia el Prototipo en comparación con otras ofertas.

4.3 Encaje de la Propuesta de Valor con Perfil del Cliente (Product-Market Fit)

4.3.1 Product-Market Fit CANVAS

El encaje de la propuesta de valor con el perfil del cliente, utilizando el Product-Market Fit Canvas, implica la alineación entre lo que ofrece la empresa (propuesta de valor) y las necesidades y deseos del cliente (perfil del cliente).

El Product-Market Fit Canvas de nuestra empresa proveedora de servicios profesionales de tutorías, tareas dirigidas y asesoramiento de desarrollo se centra en identificar y satisfacer las necesidades específicas de nuestros clientes en el ámbito educativo. En cuanto al segmento de clientes, nos enfocamos en estudiantes de primaria, secundaria y preparatoria, así como universitarios que buscan mejorar su rendimiento académico y desarrollo personal. Nuestro valor diferenciador radica en la calidad y personalización de nuestros servicios, ofreciendo tutorías one-on-one, asesoramiento individualizado y una amplia gama de recursos educativos adaptados a las necesidades de cada estudiante. Además, nos esforzamos por establecer alianzas estratégicas con escuelas, universidades y organizaciones comunitarias para expandir nuestra presencia en el mercado y llegar a un público más amplio.

4.3.2 Explicar cómo la propuesta llega a ser factible, viable y deseable

a. Factibilidad:

Adaptación de Recursos:

La propuesta se vuelve factible al adaptarse a los recursos disponibles. Se utiliza tecnología educativa existente y se aprovechan los conocimientos y habilidades de tutores calificados. Esto minimiza los costos y hace que la implementación sea más sencilla.

Plataforma Tecnológica:

La factibilidad se refuerza mediante el uso de una plataforma en línea para sesiones de tutoría y actividades dirigidas. Esto no solo se ajusta a las necesidades tecnológicas actuales, sino que también permite llegar a un público más amplio sin restricciones geográficas.

b. Viabilidad:

Viabilidad Financiera:

Se establece un modelo de negocios con tarifas razonables y competitivas. Esto asegura la viabilidad financiera al cubrir los costos operativos, como los honorarios de los tutores, la plataforma en línea y el desarrollo de material educativo.

Segmentación de Mercado:

La viabilidad se refuerza al segmentar el mercado y dirigirse a estudiantes de diversos niveles educativos. Al abordar un mercado más amplio, la empresa tiene la capacidad de generar ingresos y mantener una base de clientes diversa.

c. Deseabilidad:

Atención Personalizada:

La propuesta se vuelve deseable al ofrecer servicios personalizados, como sesiones de tutoría adaptadas y asesoramiento de desarrollo individualizado. Esto responde a la necesidad de atención personalizada, lo que hace que la propuesta sea atractiva para los estudiantes y sus padres.

Contenido Atractivo y Educativo:

La incorporación de tareas dirigidas y actividades educativas divertidas hace que la propuesta sea deseable para los estudiantes más jóvenes. La combinación de contenido educativo y entretenido fomenta el interés y la participación continua.

4.4 Prototipo 2.0 (Mejora del prototipo).

4.4.1 PMV Canvas

En el segundo prototipo se debe definir para quien es el servicio de tutorías, el cual está hecho para personas que necesitan complementar su conocimiento. El producto debe tener una página web donde el cliente pueda obtener información acerca del servicio. Lo que debería tener el negocio es un chatbot que puede ayudar con las dudas de los clientes. Lo que el servicio podría tener es una aplicación para celular ya que suelen ser muy populares entre los más jóvenes.

4.4.2 Landing Page/ Video comercial

La Landing Page de Punto De Aprendizaje presenta un diseño moderno y funcional, enfocado en brindar información clave de manera clara y accesible. Con secciones organizadas de "¿Qué hacemos?", "Quiénes somos", "Nuestros objetivos", "Nuestros servicios", "Contacto" y enlaces a nuestras redes sociales, la página proporciona una visión completa de la propuesta educativa de Punto De Aprendizaje.

En "¿Qué hacemos?", se destaca la misión principal de la empresa. "Quiénes somos" presenta una breve descripción de la identidad y valores de Punto De Aprendizaje. La sección "Nuestros objetivos" detalla las metas educativas y sociales que guían nuestra labor.

"Nuestros servicios" ofrece información detallada sobre tutorías, tareas dirigidas y asesoramiento de desarrollo. La sección "Contacto" facilita la comunicación directa, con un

formulario sencillo y enlaces a nuestras redes sociales para una conexión rápida y fácil acceso a novedades.

La navegación es simple y eficiente, permitiendo a los visitantes obtener la información que necesitan de manera rápida. Con un diseño responsivo, la Landing Page garantiza una experiencia consistente y agradable en cualquier dispositivo. En resumen, la página prioriza la accesibilidad y la claridad informativa, destacando la propuesta educativa y los canales de contacto de Punto De Aprendizaje.

4.4.3 Actualización del modelo de Monetización

El modelo de monetización de Punto De Aprendizaje ha sido diseñado para ofrecer flexibilidad y opciones a sus usuarios, adaptándose a diversas necesidades educativas. La plataforma ofrece tres principales fuentes de ingresos:

- **Suscripción Mensual por Sesión:**

Los usuarios tienen la opción de suscribirse mensualmente, pagando por las sesiones que deseen acceder. Esta modalidad proporciona una flexibilidad óptima para aquellos que desean un compromiso a corto plazo.

- **Servicios Premium:**

Punto De Aprendizaje ofrece servicios premium que brindan un valor adicional a los usuarios suscritos. Estos servicios pueden incluir acceso a contenido exclusivo, sesiones personalizadas adicionales o recursos educativos especializados. Los usuarios tienen la posibilidad de mejorar su experiencia educativa a través de estas opciones premium.

- **Venta de Contenidos o Materiales:**

Además de los servicios de tutoría, Punto De Aprendizaje pone a disposición de sus usuarios la opción de adquirir contenidos educativos o materiales adicionales de alta calidad.

Esto puede incluir guías, libros electrónicos, o material exclusivo que complemente la experiencia de aprendizaje.

Este modelo de monetización se centra en ofrecer opciones escalonadas que se adaptan a diferentes niveles de compromiso y necesidades educativas. La suscripción mensual por sesión brinda flexibilidad, los servicios premium aportan un valor agregado, y la venta de contenidos complementarios amplía las posibilidades de aprendizaje. En conjunto, estos elementos contribuyen a la sostenibilidad financiera de Punto De Aprendizaje mientras atiende las diversas demandas de su audiencia.

5 Plan de Marketing

5.1 Establecimiento de Objetivos

1. Atraer a un número inicial de 100 usuarios con la cual se planea implantar una base de clientes dentro de los primeros tres meses.
2. Aumentar la base de clientes para el crecimiento y la viabilidad del negocio a 200 clientes al culminar el primer año de operaciones.
3. Obtener una cifra superior a 300 visitas de la página web en un periodo de tres meses al inicio de las operaciones del negocio.
4. Alcanzar una mejora sustancial en la calidad del servicio basado en el número de los comentarios positivos contrastados con el número de comentarios negativos recibido en la página web.

5.2 Estrategias de Marketing Mix (4Ps)

PRODUCTO

Tutorías Personalizadas y Tareas Dirigidas:

Desarrollamos sesiones de tutoría individualizadas que abarcan una amplia variedad de temas académicos y áreas de desarrollo personal. Para ello, empleamos profesionales altamente capacitados y especializados en diferentes disciplinas.

Recursos Educativos Personalizados:

Ofrecemos materiales educativos adaptados a las necesidades específicas de cada estudiante.

Utilizamos herramientas y plataformas que nos permiten personalizar los recursos para abordar áreas de dificultad y fortalecer habilidades particulares.

Plataforma en Línea Integral:

Implementamos una plataforma en línea que actúa como un centro educativo virtual. En esta plataforma, los estudiantes tienen acceso a material educativo adicional, recursos de estudio y herramientas de seguimiento del progreso. Utilizamos tecnologías avanzadas para garantizar la accesibilidad y la eficiencia.

