



UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA

**PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA PRESTADORA DE SERVICIOS DE
ENSEÑANZA DE MÚSICA Y CANTO MEDIANTE UNA
PLATAFORMA VIRTUAL**

**Trabajo de Investigación para optar el Grado Académico de Bachiller en
las siguientes carreras:**

**LIZBETH BENEDICTA CABRERA FLORES
(0000-0003-1794-4625)
Administración de empresas**

**DIANA PRINCIPE OLIVARES
(0000-0003-2821-2278)
Negocios Internacionales**

Lima - Perú

2021

ÍNDICE

Introducción	xxiii
Capítulo I: Información General.....	1
1.1 Nombre de la empresa y horizonte de evaluación.....	1
1.2 Actividad económica, código CIIU, partida arancelaria	2
1.3 Definición del negocio y Modelo CANVAS.....	2
1.4 Descripción del producto o servicio.....	4
1.5 Oportunidad de negocio	10
1.6 Estrategia Genérica de la empresa:.....	12
Capítulo II: Análisis del Entorno	13
2.1 Análisis del Macro entorno	13
2.1.1 Del País	13
2.1.1.1 Capital, ciudades importantes. Superficie, Número de habitantes	13
2.1.1.2 Tasa de crecimiento de la población. Ingreso per cápita. Población económicamente activa.....	14
2.1.1.3 Balanza comercial: Importaciones y exportaciones.	17
2.1.1.4 PBI, Tasa de inflación, Tasa de interés, Tipo de cambio, Riesgo país.....	18
2.1.1.5 Leyes o reglamentos generales vinculados al proyecto.....	21
2.1.2 Del Sector.....	21
2.1.2.1 Mercado internacional.....	21
2.1.2.2 Mercado del consumidor.....	25
2.1.2.3 Mercado de Proveedores	28
2.1.2.4 Mercado de Competidores.....	29
2.1.2.5 Mercado distribuidor.....	30

2.1.2.6	Leyes o reglamentos del sector vinculados al proyecto	30
2.2	Análisis del Microentorno	31
2.2.1	Competidores actuales: Nivel de competitividad.....	31
2.2.2	Fuerza negociadora de los clientes.....	31
2.2.3	Fuerza negociadora de los proveedores.	32
2.2.4	Amenaza de productos sustitutos.....	32
2.2.5	Competidores potenciales barreras de entrada.....	32
	Capítulo III: Plan Estratégico.....	34
3.1	Visión y misión de la empresa.....	34
3.1.1	Visión	34
3.1.2	Misión	34
3.2	Análisis FODA.	34
3.3	Objetivos.	35
	Capítulo IV: Estudio De Mercado.....	36
4.1	Investigación de mercado	36
4.1.1	Criterios de segmentación.....	36
4.1.1.1	Geográfico.	36
4.1.1.2	Demográfico.	36
4.1.1.3	Socioeconómico:	37
4.1.1.4	Psicografico.	37
4.1.2	Marco muestral.	38
4.1.3	Entrevistas a profundidad.....	39
4.1.4	Focus Group.....	43
4.1.5	Encuestas.....	44
4.2	Demanda y oferta	55

4.2.1	Estimación del mercado potencial.	55
4.2.2	Estimación del mercado disponible.	56
4.2.3	Estimación del mercado efectivo.	58
4.2.4	Estimación del mercado objetivo.	58
4.2.5	Frecuencia de compra.	60
4.2.6	Cuantificación anual de la demanda.	60
4.2.7	Estacionalidad.	60
4.2.8	Programa de Ventas en unidades y valorizado.	61
4.3	Mezcla de marketing	68
4.3.1	Producto.	68
4.3.2	Precio.	72
4.3.3	Plaza.	73
4.3.4	Promoción.	74
4.3.4.1	Campaña de lanzamiento.	74
4.3.4.2	Promoción para todos los años.	79
Capítulo V: Estudio Legal y Organizacional.....		82
5.1	Estudio Legal	82
5.1.1	Forma Societaria	82
5.1.2	Registro de marcas y patentes.	85
5.1.3	Licencias y autorizaciones.	87
5.1.4	Legislación Laboral	88
5.1.5	Legislación Tributaria.	89
5.1.6	Otros aspectos legales	90
5.1.7	Resumen del capítulo.	90
5.2	Estudio organizacional	91

5.2.1 Organigrama funcional	91
5.2.2. Servicios tercerizados.	93
5.2.3 Descripción de puestos de trabajo.....	93
5.2.4 Descripción de actividades de los servicios tercerizados.....	97
5.2.5 Aspectos laborales	98
Capítulo VI: Estudio Técnico	107
6.1 Tamaño del Proyecto.....	107
6.1.1 Capacidad Instalada	107
6.1.2 Capacidad Utilizada.....	113
6.2 Procesos	115
6.2.1 Diagrama de flujo de proceso de producción	115
6.2.2 Programa de Producción.....	167
6.2.3. Requerimiento de Mano de Obra directa.....	169
6.3 Tecnología para el proceso	169
6.3.1 Maquinarias y Equipos	169
6.3.2 Herramientas.....	171
6.3.3 Mobiliario	173
6.3.4 Útiles de Oficina	174
6.3.5 Programa de mantenimiento de maquinaria y equipos.....	174
6.3.6 Programa de reposición de herramientas y utensilios por uso.....	175
6.3.7 Programa de compras posteriores (durante los años de operación) de maquinarias, equipos, herramientas, utensilios, mobiliario por incremento de ventas.	175
6.4. Localización.....	176
6.4.1. Macro localización.....	176
6.4.2. Micro localización.	177

6.4.3.	Gastos de adecuación.....	181
6.4.4.	Gastos de servicios.....	181
6.4.5.	Plano del centro de operaciones.....	182
6.4.6.	Descripción del centro de operaciones.	183
6.5.	Responsabilidad social frente al entorno	183
6.5.1.	Impacto ambiental.....	183
6.5.2.	Con los trabajadores.....	184
6.5.3.	Con la comunidad.	186
Capítulo VII: Estudio económico y financiero		187
7.1.	Inversiones	187
7.1.1.	Inversión en Activo Fijo Depreciable.....	187
7.1.2.	Inversión en Activo Intangible.....	189
7.1.3.	Inversión en Gastos Pre-Operativos.....	190
7.1.4.	Inversión en capital de trabajo (método déficit acumulado).....	192
7.1.6.	Liquidación del IGV.	206
7.1.7.	Resumen de estructura de inversiones.....	210
7.2.	Financiamiento.....	210
7.2.1.	Estructura de financiamiento.	211
7.2.2.	Financiamiento del activo fijo.	212
7.3.	Ingresos anuales	212
7.3.1.	Ingresos por ventas.	213
7.3.2.	Valor de Desecho Neto del activo fijo.....	213
7.4.	Costos y gastos anuales.....	213
7.4.1.	Egresos desembolsables.....	213
7.4.1.1.	Presupuesto de materiales	213

7.4.1.2. Presupuesto de Mano de Obra Directa.....	214
7.4.1.3. Presupuesto de costos indirectos.....	215
7.4.1.4. Presupuesto de gastos de administración.....	216
7.4.1.5. Presupuesto de gastos de ventas.	218
7.4.2. Egresos no desembolsables.....	219
7.4.2.1. Depreciación y Amortización de intangibles.....	219
7.4.2.3. Gasto por activos fijos no depreciables.	221
7.4.3. Costo de producción unitario y costo total unitario.....	221
7.4.4. Costos fijos y variables unitarios.....	228
Capítulo VIII: Estados financieros proyectados.....	229
8.1. Premisas del Estado de Ganancias y Pérdidas y del Flujo de Caja.....	229
8.2. Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos financieros.....	230
8.3. Estado de Ganancias y Pérdidas con gastos financieros y escudo fiscal.....	231
8.4. Flujo de Caja Operativo.....	232
8.5. Flujo de Capital.....	233
8.6. Flujo de Caja Económico.....	234
8.7. Flujo del Servicio de la deuda.....	235
8.8. Flujo de Caja Financiero.....	236
Capítulo IX: Evaluación económico financiera	237
9.1. Cálculo de la tasa de descuento	237
9.1.1. Costo de oportunidad	237
9.1.1.1. CAPM.....	237
9.1.1.2. COK propio.....	237
9.1.2. Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC).....	238
9.2. Evaluación económica financiera	238