- Plataformas Virtuales de Tutoría:

Empleamos plataformas especializadas que facilitan la interacción uno a uno entre estudiantes y tutores. Esto permite una comunicación efectiva y la entrega de sesiones de alta calidad.

Ejemplos:

Zoom for Education, Google Meet, Microsoft Teams Education. Estas plataformas ofrecen funciones específicas para la educación, como salas de reuniones virtuales, pizarras interactivas y herramientas de colaboración en tiempo real.

- Herramientas de Adaptación de Contenido:

Utilizamos tecnologías que permiten personalizar el contenido educativo según las necesidades de cada estudiante. Esto puede incluir algoritmos de adaptación y plataformas interactivas.

Khan Academy, Duolingo, Coursera. Estas plataformas utilizan algoritmos de adaptación para personalizar el contenido educativo según el nivel de habilidad y el progreso del estudiante, ofreciendo lecciones y ejercicios específicos para cada usuario.

- Plataformas de Seguimiento del Progreso:

Implementamos sistemas que permiten a los estudiantes y padres realizar un seguimiento del progreso académico. Esto incluye informes detallados, estadísticas de desempeño y retroalimentación personalizada.

Edmodo, Schoology, Canvas. Estas plataformas de gestión del aprendizaje permiten a los estudiantes y padres acceder a informes detallados sobre el progreso académico, incluyendo calificaciones, asistencia, tareas completadas y comentarios de los profesores.

- Integración de Recursos Educativos:

Utilizamos bases de datos y sistemas de gestión de contenido para integrar y organizar una variedad de recursos educativos. Esto garantiza un fácil acceso a materiales relevantes.

Moodle, Blackboard, Sakai. Estas plataformas de gestión del aprendizaje ofrecen sistemas de gestión de contenido que permiten a los educadores organizar y compartir una variedad de recursos educativos, como documentos, videos, enlaces web y actividades interactivas.

- Plataformas de Acceso Remoto:

En el entorno actual, la accesibilidad es clave. Empleamos plataformas en línea seguras que permiten a los estudiantes acceder a los servicios desde cualquier lugar, fomentando la flexibilidad en el aprendizaje.

Google Classroom, Schoology, Microsoft Teams Education. Estas plataformas proporcionan acceso seguro a los servicios educativos desde cualquier lugar con conexión a Internet, permitiendo a los estudiantes participar en clases virtuales, acceder a materiales de estudio y colaborar con compañeros de clase en línea.

PRECIO

En PUNTO DE APRENDIZAJE, la estrategia de precios se basa en ofrecer un equilibrio entre competitividad en el mercado local y la calidad superior de nuestro servicio. Aquí están las estrategias de precios específicas:

- Precios Competitivos y Basados en el Mercado:

Establecemos precios que son competitivos en relación con otros servicios educativos en el mercado local. Realizamos análisis de precios para garantizar que nuestra oferta sea atractiva y justa para los clientes.

- Descuentos Especiales:

Ofrecemos descuentos especiales para estudiantes que opten por inscribirse en paquetes de tutoría a largo plazo. Además, implementamos un programa de referidos que recompensa a los clientes existentes por recomendar nuestro servicio a nuevos clientes.

- Política de Precios Transparente:

Mantenemos una política de precios transparente que refleja el valor agregado de nuestras sesiones de tutoría y tareas dirigidas. Esto incluye la explicación detallada de los precios y los beneficios asociados con nuestros servicios.

- Análisis de Precios Competitivos:

Utilizamos herramientas de análisis de precios para monitorear y comparar constantemente nuestros precios con los de la competencia. Esto nos ayuda a ajustar nuestras tarifas según sea necesario para mantenernos competitivos. Se pueden utilizar herramientas en línea como Price2Spy, Prisync o Competera para monitorear los precios de la competencia en tiempo real y realizar análisis comparativos.

- Sistema de Descuentos Automatizado:

Implementamos un sistema automatizado que calcula y aplica descuentos especiales según los criterios establecidos. Esto garantiza una aplicación coherente y justa de los descuentos para todos los clientes.

Se puede implementar un sistema de gestión de relaciones con el cliente (CRM) que incluya funcionalidades para la gestión de descuentos. Herramientas como Salesforce, HubSpot o Zoho CRM permiten configurar reglas para aplicar descuentos automáticamente según criterios específicos, como la duración de la inscripción o la cantidad de referidos.

- **Comunicación Clara y Transparente:**

Utilizamos canales de comunicación claros y transparentes para explicar nuestra política de precios y los descuentos disponibles. Esto incluye nuestro sitio web, materiales impresos y comunicaciones directas con los clientes. Se puede utilizar un sistema de gestión de contenido (CMS) para mantener actualizada la información sobre precios y descuentos en el sitio web y otras plataformas de comunicación.

- **Seguimiento de la Satisfacción del Cliente:**

Utilizamos herramientas de seguimiento de la satisfacción del cliente para evaluar cómo responden los clientes a nuestra estrategia de precios. Esto nos permite realizar ajustes si es necesario para garantizar que los precios sean percibidos como justos y adecuados por nuestros clientes.

Se puede implementar un sistema de encuestas de satisfacción del cliente, como SurveyMonkey, Google Forms o Typeform, para recopilar retroalimentación sobre la percepción de los precios por parte de los clientes. Estas herramientas permiten diseñar y enviar encuestas personalizadas y analizar los resultados de manera eficiente.

PLAZA

En PUNTO DE APRENDIZAJE, la estrategia de distribución se centra en hacer que los servicios sean accesibles y convenientes para nuestros clientes. Aquí se detallan las estrategias de distribución y las herramientas utilizadas:

- **Página Web Interactiva:**

Se desarrolla una página web interactiva y fácil de navegar que actúa como el principal punto de contacto para los estudiantes y padres. Utilizando plataformas de creación de sitios web

como WordPress, Wix para diseñar una interfaz atractiva y funcional que proporcione información detallada sobre nuestros servicios, perfiles de tutores y horarios disponibles.

- Acuerdos con Escuelas y Organizaciones Educativas:

Se establece acuerdos con escuelas locales, centros comunitarios y otras organizaciones educativas para promocionar nuestros servicios y llegar a un público más amplio. Utilizando redes de contacto y plataformas de gestión de relaciones con el cliente (CRM) para gestionar y mantener estas relaciones.

- Opciones de Tutoría Presencial y en Línea:

Ofrecemos opciones tanto de tutoría presencial como en línea para adaptarnos a las preferencias y necesidades de nuestros clientes. Utilizamos plataformas de videoconferencia como Zoom, Google Meet o Microsoft Teams para facilitar las sesiones de tutoría en línea y garantizar una comunicación efectiva entre estudiantes y tutores.

- Plataformas de Creación de Sitios Web:

1. WordPress: Permite crear y personalizar fácilmente sitios web interactivos con una amplia variedad de temas y complementos disponibles.
2. Wix: Ofrece una interfaz intuitiva y herramientas de arrastrar y soltar para diseñar sitios web atractivos sin necesidad de conocimientos técnicos.
3. Squarespace: Proporciona plantillas elegantes y herramientas de diseño avanzadas para crear sitios web profesionales con facilidad.

- Plataformas de Gestión de Relaciones con el Cliente (CRM):

1. Salesforce: Ofrece una amplia gama de funciones para gestionar contactos, oportunidades de venta y relaciones con clientes de manera efectiva.
2. HubSpot: Proporciona herramientas de marketing, ventas y servicio al cliente integradas en una sola plataforma, facilitando la gestión de relaciones con los clientes.

3. Zoho CRM: Ofrece una solución completa de gestión de relaciones con los clientes con funcionalidades personalizables y escalables para empresas de todos los tamaños.
- Plataformas de Videoconferencia:
 1. Zoom: Ofrece funciones avanzadas de videoconferencia, como salas de reuniones virtuales, compartición de pantalla y grabación de sesiones.
 2. Google Meet: Integrado con otras herramientas de Google Workspace, como Gmail y Calendar, para una experiencia de colaboración fluida.
 3. Microsoft Teams: Ofrece una plataforma todo en uno para la colaboración en equipo, que incluye chat, videoconferencias, almacenamiento de archivos y aplicaciones integradas.

PROMOCIÓN

En PUNTO DE APRENDIZAJE, se enfoca en la importancia de una sólida estrategia de promoción para llegar a nuestro público objetivo y generar interés en nuestros servicios. Aquí se detallan las estrategias de promoción y las acciones específicas que implementaremos:

- Campaña de Marketing Digital:

Lanzamiento de campaña de marketing digital dirigida a padres, estudiantes y educadores a través de redes sociales, publicidad en línea y marketing por correo electrónico. Utilizando herramientas como Facebook Ads, Google Ads y plataformas de automatización de marketing como Mailchimp para llegar de manera efectiva a nuestro público objetivo y promocionar nuestros servicios.

- Colaboración con Influencers y Expertos en Educación:

Colaboración con influencers y expertos en educación para promocionar nuestro servicio y generar credibilidad en el mercado. Se identificarán las personas influyentes en el campo de la educación y les ofreceremos sesiones gratuitas de tutoría a cambio de promoción en sus redes sociales y plataformas.

- **Eventos Educativos Gratuitos o Seminarios Web:**
Organización de eventos educativos gratuitos o seminarios web para demostrar el valor del servicio y proporcionar consejos útiles sobre cómo mejorar el rendimiento académico. Utilizando plataformas como Zoom o WebinarJam para llevar a cabo estos eventos de manera virtual y llegar a un público más amplio.

- **Solicitud de Comentarios y Testimonios:**
Se solicitará comentarios y testimonios de clientes satisfechos para respaldar la calidad y eficacia del servicio de tutoría y tareas dirigidas. Utilizando herramientas como encuestas en línea, formularios de comentarios y solicitudes de reseñas en plataformas de revisión para recopilar y mostrar los testimonios de nuestros clientes.

5.3 Estrategias de Diferenciación

a. Personalización de Servicios:

- Ofrecer programas de tutorías y asesoramiento altamente personalizados, adaptados a las necesidades individuales de cada estudiante.
- Implementar evaluaciones iniciales para comprender las habilidades y áreas de mejora específicas de cada cliente, permitiendo la creación de planes de aprendizaje personalizados.

b. Equipo de Profesionales Altamente Calificados:

- Contratar a un equipo de tutores y asesores educativos altamente calificados y especializados en diversas materias y áreas de desarrollo personal.
- Destacar las credenciales y experiencia de los profesionales para transmitir confianza y garantizar la calidad de los servicios ofrecidos.

c. Plataforma Tecnológica Innovadora:

- Desarrollar una plataforma en línea intuitiva y fácil de usar que facilite la interacción entre estudiantes, tutores y asesores.

- Integrar herramientas tecnológicas como videoconferencias, recursos multimedia y seguimiento en tiempo real para mejorar la experiencia de aprendizaje.

d. Enfoque Integral en Desarrollo Personal:

- Ofrecer servicios no solo centrados en el ámbito académico, sino también en el desarrollo de habilidades sociales, emocionales y de pensamiento crítico.
- Implementar programas de asesoramiento de desarrollo personal que aborden aspectos como la gestión del tiempo, la toma de decisiones y la resolución de conflictos.

e. Programas Temáticos Especializados:

- Diseñar programas de tutorías y tareas dirigidas especializados en áreas específicas, como ciencias, idiomas, tecnología o habilidades artísticas, para atender a diversas demandas académicas.
- Desarrollar colaboraciones con expertos en diferentes campos para ofrecer programas exclusivos y de alta calidad.

f. Feedback Continuo y Evaluación del Rendimiento:

- Implementar un sistema de retroalimentación continua para evaluar la satisfacción del cliente y realizar ajustes rápidos en los programas de aprendizaje.
- Ofrecer informes detallados sobre el progreso académico y personal, brindando a los clientes una visión clara de su desarrollo.

g. Eventos y Talleres Educativos Exclusivos:

- Organizar eventos y talleres educativos exclusivos para los clientes, proporcionando oportunidades de aprendizaje adicionales y fortaleciendo la comunidad educativa.
- Invitar a oradores destacados y expertos en diferentes campos para enriquecer la experiencia de aprendizaje.

Al implementar estas estrategias de diferenciación, PUNTO DE APRENDIZAJE podrá destacarse en el mercado como un proveedor de servicios educativos único y altamente efectivo, ofreciendo un valor significativo a sus clientes.

5.4 Presupuesto de Marketing

Concepto	Detalle de Inversión	Costo Anual 2024
Campaña de Atracción	Publicidad en redes sociales, Google Ads	\$2.000
Desarrollo Web	Creación y mantenimiento del sitio web	\$1.000
Campañas Continuas	Email marketing, promociones especiales	\$500
Mejora Continua	Encuestas de satisfacción, pequeñas mejoras	\$300
Estrategias Mixtas	Colaboraciones con influencer, participación en eventos	\$400
Gastos Generales	Costos operativos básicos, suministros	\$300
Total Año 2024		\$4.500

Concepto	Detalle de Inversión	Costo Anual 2025
Campaña de Atracción	Publicidad en redes sociales, Google Ads	\$2.300
Desarrollo Web	Creación y mantenimiento del sitio web	\$1.200
Campañas Continuas	Email marketing, promociones especiales	\$600
Mejora Continua	Encuestas de satisfacción, pequeñas mejoras	\$350
Estrategias Mixtas	Colaboraciones con influencer, participación en eventos	\$450
Gastos Generales	Costos operativos básicos, suministros	\$350
Total Año 2025		\$5.250

Concepto	Detalle de Inversión	Costo Anual 2026
Campaña de Atracción	Publicidad en redes sociales, Google Ads	\$2.600
Desarrollo Web	Creación y mantenimiento del sitio web	\$1.400
Campañas Continuas	Email marketing, promociones especiales	\$700
Mejora Continua	Encuestas de satisfacción, pequeñas mejoras	\$400
Estrategias Mixtas	Colaboraciones con influencer, participación en eventos	\$500
Gastos Generales	Costos operativos básicos, suministros	\$400
Total Año 2026		\$6.000

6 Estudio Técnico y Modelo de Gestión Organizacional

6.1 Localización

i.		A		B	
Factor Relevante	Peso Asignado	Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada
Cercanía al público objetivo	0.35	8	2.8	7	2.45
Ambiente Educativo y Cultural	0.25	6	1.5	6	1.5
Mano de obra y materiales	0.20	5	1.0	4	0.80
Materias primas relacionadas con educación	0.12	4	0.48	4	0.48
Proveedores locales	0.08	3	0.24	5	0.4
SUMA	1		6.02		5.63

A: Norte de Quito, Sector Carolina, Av. República y Japón

B: Sur de Quito, Sector Morán Valverde, Av. Morán Valverde y Mariscal Sucre

La ubicación con mayor ponderación es la ubicación A.

La elección de la ubicación para PUNTO DE APRENDISAJE es un aspecto crítico para el éxito de la empresa. Ecuador, con su creciente interés en la educación y el desarrollo

académico, ofrece un entorno propicio para este tipo de servicios. A continuación, se detalla la localización específica y las razones para elegir esta región en Ecuador:

Ubicación: Quito, Distrito Metropolitano

Razones para la Elección:

1. Demanda Educativa: Quito, como capital y centro educativo de Ecuador, alberga una creciente población estudiantil que busca servicios de tutoría y apoyo académico.
2. Crecimiento Económico: La ciudad experimenta un crecimiento económico sostenido, lo que se traduce en una población más dispuesta a invertir en la educación de sus hijos.
3. Acceso a Instituciones Educativas: La proximidad a diversas instituciones educativas, tanto a nivel básico como universitario, facilitará la colaboración y el establecimiento de asociaciones estratégicas.

Localización Específica: Sector Educativo en el Centro Histórico

Razones para la Elección:

1. Concentración Estudiantil: El Centro Histórico de Quito cuenta con una concentración significativa de estudiantes debido a la presencia de instituciones educativas emblemáticas.
2. Accesibilidad: La ubicación central facilita el acceso para estudiantes de diferentes partes de la ciudad, optimizando la accesibilidad a los servicios de PUNTO DE APRENDISAJE
3. Ambiente Educativo: El entorno histórico y cultural brinda un ambiente propicio para el aprendizaje y el desarrollo académico, creando un espacio inspirador para los estudiantes.