9.2.1. Indicadores de Rentabilidad.....	238
9.2.1.1. VANE y VANF.....	238
9.2.1.2. TIRE y TIRF, TIR modificado.	238
9.2.1.3. Período de recuperación descontado.....	238
9.2.1.4. Análisis Beneficio / Costo (B/C).	241
9.2.2 Análisis del punto de equilibrio	241
9.2.2.1. Estado de resultados (costeo directo).....	242
9.3 Análisis de sensibilidad y riesgo.....	243
9.3.1 Variables de Entrada	243
9.3.2 Variables de salida	243
9.3.3 Análisis Unidimensional	243
9.3.4 Análisis Multidimensional	245
9.3.5 Variables críticas del proyecto.....	246
9.3.6 Perfil de riesgo	246
Capítulo 10: Conclusiones y Recomendaciones	247
10.1 Conclusiones.....	247
10.2 Recomendaciones.	248
Bibliografía	249
Anexos	250

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Pre guitarra	5
Tabla 2.	Pre piano	5
Tabla 3.	Pre violín.....	6
Tabla 4.	Pre canto	6
Tabla 5.	Guitarra.....	7
Tabla 6.	Piano	7
Tabla 7.	Violín.....	8
Tabla 8.	Canto.....	8
Tabla 9.	Guitarra I.....	9
Tabla 10.	Piano I.....	9
Tabla 11.	Violín I.....	9
Tabla 12.	Canto I.....	9
Tabla 13.	Principales Ciudades del Perú del 2019.....	14
Tabla 14.	Población Perú y Lima del 2015 al 2019.....	14
Tabla 15.	PBI del Año 2017 al 2020.....	18
Tabla 16.	Empresas de servicio de música online.	24
Tabla 17.	Análisis FODA.....	34
Tabla 18.	Población proyectada de las zonas 6 y 7 de Lima Moderna, proyectada hasta el año 2026.....	36
Tabla 19.	Entrevista 1	40
Tabla 20.	Entrevista 2	42
Tabla 21.	Ficha técnica	43
Tabla 22.	Calculo de la demanda potencial	56

Tabla 23.	Proyección de 5 años Mercado Potencial	56
Tabla 24.	Pesos por tipo de respuesta afirmativa.....	57
Tabla 25.	Proyección 5 años Mercado Disponible	57
Tabla 26.	Proyección a 5 años Mercado Efectivo.....	58
Tabla 27.	Cálculo porcentual de la participación de mercado	59
Tabla 28.	Proyección a 5 años Mercado Objetivo	59
Tabla 29.	Frecuencia de compra	60
Tabla 30.	Cuantificación de la demanda.....	60
Tabla 31.	Estacionalidad	61
Tabla 32.	Porcentaje Estacionalidad	61
Tabla 33.	Programa de ventas en unidades más estacionalidad.....	62
Tabla 34.	Preferencia de cursos	62
Tabla 35.	Programa de ventas en unidades más estacionalidad por cada año	63
Tabla 36.	Programa de Venta en soles por año.....	65
Tabla 37.	Canales.....	65
Tabla 38.	Programa de ventas en unidades y soles por canal (Ingreso Neto).....	65
Tabla 39.	Precio	66
Tabla 40.	Calculo de la demanda soles por año.....	66
Tabla 41.	Precios de Competidores.....	72
Tabla 42.	Tarifario de los cursos Grupales de DO-RE-MI Escuela de Música.....	73
Tabla 43.	Imágenes para Facebook.....	77
Tabla 44.	Calendario de las Campañas:	78
Tabla 45.	Calendarización Campaña Intriga.....	78
Tabla 46.	Costos de la Campaña Intriga	78
Tabla 47.	Costos Campaña Lanzamiento.....	78

Tabla 48.	Calendarización de promoción 2022	79
Tabla 49.	Calendarización de promoción 2023	79
Tabla 50.	Calendarización de promoción 2024	80
Tabla 51.	Calendarización de promoción 2025	80
Tabla 52.	Calendarización de promoción 2026	81
Tabla 53.	Cuadro de gastos de Promoción y publicidad todos los años	81
Tabla 54.	Costo por actividad para la constitución de la empresa.....	85
Tabla 55.	Monto a pagar por registro de marca	87
Tabla 56.	Precios de Licencias.....	88
Tabla 57.	Tabla de Impuestos	89
Tabla 58.	Cuadro Resumen de Gastos	90
Tabla 59.	Detalle de puestos del 2022 al 2026	92
Tabla 60.	Costos Anualizado de servicios tercerizados en soles	93
Tabla 61.	Detalle de descripción de puesto de Trabajo: Gerente General.....	94
Tabla 62.	Detalle de descripción de puesto de Trabajo: Jefe de Operaciones	94
Tabla 63.	Detalle de descripción de puesto de Trabajo: Jefe Administrativo.....	95
Tabla 64.	Detalle de descripción de puesto de Trabajo: Analista de Marketing	95
Tabla 65.	Detalle de descripción de puesto de Trabajo: Docentes	95
Tabla 66.	Detalle de descripción de puesto de Trabajo: Asistente Administrativo.	96
Tabla 67.	Detalle de descripción de puesto de Trabajo: Ejecutivo de Atención al Cliente	96
Tabla 68.	Detalle de descripción de puesto de Trabajo: Analista de Soporte al Usuario	97
Tabla 69.	Detalle de Servicio Tercerizado de Asesoría Contable.....	97
Tabla 70.	Detalle de Servicio Tercerizado de Limpieza.....	98