Infraestructura y Tecnología:

- Espacios Modernos de Tutoría: La empresa establecerá espacios de tutoría modernos y equipados con la última tecnología para facilitar un entorno de aprendizaje efectivo.
- Plataforma Online: PUNTO DE APRENDISAJE aprovechará la infraestructura tecnológica de Quito para ofrecer servicios de tutoría en línea, ampliando así su alcance a nivel nacional.

Colaboración con Instituciones Educativas:

Alianzas Estratégicas: La proximidad a instituciones educativas permitirá establecer alianzas estratégicas para programas de tutoría y colaboraciones que beneficiarán tanto a los estudiantes como a la empresa.

Regulaciones y Aspectos Legales:

Cumplimiento Normativo: Quito ofrece un entorno empresarial estable con regulaciones claras en el sector educativo, garantizando el cumplimiento normativo y la transparencia en las operaciones de PUNTO DE APRENDISAJE.

La elección de Quito, Ecuador, como ubicación para PUNTO DE APRENDISAJE se basa en un análisis detallado de las oportunidades de mercado, la demanda educativa y la infraestructura disponible, proporcionando un escenario propicio para el éxito y crecimiento continuo de la empresa en el sector de servicios educativos personalizados.

6.2 Diseño Organizacional (Organigrama)

En el dinámico mundo de la educación y el desarrollo personal, la creación de una empresa dedicada a brindar servicios profesionales de tutorías, tareas dirigidas y asesoramiento de desarrollo es una iniciativa innovadora y valiosa. Para asegurar el éxito y eficiencia en la operación de esta empresa, es esencial contar con un sólido diseño organizacional, representado mediante un organigrama que defina claramente la estructura y roles dentro de la organización.

Director General:

Encargado de la supervisión general de la empresa, toma de decisiones estratégicas y representación de la empresa ante terceros.

Director Académico:

Responsable de la gestión académica de la empresa, incluyendo la selección y formación de tutores, diseño de programas de tutorías, y aseguramiento de la calidad académica de los servicios ofrecidos.

Director Administrativo:

Encargado de la gestión administrativa y financiera de la empresa, incluyendo recursos humanos, contabilidad, presupuesto y otras funciones administrativas.

Coordinador de Tutorías Académicas:

Supervisa la ejecución de las tutorías académicas, asigna tutores a estudiantes, y se encarga de resolver cualquier problema académico que pueda surgir.

Coordinador de Desarrollo Académico:

Diseña programas de desarrollo académico y se encarga de brindar asesoramiento académico a los estudiantes para mejorar su desempeño.

Coordinador de Administración:

Supervisa las funciones administrativas de la empresa, incluyendo la gestión de recursos humanos, contabilidad y otros aspectos administrativos.

Tutores y Asesores:

Personal encargado de brindar servicios de tutorías y asesoramiento académico a los estudiantes.

Personal Administrativo:

Encargado de realizar tareas administrativas como contabilidad, recursos humanos, atención al cliente, entre otros.

Este organigrama proporciona una estructura clara de la empresa, con líneas de

autoridad y responsabilidad bien definidas para cada área funcional. Por lo tanto, este organigrama puede ser modificado y adaptado según las circunstancias particulares de "Punto de Aprendizaje".

6.3 Operaciones (Mapa de procesos)

Clientes: Necesidades

Las partes interesadas pueden tener expectativas específicas con respecto a la calidad de los productos o servicios producidos o entregados durante el proceso.

Esto puede incluir estándares de desempeño, características específicas de productos o servicios, confiabilidad, durabilidad, etc.

- Estratégicos:

Este mapa de procesos proporciona una visión general enfocándose en las acciones esenciales que contribuyen al logro de los objetivos a largo plazo de la organización y al éxito general de la empresa.

Segmentación de Mercado y Selección del Público Objetivo: Análisis para identificar nichos y segmentos de mercado específicos, selección del público objetivo en función de sus rasgos demográficos, psicográficos y de comportamiento.

Desarrollo de la Oferta de Servicios: Identificar las demandas de educación del mercado,

diseño y creación de programas de tutorías novedosos y exitosos.

Desarrollo y Capacitación del Personal: establecer programas de capacitación continua para mantener la calidad de la educación.

Monitoreo y Evaluación de Resultados: analizar regularmente la satisfacción del cliente, evaluar el rendimiento de los programas de tutoría y rendimiento académico de los estudiantes y la eficacia de los tutores.

- Operativos:

Este mapa de proceso operativo proporciona una visión general de las principales actividades diarias y específicas que se realizan para llevar a cabo las tareas esenciales de la organización.

Registro y Evaluación de Estudiantes procedimiento en el cual los estudiantes se inscriban en los programas de tutoría y evaluación inicial de los objetivos y necesidades académicas de cada estudiante.

Asignación de Tutores: este proceso de asignación de tutores a los estudiantes se basa en la compatibilidad de habilidades y necesidades educativas de los estudiantes y mantener registros actualizados sobre las asignaciones de los tutores.

Planificación y Programación de Sesiones: programación de sesiones de tutoría según los horarios de los estudiantes y los tutores, comunicación eficiente de los horarios de tutoría a los interesados.

Seguimiento del Rendimiento del Estudiante: implementar métodos para supervisar el desempeño académico de los estudiantes.

- Soporte

Este mapa de proceso de soporte proporciona recursos y el apoyo necesario para garantizar el funcionamiento eficiente de las operaciones principales.

Gestión de Recursos Humanos: procesos para la contratación de docentes, gestionar nóminas, gestión de beneficios y el rendimiento del personal.

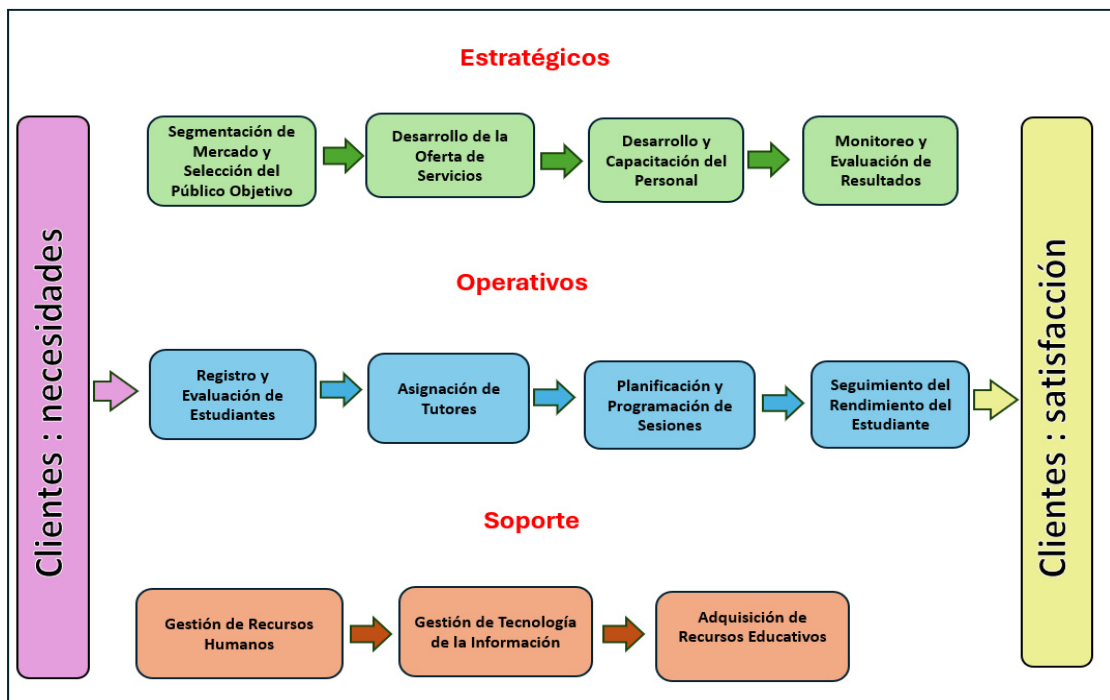
Gestión de Tecnología de la Información: mantenimiento y actualización de plataformas tecnológicas y sistemas informáticos, soporte técnico para problemas tanto de hardware como de software.

Adquisición de Recursos Educativos: procesos para adquirir materiales educativos, libros, software y otros recursos educativos, presupuestos y gestión de proveedores para recursos educativos.

Cientes: Satisfacción.

La satisfacción del cliente se reflejará en el logro de los objetivos a largo plazo de la organización. Si el análisis de la segmentación del mercado y la selección de los grupos objetivo pueden aumentar la base de clientes y aumentar la cuota de mercado, ayudará a aumentar la satisfacción de los inversores y accionistas. Desarrollar un servicio que satisfaga las necesidades del mercado, sea innovador y mejore con éxito la formación también mejorará la satisfacción del cliente.

Figura 21



Nota. La figura muestra el mapa de procesos el cual se ejecuta en el proyecto.

6.4 Diseño del Proceso Productivo o servicio (Flujogramas)

El primer paso para seguir es que el cliente o alumno solicite una tutoría académica mediante la página web, una llamada telefónica o mensaje de texto. Luego se le asignará un

tutor al cliente o el mismo puede solicitar al tutor que desee siempre y cuando esté disponible. Después el tutor se pondrá en contacto con el cliente para agendar la sesión el tiempo, precio y lugar. Tanto el tutor como el estudiante se reúnen en la ubicación acordada. Da comienzo la tutoría académica por el tiempo que se haya acordado. Después de terminar la tutoría el cliente tiene la opción de solicitar una nueva tutoría.

En la recepción de solicitudes de tutorías el primer paso es verificar si la solicitud del cliente es válida. En el caso de que no lo sea se informa al cliente que su solicitud es inválida y se le recomienda comenzar nuevamente el proceso. En el caso de que sea válida se procede a verificar la disponibilidad del tutor en turno con lo que se generará un calendario de disponibilidad que será enviado al cliente. Con esto se dará fin al proceso.

Para el proceso de facturación primero se debe consultar si es una nueva solicitud. En el caso de que no lo sea no se deberá tomar ninguna acción. Si es una nueva solicitud el mensaje será enviado al tutor para confirmar la solicitud de disponibilidad. El tutor deberá confirmar la disponibilidad y en el caso de ser positiva se procederá a generar la factura correspondiente la cual será enviada al cliente. En el caso de que el tutor no confirme la disponibilidad se cancelará la solicitud para ese tutor. Se le dará la opción al cliente de escoger a otro tutor con lo cual el proceso deberá iniciarse nuevamente.

Al iniciar este proceso para verificar las aptitudes académicas del estudiante el tutor deberá recopilar la información personal de estudiante. Después se desarrollará la rúbrica de evaluación correspondiente. Se procederá a aplicar la evaluación y al finalizar la misma se preparará un informe de la evaluación del estudiante. Luego se procederá a entregar los resultados de la evaluación al estudiante con lo que se dará por finalizado el proceso.

En este proceso el tutor se reúne con el estudiante para evaluar su progreso. En el caso de que el tutor este satisfecho con el progreso de su estudiante se dará por terminado el proceso.

En el caso de que no se encuentre satisfecho el tutor deberá identificar las áreas en que el estudiante deba mejorar. Luego de identificar las áreas de mejora se desarrollará un plan de acción para ayudar al estudiante. Con esto se dará por concluido el proceso.

Este proceso dará inicio en el momento se le hace saber al cliente las condiciones de la tutoría. En el momento en que el cliente este de acuerdo con el presupuesto planteado se enviará la información a un empleado el cual procederá a realizar el cobro respectivo. En el caso de que el cliente no esté de acuerdo con el presupuesto se dará por terminado el proceso.

6.5 Conformación legal

1. Forma Jurídica:

Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL): Este tipo de entidad ofrece limitación de responsabilidad para los socios y es una opción común para empresas de tamaño mediano.

2. Registro y Licencias:

Registro de la Empresa:

Inscribir la empresa en el Registro Mercantil del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) correspondiente a la jurisdicción de operación.

Licencias Municipales y Autorizaciones:

Obtener las licencias municipales necesarias para operar en el área específica.

3. Estructura Organizativa:

Definición de Roles:

Establecer roles y responsabilidades dentro de la empresa.

Nombramiento de Directivos:

Designar a los directivos de la empresa.

Políticas Internas:

Desarrollar políticas internas, incluyendo políticas de recursos humanos y procedimientos operativos.

4. Protección Legal:

Registro de Marca:

Registrar el nombre comercial "PUNTO DE APRENDIZAJE." ante el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI) para proteger la propiedad intelectual.

Contratos de Confidencialidad:

Implementar contratos de confidencialidad para empleados y colaboradores.

5. Aspectos Laborales:

Cumplimiento con Leyes Laborales:

Asegurarse de cumplir con las leyes laborales ecuatorianas en relación con la contratación y condiciones de empleo.

6. Requisitos Tributarios:

Registro en el SRI:

Inscribir la empresa en el Servicio de Rentas Internas (SRI) y obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC).

Cumplir con las obligaciones tributarias, incluyendo impuestos sobre el valor agregado (IVA) y renta.

7. Normativas Educativas:

Cumplimiento con Normativas Educativas:

Conocer y cumplir con las regulaciones educativas locales que puedan aplicar a servicios de tutoría.

8. Contabilidad y Auditoría:

Contabilidad:

Llevar registros contables adecuados y mantener la contabilidad al día.

Auditoría Externa:

Considerar la posibilidad de realizar auditorías externas para garantizar la transparencia financiera.

9. Seguro Empresarial:

Seguro de Responsabilidad Civil:

Contratar un seguro de responsabilidad civil para proteger la empresa contra posibles reclamaciones.

10. Proceso de Apertura de Cuenta Bancaria:

Apertura de Cuenta:

Abrir una cuenta bancaria a nombre de la empresa y cumplir con los requisitos del banco.

7 Evaluación Financiera

7.1 Inversión Inicial

INVERSIÓN INICIAL				
Rubros de Inversiones	Unidad	Cantidad	Precio Unit.	Monto Total
Inversión Tangible				\$ 5.360,00
Herramientas				\$ 1.080,00
Microondas	Unidad	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Cafetera	Unidad	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Extractor de aire	Unidad	1	\$ 60,00	\$ 60,00
Mesas	Unidad	4	\$ 120,00	\$ 480,00
Sillas plasticas	Unidad	16	\$ 15,00	\$ 240,00
				\$ -
Equipos de oficina				\$ 4.280,00
Laptop	Unidad	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Computadores de escritorio	Unidad	3	\$ 500,00	\$ 1.500,00
Cajoneras	Unidad	4	\$ 75,00	\$ 300,00
Archivadores	Unidad	4	\$ 90,00	\$ 360,00
Impresora	Unidad	2	\$ 200,00	\$ 400,00
Sillas	Unidad	6	\$ 70,00	\$ 420,00
Escritorios	Unidad	4	\$ 200,00	\$ 800,00

Inversión Intangible				\$ 798,00
Gastos generales				\$ 500,00
Licencia de software	Unidad	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Gasto de constitución				\$ 298,00
Reserva del nombre	Global	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Elaboración de la minuta	Global	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Gastos notariales	Global	1	\$ 35,00	\$ 35,00
Derechos registrales	Global	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Inspección de defensa civil	Global	1	\$ 36,00	\$ 36,00
Licencia de Municipalidad	Global	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Inscripción a registros publicos	Global	1	\$ 57,00	\$ 57,00
Legislación de libros contables	Global	1	\$ 50,00	\$ 50,00
CAPITAL DE TRABAJO (x dos meses)				\$ 4.000,00
Costos de materiales				\$ 150,00
Gastos Operativos				\$ 1.850,00
Gastos en Personal				\$ 2.000,00
TOTAL DE INVERSIÓN				\$ 10.158,00

Gastos Operativos por dos meses	Unidad	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Ariendo	Unidad	2	\$ 500,00	\$ 1.000,00
Servicio de agua	Unidad	2	\$ 35,00	\$ 70,00
Servicio de electricidad	Unidad	2	\$ 40,00	\$ 80,00
Servicio de Internet	Unidad	2	\$ 50,00	\$ 100,00
Publicidad	Unidad	2	\$ 300,00	\$ 600,00
				\$ 1.850,00