Tabla 71.	Forma de contratación según personal de la empresa.....	98
Tabla 72.	Planilla para el año 2022.....	100
Tabla 73.	Planilla para el año 2023.....	101
Tabla 74.	Planilla para el año 2024.....	102
Tabla 75.	Planilla para el año 2025.....	103
Tabla 76.	Planilla para el año 2026.....	104
Tabla 77.	Personal honorarios.....	105
Tabla 78.	Gastos por servicios tercerizados por año.....	106
Tabla 79.	Horarios de trabajo.....	106
Tabla 80.	Demanda por año	107
Tabla 81.	Calculo de la capacidad instalada del curso guitarra Año 2022	108
Tabla 82.	Calculo de la capacidad instalada del curso piano Año 2022.....	108
Tabla 83.	Calculo de la capacidad instalada del curso violín Año 2022	109
Tabla 84.	Calculo de la capacidad instalada del curso canto Año 2022	109
Tabla 85.	Resumen Capacidad Instalada 2022	110
Tabla 86.	Resumen Capacidad Instalada 2023	110
Tabla 87.	Resumen Capacidad instalada 2024.....	111
Tabla 88.	Resumen Capacidad Instalada 2025	111
Tabla 89.	Resumen Capacidad Instalada 2026	112
Tabla 90.	Resumen por Año Profesores necesarios.....	112
Tabla 91.	Profesores necesarios	113
Tabla 92.	Capacidad instalada en horas	113
Tabla 93.	Capacidad Utilizada en horas.....	114
Tabla 94.	Programa de producción mensual por cursos - contratos	167
Tabla 95.	Requerimiento Mano de Obra del 2022 al 2026.....	169

Tabla 96.	Maquinarias y Equipos	170
Tabla 97.	Equipos de Oficina.....	171
Tabla 98.	Herramientas	172
Tabla 99.	Mobiliario	173
Tabla 100.	Útiles de Oficina	174
Tabla 101.	Mantenimiento de Maquinaria.....	174
Tabla 102.	Equipos de Oficina.....	175
Tabla 103.	Programa de compras posteriores	175
Tabla 104.	Macro localización Evaluación.....	177
Tabla 105.	Gastos de adecuación.....	181
Tabla 106.	Gastos de Servicios	181
Tabla 107.	Responsabilidad Social	185
Tabla 108.	Responsabilidad Social con la Comunidad.....	186
Tabla 109.	Inversión Activo Fijo Operaciones	187
Tabla 110.	Inversión Activo Fijo Administración	188
Tabla 111.	Inversión Activo Fijo Ventas	188
Tabla 112.	Resumen Activos Fijos Depreciables	189
Tabla 113.	Inversión Activo Intangible	189
Tabla 114.	Resumen Activos Tangibles	190
Tabla 115.	Amortización.....	190
Tabla 116.	Resumen Amortización por Área.....	190
Tabla 117.	Gastos Pre Operativos.....	191
Tabla 118.	Inversión Capital de Trabajo del 2022.....	192
Tabla 119.	Inversión Capital de Trabajo del 2023.....	195
Tabla 120.	Inversión Capital de Trabajo del 2024.....	198