RESUMEN DE INVERSIÓN INICIAL	
Inversión fija Tangible	5.360,00
Inversión Fija Intangible	798,00
Capital de trabajo	4.000,00
INVERSIÓN TOTAL	\$ 10.158,00

La inversión inicial del proyecto consta de algunos rubros como las inversiones de tipo tangible las cuales constan de herramientas, equipos de oficina y edificios. En el apartado de herramientas tenemos un total de 1.080 dólares. En los equipos de oficina los diferentes artículos que se necesitan para el proyecto suman un total de 4.280 dólares. En lo que respecta a edificios se arrendará un local con un costo de 500 dólares mensuales. El total de la inversión de los rubros tangibles tiene un monto de 5.360 dólares. En cuanto a las inversiones intangibles tenemos a los gastos generales como licencias de software y los gastos de constitución los cuales engloban un total de 298 dólares. En total los gastos intangibles suman en total de 798 dólares. En lo que respecta al capital de trabajo se tiene a los costos de

materiales que se estima en una inversión de 150 dólares. En los gastos operativos se tiene estimado que se haga una inversión de 1.850 dólares dentro de los cuales se encuentran arriendo, servicio de agua potable con un total de 35 dólares mensuales, servicio de electricidad con un total de 40 dólares mensuales, servicio de internet con 50 dólares mensuales y la publicidad con 300 dólares mensuales. Entre los gastos del personal que se va a tener suma la cantidad de 2.000 dólares. La inversión inicial sumando todos los puntos citados anteriormente llega a un monto de 10.158 dólares.

7.1.1 Estructura de financiamiento

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO		
Dolares		
Descripción	Monto de capital	%
Aporte Propio	\$ 6.094,80	60,00%
Préstamo	\$ 4.063,20	40,00%
Inversión Total	\$ 10.158,00	100,00%

7.1.2 Plan de financiamiento

PLAN DE AMORTIZACION - CUADRO DE LA DEUDA	
BANCO:	BANECUADOR
Monto	\$ 4.063,20
Plazo	5,00
Taza int. Anual	9,76%
Frecuencia	12,00
Periodo mensual	60,00
Prestamo	\$ 4.063,20
Cuota mensual	\$ 85,85

La estructura de financiamiento se compone de un aporte propio de 6.094,80 dólares y se solicitará un préstamo al banco de 4.063,20 dólares a un plazo de 5 años. La tasa de interés anual será de 9,76% con una frecuencia de 12 meses. El periodo mensual será de 60 meses en total. Todo esto hará que se tenga que realizar un pago mensual de 85,85 dólares.

7.2 Presupuesto de Ventas

Estructurar un presupuesto de ventas para una empresa proveedora de servicios profesionales de tutorías, tareas dirigidas y asesoramiento de desarrollo:

Presupuesto de Ventas Anual

Detalle de Servicios:

Tutorías individuales:

Las tutorías individuales implican sesiones uno a uno entre un tutor y un estudiante, en las cuales se proporciona apoyo académico personalizado en un área específica de estudio.

Particularidades del servicio: Durante las tutorías individuales, el tutor se enfoca en las necesidades y desafíos particulares del estudiante, adaptando el contenido y la metodología de enseñanza según sus requerimientos específicos.

- Tarifa por hora: \$12
- Horas previstas de venta: 1,500 horas por año.

Tareas dirigidas:

Las tareas dirigidas son sesiones grupales en las que se proporciona apoyo para la realización de tareas escolares o académicas específicas.

Particularidades del servicio: Durante las sesiones de tareas dirigidas, un tutor o instructor supervisa a un grupo de estudiantes mientras realizan sus tareas asignadas, brindando orientación y ayuda cuando sea necesario.

- Tarifa por sesión: \$10
- Sesiones previstas de venta: 300 sesiones por año.

Asesoramiento de desarrollo:

El asesoramiento de desarrollo implica sesiones individuales o grupales en las que se proporciona orientación y apoyo para el crecimiento personal y académico de los estudiantes.

Particularidades del servicio: Durante las sesiones de asesoramiento de desarrollo, se abordan aspectos como la planificación académica, la gestión del tiempo, las habilidades de estudio, y el desarrollo de competencias personales.

- Tarifa por sesión: \$15
- Sesiones previstas de venta: 200 sesiones por año.

Cálculo de Ventas por Servicio:

Tutorías individuales:

- Ingresos esperados: $\$12/\text{hora} * 1,500 \text{ horas} = \$18,000$

Tareas dirigidas:

- Ingresos esperados: $\$10/\text{sesión} * 300 \text{ sesiones} = \$3,000$

Asesoramiento de desarrollo:

- Ingresos esperados: $\$15/\text{sesión} * 200 \text{ sesiones} = \$3,000$

Total de Ingresos:

- Total de ventas esperadas: $\$18,000 + \$3,000 + \$3,000 = \$24,000$

El presupuesto de ventas para la empresa proveedora de servicios profesionales de tutorías, tareas dirigidas y asesoramiento de desarrollo se ha elaborado considerando tres servicios principales ofrecidos por la empresa. Para las tutorías individuales, se proyecta un total de 1,500 horas por año de servicios vendidas a una tarifa de \$12 por hora, lo que resulta en ingresos esperados de \$18,000. En cuanto a las tareas dirigidas, se estima la venta de 300 sesiones por año a una tarifa de \$10 por sesión, generando \$3,000 en ingresos. Por último, para el asesoramiento de desarrollo, se prevé la venta de 200 sesiones por año a una tarifa de \$15 por sesión, lo que suma otros \$3,000 en ingresos. En conjunto, se espera que estos servicios generen un total de \$24,000 en ingresos para la empresa. Este presupuesto proporciona una base sólida para la planificación financiera y estratégica de la empresa, permitiendo una estimación precisa de los ingresos esperados y facilitando la toma de decisiones para alcanzar

los objetivos comerciales.

7.3 Punto de Equilibrio

- Costos fijos: Sumamos todos los costos fijos de la empresa: \$2.000,00
 - Costos variables: incluyen materiales de enseñanza, preparación de material adicional, y otros insumos relacionados directamente con las horas de tutoría \$5.00
- Dado que los servicios se ofrecen por hora o sesión, el costo variable por unidad es la tarifa por hora o sesión. Según el presupuesto de ventas anual proporcionado, las tarifas por hora/sesión son:
- \$12 para tutorías individuales
 - \$10 para tareas dirigidas
 - \$15 para asesoramiento de desarrollo.
- Precio de venta por unidad: Según el presupuesto de ventas anual, el precio de venta por unidad es la misma tarifa por hora/sesión.

Calcular el punto de equilibrio utilizando la siguiente fórmula:

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Precio de venta por unidad} - \text{Costo variable por unidad}}$$

Ahora, calculamos el punto de equilibrio:

- Tutorías individuales:

Tutorías individuales:		
PRECIO DE VENTA	\$	12,00
HORAS PREVISTAS		1500
COSTO VARIABLE		\$5,00
COSTO VARIABLE POR UNIDAD		\$7.500
COSTOS FIJOS		2.000,00
PUNTO DE EQUILIBRIO		285,71 HORAS
DOLARES		5.428,57

El punto de equilibrio para las tutorías individuales es aproximadamente 68 horas si lo calculamos con el precio de venta que tenemos proyectado por cada sesión tendríamos un valor de \$5428,57

- Tareas dirigidas:

Tareas dirigidas:	
PRECIO DE VENTA	\$ 10,00
HORAS PREVISTAS	300
COSTO VARIABLE	\$4,00
COSTO VARIABLE POR UNIDAD	\$1.200
COSTOS FIJOS	2.000,00
PUNTO DE EQUILIBRIO	333 HORAS
DOLARES	5.333,33

El punto de equilibrio para las tareas dirigidas es aproximadamente 32 horas si lo calculamos con el precio de venta que tenemos proyectado por cada sesión tendríamos un valor de \$5.333,33

- Asesoramiento de desarrollo:

Asesoramiento de desarrollo:	
PRECIO DE VENTA	\$ 15,00
HORAS PREVISTAS	200
COSTO VARIABLE	\$6,00
COSTO VARIABLE POR UNIDAD	\$1.200
COSTOS FIJOS	2.000,00
PUNTO DE EQUILIBRIO	133 HORAS
DOLARES	4.000,00

El punto de equilibrio para las tareas dirigidas es aproximadamente 20 horas si lo calculamos con el precio de venta que tenemos proyectado por cada sesión tendríamos un valor de \$4000.

7.4 Estados Financieros (Estado de Costos - Estado de P&G - Estado Flujo de Caja)

Estado de Costos (Conservador)			
Escenario	Tarifa/Hora	Horas	Costo Total
Mano de Obra Directa CAT1	\$ 5,00	3.800,00	\$ 19.000,00

Mano de Obra Directa CAT2	\$ 4,00	2.000,00	\$ 8.000,00
Mano de Obra Directa CAT3	\$ 6,00	1.500,00	\$ 9.000,00
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 1,50	7.300,00	\$ 10.950,00
Costo de Producción	\$ -	-	\$ 46.950,00
Gasto de Ventas	10%	\$ 88.100,00	\$ 8.810,00
Gastos Financieros	\$ 367,44	-	\$ 367,44
Gastos de Operación	\$ 2.000,00	10,00	\$ 20.000,00
Costo Total	\$ -	-	\$ 76.127,44
Ventas	\$ -	-	\$ 88.100,00
Utilidad	\$ -	-	\$ 11.972,56
Utilidad (%)	\$ -	-	15,73%

Mano de Obra Directa (MOD): Costo total de \$19.000,00, liderado por la categoría CAT1.

Costos Indirectos de Fabricación (CIF): Total de \$10.950,00, esencial en el costo total de producción.

Gastos Operativos y Financieros: \$20.000,00 en gastos operativos, \$367,44 en gastos financieros.

Costo Total y Ventas: Costo total de \$76.127,44, generando ventas por \$88.100,00 y una utilidad del 15,73%.

Estado de Costos (Realista)			
Escenario	Tarifa/Hora	Horas	Costo Total
Mano de Obra Directa CAT1	\$ 5,00	4.500,00	\$ 22.500,00
Mano de Obra Directa CAT2	\$ 4,00	2.800,00	\$ 11.200,00
Mano de Obra Directa CAT3	\$ 6,00	1.700,00	\$ 10.200,00
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 1,50	9.000,00	\$ 13.500,00

Costo de Producción	\$ -	-	\$ 57.400,00
Gasto de Ventas	10%	\$107.500,00	\$ 10.750,00
Gastos Financieros	\$ 367,44	-	\$ 367,44
Gastos de Operación	\$ 2.000,00	10,00	\$ 20.000,00
Costo Total	\$ -	-	\$ 88.517,44
Ventas	\$ -	-	\$ 107.500,00
Utilidad	\$ -	-	\$ 18.982,56
Utilidad (%)	\$ -	-	21,44%

MOD y CIF: MOD de \$22.500,00, con distribución más equitativa; CIF de \$13.500,00.

Gastos Operativos y Financieros: Mantienen valores anteriores.

Costo Total y Ventas: Costo total de \$88.517,44, ventas por \$107.500,00 y una utilidad del 21,44%.

Estado de Costos (Optimista)			
Escenario	Tarifa/Hora	Horas	Costo Total
Mano de Obra Directa CAT1	\$ 5,00	6.500,00	\$ 32.500,00
Mano de Obra Directa CAT2	\$ 4,00	3.500,00	\$ 14.000,00
Mano de Obra Directa CAT3	\$ 6,00	2.750,00	\$ 16.500,00
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 1,50	12.750,00	\$ 19.125,00
Costo de Producción	\$ -	-	\$ 82.125,00
Gasto de Ventas	10%	\$ 154.250,00	\$ 15.425,00
Gastos Financieros	\$ 367,44	-	\$ 367,44
Gastos de Operación	\$ 2.000,00	10,00	\$ 20.000,00
Costo Total	\$ -	-	\$ 117.917,44
Ventas	\$ -	-	\$ 154.250,00

Utilidad	\$	-	\$
			36.332,56
Utilidad (%)	\$	-	
			30,81%

MOD y CIF: MOD aumenta a \$32.500,00, CIF a \$19.125,00.

Gastos Operativos y Financieros: Mantienen valores anteriores.

Costo Total y Ventas: Costo total de \$117.917,44, ventas por \$154.250,00 y una utilidad del 30,81%.

Estado de Pérdidas y Ganancias			
Escenario	Conservador	Realista	Optimista
Ingresos Totales	\$ 88.100,00	107.500,00	154.250,00
Costo de Ventas	\$55.760	\$68.150	\$97.550
Ganancia Bruta	\$32.340	\$39.350	\$56.700
Gastos Operativos	\$20.000	\$20.000	\$20.000
Depreciación y Amort.	\$5.000	\$5.000	\$5.000
Utilidad Neta	\$7.340	\$14.350	\$31.700

Ingresos Totales y Costo de Ventas: Ingresos aumentan de \$88.100,00 a \$154.250,00; costos de ventas reflejan esta variación.

Ganancia Bruta: Aumenta significativamente de \$32.340,00 a \$56.700,00.

Gastos Operativos y Depreciación/Amortización: Mantienen valores constantes.

Utilidad Neta: Incrementa progresivamente de \$7.340,00 a \$31.700,00.

Estado de Costos			
Escenario	Conservador	Realista	Optimista
Mano de Obra Directa CAT1	\$19.000	\$22.500	\$32.500
Mano de Obra Directa CAT2	\$8.000	\$11.200	\$14.000

Mano de Obra Directa CAT3	\$9.000	\$10.200	\$16.500
Costos Indirectos de Fabricación	\$10.950	\$13.500	\$19.125
Costo de Producción	\$46.950	\$57.400	\$82.125
Gasto de Ventas	\$8.810	\$10.750	\$15.425
Gastos Financieros	\$367	\$367	\$367
Gastos de Operación	\$20.000	\$20.000	\$20.000
Costo Total	\$76.127	\$88.517	\$117.917
Utilidad (%)	15,73%	21,44%	30,81%
Ventas	\$88.100	\$107.500	\$154.250

Conservador:

- **Mano de Obra Directa (MOD):** CAT1 lidera con \$19.000,00, totalizando \$46.950,00 con otras categorías.
- **Costos Indirectos de Fabricación (CIF):** \$10.950,00, contribuyendo al 23,27% del costo total.
- **Gastos Operativos y Financieros:** \$8.810,00 en gastos de ventas, \$367,00 en gastos financieros y \$20.000,00 en gastos de operación.
- **Costo Total y Ventas:** \$76.127,00 en costo total, generando ventas de \$88.100,00 y una utilidad del 15,73%.

Realista:

- **MOD y CIF:** Aumento moderado en MOD y CIF, totalizando \$57.400,00 en costo de producción.
- **Gastos Operativos y Financieros:** Gastos de ventas de \$10.750,00 y \$20.000,00 en gastos operativos.
- **Costo Total y Ventas:** Costo total de \$88.517,44, ventas de \$107.500,00 y una utilidad del 21,44%.

Optimista:

- **MOD y CIF:** Incremento sustancial en MOD y CIF, elevando el costo de producción

a \$82.125,00.

- **Gastos Operativos y Financieros:** Gastos de ventas de \$15.425,00 y \$20.000,00 en gastos operativos.
- **Costo Total y Ventas:** Mayor costo total de \$117.917,44, ventas de \$154.250,00 y una utilidad del 30,81%.

7.5 Indicadores Financieros (VAN - TIR - Período de recuperación, WACC)

VAN

Tomando en cuenta los flujos proyectados en el periodo de un año se calcula el valor actual neto usando como tasa la cobrada por el banco para el financiamiento de la deuda con la que se realiza la inversión inicial, en este caso podemos ver que es mayor que el capital invertido por lo que se considera atractiva la inversión

TIR

En el caso estudiado hemos tomado en cuenta los flujos proyectados para el primer año del proyecto con una tasa de retorno del 17.46% lo que muestra que esta inversión generar rendimientos aceptables.