Tabla 121.	Inversión Capital de Trabajo del 2025.....	201
Tabla 122.	Inversión Capital de Trabajo del 2026.....	204
Tabla 123.	Resumen Estructura de Inversiones.....	210
Tabla 124.	Estructura Financiamiento – Aporte de cada socio.....	211
Tabla 125.	Estructura de Financiamiento	211
Tabla 126.	Financiamiento del activo fijo	212
Tabla 127.	Ingreso por Ventas	213
Tabla 128.	Valor de desecho Neto del activo fijo.....	213
Tabla 129.	Presupuesto de Materiales.....	214
Tabla 130.	Presupuesto Mano de Obra Directa Planilla	214
Tabla 131.	Presupuesto Mano de Obra Directa R. Honorarios.....	214
Tabla 132.	Presupuesto Costos Indirectos	215
Tabla 133.	Resumen CIS Operaciones	215
Tabla 134.	Presupuesto Gastos Administrativos.....	216
Tabla 135.	Resumen CIS Administración.....	217
Tabla 136.	Presupuesto de gastos de ventas	218
Tabla 137.	Resumen CIS Ventas	218
Tabla 138.	Egresos no Desembolsables.....	219
Tabla 139.	Costo de servicio Unitario Promedio.....	221
Tabla 140.	Costo total Unitario Promedio	222
Tabla 141.	Resumen costos Totales Unitarios Mensuales Guitarra.....	223
Tabla 142.	Resumen costos Totales Unitarios Mensuales Piano.....	224
Tabla 143.	Resumen Costos Totales Unitarios Mensuales Violín.....	225
Tabla 144.	Resumen Costos Totales Unitarios Mensuales Canto	226
Tabla 145.	Margen Unitario por Curso.....	227

Tabla 146.	Costos fijos y variables unitarios	228
Tabla 147.	Estado de Ganancias y pérdidas sin gastos financieros	230
Tabla 148.	Estado de ganancias y pérdidas con gastos financieros	231
Tabla 149.	Escudo Fiscal	232
Tabla 150.	Flujo de caja operativo.....	232
Tabla 151.	Flujo de Capital.....	233
Tabla 152.	Flujo de caja económico	234
Tabla 153.	Flujo del servicio de la deuda	235
Tabla 154.	Flujo Caja Financiero.....	236
Tabla 155.	CAPM	237
Tabla 156.	COK Propio	237
Tabla 157.	Costo promedio ponderado de capital WACC.....	238
Tabla 158.	Periodo de recuperación descontado.....	238
Tabla 159.	Periodo de recuperación descontado.....	239
Tabla 160.	Periodo de recuperación descontados	239
Tabla 161.	Periodo de recuperación descontados	240
Tabla 162.	Punto de Equilibrio	241
Tabla 163.	Estado de resultados costeo directo	242
Tabla 164.	Variables de entrada.....	243
Tabla 165.	Análisis unidimensional demanda	244
Tabla 166.	Análisis unidimensional precio.....	244
Tabla 167.	Análisis unidimensional Costos totales	245
Tabla 168.	Análisis Multidimensional	245

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Logo DO – RE – MI Escuela de Música	1
Figura 2.	CIIU. Enseñanza Cultural.	2
Figura 3.	Canvas de DO – RE – MI Escuela de Música	3
Figura 4.	Personajes para Clases de los niños de 3 a 6 años	6
Figura 5.	Países de América con mayor población 2020	13
Figura 6.	Población y Tasa de crecimiento de 1950 al 2070.....	15
Figura 7.	Ingreso per cápita promedio mensual del 2008 al 2019	15
Figura 8.	Tasa de población económicamente activa del 2012 al 2020	16
Figura 9.	Evolución de Exportación e Importación 2020– INEI	17
Figura 10.	Tasa de inflación del Perú del 2016 al 2019	18
Figura 11.	Tasa de interés del Perú del año 2015 al 2020.....	19
Figura 12.	Tasa Tipo de Cambio del 2018 al 2020	20
Figura 13.	Indicadores de Riesgo País del 2018 al 2020.....	21
Figura 14.	Penetración de Internet por Región en el mundo.....	22
Figura 15.	Estructura socioeconómica de la población por zonas geográficas	25
Figura 16.	Lima Metropolitana 2019: Población por segmento de edad	25
Figura 17.	Oportunidad de compra online (entre aquellos con acceso a internet)	26
Figura 18.	Expectativa de compra online	27
Figura 19.	Tiempos de navegación.....	27
Figura 20.	Ingresos y gastos según NSE 2020. Perú total.....	28
Figura 21.	Población según segmento de edad.....	36
Figura 22.	Estructura socioeconómica de la población por zonas geográficas	37
Figura 23.	Estilos de Vida	38