PR

El periodo de recuperación de esta inversión es realmente corto, esto se da por el bajo nivel de inversión que se requiere para el inicio de las operaciones.

WACC

En este caso el WACC existe una sola fuente de financiamiento que es el préstamo bancario por lo que para su cálculo se toma en cuenta el impuesto a la renta que se pueda causar en el rango de esperado.

En conclusión, la ventaja de esta inversión se da por una necesidad de un capital de inversión que no es realmente alto, sino bajo. Los flujos provienen del empleo de los trabajadores los cuales tendrán la facilidad de trabajar el tiempo que consideren necesario, es importante en este

sentido asegurarnos una buena cantidad de personas profesionales y capacitadas con suficiente nivel de educación dispuestas para cumplir con horas mínimas negociables, en general la inversión es generalmente aceptable ya que cumple con los criterios financieros.

VAN	\$ 13,347.10
TIR	17.46%
Pr	1.96
WACC	6.83%

8 Conclusiones y Recomendaciones

8.1 Conclusiones

- Llego a la conclusión de que esta empresa tiene un potencial significativo para impactar positivamente en la comunidad educativa y en el desarrollo personal de los estudiantes. Al ofrecer servicios personalizados y de calidad, PUNTO DE APRENDIZAJE puede llenar un vacío en el mercado educativo, brindando apoyo integral que va más allá de la enseñanza tradicional en las aulas. Su enfoque centrado en el alumno, combinado con la experiencia y dedicación de su equipo, puede contribuir de manera efectiva al éxito académico y al crecimiento personal de quienes acceden a sus servicios. En resumen, la creación de PUNTO DE APRENDIZAJE representa una oportunidad emocionante para hacer una diferencia significativa en la vida de los estudiantes y en el panorama educativo en general.
- En conclusión, este estudio sobre la creación de la empresa "Punto De Aprendizaje" ha confirmado la viabilidad y el potencial de esta iniciativa centrada en la educación. La demanda creciente en el mercado respalda la pertinencia de este proyecto, que no solo es un emprendimiento comercial, sino también un agente de cambio social. La importancia de mantener un enfoque constante en la calidad educativa ha sido destacada, y se ha demostrado que la integración de métodos de enseñanza modernos y tecnología es efectiva para atraer a un público diverso.
- El proyecto de establecer una empresa de servicios de tutorías ofrece una oportunidad emocionante para abordar una creciente necesidad en el mercado educativo. A lo largo de este trabajo, se ha examinado en detalle la planificación, desarrollo e

implementación de la empresa, desde la investigación de la demanda del mercado hasta la elaboración de estrategias de marketing y la contratación de personal calificado.

- Creo que este emprendimiento llamado PUNTO DE APRENDIZAJE tiene el potencial suficiente para aportar de manera positiva a mejorar el nivel académico de un sinnúmero de estudiantes debido a que muchas instituciones educativas no satisfacen las dudas académicas de la mayoría de los alumnos. Esto se puede dar por una educación deficiente en los establecimientos educativos y por falta de preparación de los docentes con lo que el desarrollo de este proyecto puede resultar de gran ayuda a los estudiantes que deseen alcanzar la excelencia académica. También se debe tomar en cuenta PUNTO DE APRENDIZAJE puede resultar beneficioso en el aspecto emocional del alumno ya que los docentes representan un gran apoyo que influye en la autoestima del estudiante. Esto refuerza su confianza y su manera de afrontar los problemas tanto en su vida académica como en su vida personal.

8.2 Recomendaciones

- La recomendación principal sería asegurarme de que la empresa PUNTO DE APRENDIZAJE establezca una estrategia sólida para la captación y retención de clientes. Esto implica no solo ofrecer servicios de alta calidad, sino también implementar un enfoque proactivo para llegar a nuevos clientes y mantener relaciones sólidas con los existentes. En resumen, enfocarse en la captación y retención de clientes, junto con la calidad de los servicios ofrecidos y la dedicación del equipo, será fundamental para el éxito a largo plazo de PUNTO DE APRENDIZAJE como proveedor de servicios profesionales de tutorías, tareas dirigidas y asesoramiento de desarrollo.
- En cuanto a las recomendaciones, se sugiere continuar la innovación educativa, mantenerse actualizado con las últimas tendencias y explorar nuevas tecnologías. Además, se alienta a buscar colaboraciones y alianzas estratégicas para aumentar la visibilidad de Punto De Aprendizaje y acceder a recursos adicionales. Se insta a implementar un sistema sólido de seguimiento y evaluación, recopilando retroalimentación continua de los usuarios para ajustar y mejorar la calidad de los servicios. También se sugiere considerar una expansión gradual a medida que se consolida la presencia en el mercado local, explorando nuevos segmentos demográficos y geográficos.
- Recomendamos mantener un enfoque continuo en la calidad y la innovación en los servicios de tutorías. Además, es crucial establecer relaciones sólidas con los clientes y adaptar las estrategias de marketing según evolucione el mercado educativo. No se debe subestimar la importancia de la capacitación y la retención de personal calificado, ya

que son fundamentales para brindar un servicio excepcional y mantener la reputación de la empresa.

- recomienda trabajar en el aspecto de la logística que el proyecto tendrá ya que es necesario que la comunicación entre el docente que va a impartir la clase y el cliente sea muy clara y efectiva en todo momento para evitar confusiones o retrasos en cuanto a la hora y fecha en las que se va a impartir la tutoría.
- Es importante revisar el modelo de monetización que se va a tener en este modelo de negocio ya que es necesario escoger el mejor método para que las transacciones económicas entre la empresa y el cliente se realicen sin inconvenientes y los pagos a los empleados que en este caso serán los docentes satisfagan tanto al empleado como al empleador. Es necesario tener un plan de reclutamiento óptimo para realizar un proceso de selección de personal altamente calificado para que puedan formar parte del proyecto ya que de esto depende la calidad del servicio que se va a brindar a los potenciales clientes.

9 Bibliografía

- Álvarez, D. S. (2019). Identificación del Problema.
- Análisis FODA: qué es y cómo usarlo (con ejemplos) [2021] • Asana
- Brown, A. (2018). "Quality in Online Education: How Khan Academy and Coursera Set the Standards." *Journal of Educational Technology*, 12(3), 45-60.
- Brown, T. (2008). *Design Thinking*.
- Chen, C. (2019). Competitive Landscape in Tutoring Services.
- Chen, L., & Li, S. (2020). "The Role of Technology in Educational Services." *International Journal of Business and Technology*, 6(2), 112-125.
- Clark, A. (2017). Technology in Education: Trends, Impacts, and Barriers. *Educational Media International*, 54(3), 163-175.
- Daft, R. L., & Daft, R. L. (2011). *Teoría y diseño organizacional*.
- Dennehy, D., Kasraian, L., O'Raghallaigh, P. y Conboy, K. (2016). Marcos de ajuste del mercado de productos para el desarrollo de productos eficientes.
- Ferrer, M. A. (2016). Innovación y diseño organizacional. *Revista Venezolana de Gerencia*.
- García, M. (2021). "Marketing Strategies for Educational Services." *Journal of Marketing Research*, 18(1), 76-89.
- García, M., et al. (2018). Educational Technology: The Role of Theory in the Practice of Integration. *Journal of Research on Technology in Education*, 50(3), 213-227.
- Johnson, R., et al. (2020). "Trends in Educational Services Demand." *Educational Trends Review*, 5(2), 210-225.
- Kimbell, L. (2011). *Rethinking Design Thinking: Part I*.
- Naratama, A. A., & Windasari, N. A. (2019). Proposed Method for Problem-Solution Fit Phase at Start-up Incubator. *European Journal of Business and Management Research*, 4(2).

Salinas, J., Duarte, A., & Domingo, J. (2007). Nuevas tecnologías aplicadas a la educación (pp. 153-265). J. Cabero (Ed.). McGraw-Hill Interamericana.

Smith, A., & Johnson, B. (2022). Trends in Personalized Educational Services.

Smith, J. (2019). "Adaptability in Educational Businesses." *Entrepreneurial Education Journal*, 8(4), 335-350.

10 Anexos