Figura 24.	Resultados pregunta 1	44
Figura 25.	Resultados Pregunta 2.....	44
Figura 26.	Resultados pregunta 3	45
Figura 27.	Resultados Pregunta 4.....	46
Figura 28.	Respuesta Pregunta 5	46
Figura 29.	Respuesta Pregunta 6	47
Figura 30.	Respuesta pregunta 7	47
Figura 31.	Respuesta Pregunta 8	48
Figura 32.	Respuesta pregunta 9	49
Figura 33.	Respuesta pregunta 10	49
Figura 34.	Respuesta pregunta 11	50
Figura 35.	Respuesta pregunta 12	51
Figura 36.	Respuesta Pregunta 13	51
Figura 37.	Respuesta pregunta 14	52
Figura 38.	Respuesta Pregunta 15	52
Figura 39.	Respuesta Pregunta 16	53
Figura 40.	Respuesta Pregunta 17	54
Figura 41.	Respuesta pregunta 18.....	54
Figura 42.	Respuesta Pregunta 19	55
Figura 43.	Tasa de crecimiento población.....	59
Figura 44.	Logo antiguo	68
Figura 45.	Logo nuevo	68
Figura 46.	Página Web DO-RE-MI Escuela de Música.....	71
Figura 47.	Promoción.....	74
Figura 48.	Campaña intriga	76

Figura 49.	Portal Sid Sunarp	84
Figura 50.	Web Busca tu marca Indecopi	86
Figura 51.	Diagrama de Gantt para la constitución de la Escuela de Música y Canto DOREMI año 0	91
Figura 52.	Organigrama Escuela de Música y Canto DOREMI S.A.C.	92
Figura 53.	Diagrama de Proceso de Venta de servicio.....	115
Figura 54.	Diagrama de flujo de Clases Virtuales.....	116
Figura 55.	Contenidos Deseables	119
Figura 56.	Plano de Arquitectura	120
Figura 57.	Arquitectura del sistema API REST	120
Figura 58.	Página Web de la empresa – Interfaz Principal	121
Figura 59.	Página Web de la empresa – Interfaz Informativa.....	121
Figura 60.	Pasarela de pago.....	122
Figura 61.	Ingreso a sección Aula Virtual.....	123
Figura 62.	Ingreso a sección Aula Virtual.....	123
Figura 63.	Plataforma Virtual.....	124
Figura 64.	Interfaz Principal Alumno.....	125
Figura 65.	Cursos – Sección Superior Izquierda.....	125
Figura 66.	Cursos – Área Personal.....	126
Figura 67.	Cursos Página Principal	126
Figura 68.	Visualizar Contenidos del curso	127
Figura 69.	Calendario Alumno	127
Figura 70.	Módulos de enseñanza	128
Figura 71.	Notificaciones	129
Figura 72.	Chat interno de la plataforma.....	129

Figura 73.	Mensajería Interna	130
Figura 74.	Editar Perfil	130
Figura 75.	Editar Perfil	131
Figura 76.	Perfil de profesores por curso	131
Figura 77.	Perfil del profesor	132
Figura 78.	Foro de plataforma virtual	132
Figura 79.	Evaluaciones teóricas en línea	133
Figura 80.	Evaluaciones teóricas en línea	133
Figura 81.	Evaluaciones teóricas en línea	134
Figura 82.	Evaluaciones teóricas en línea	134
Figura 83.	Calificaciones.....	135
Figura 84.	Asistencia del alumno	135
Figura 85.	Encuestas.....	135
Figura 86.	Estado de Tarea.....	136
Figura 87.	Visualizar Clases Virtuales	136
Figura 88.	Registro de clases online.....	137
Figura 89.	Creación de Módulos	138
Figura 90.	Agregar contenido.....	138
Figura 91.	Subir Archivo.....	139
Figura 92.	Subir Archivo.....	139
Figura 93.	Subir Archivo.....	140
Figura 94.	Subir Archivo.....	140
Figura 95.	Subir Archivo.....	140
Figura 96.	Creación Evaluación	141
Figura 97.	Creación Evaluación	141

Figura 98.	Creación Evaluación	142
Figura 99.	Editar Evaluación.....	142
Figura 100.	Editar Evaluación	142
Figura 101.	Calificación de Evaluación.....	143
Figura 102.	Calificación de Evaluación.....	143
Figura 103.	Creación de foros	144
Figura 104.	Creación de Foros.....	144
Figura 105.	Creación de Foros.....	145
Figura 106.	Perfil del profesor.....	145
Figura 107.	Creación Botón Zoom - Videoconferencia	146
Figura 108.	Creación Botón Zoom - Videoconferencia	146
Figura 109.	Creación Botón Zoom - Videoconferencia	146
Figura 110.	Creación Botón Zoom - Videoconferencia	147
Figura 111.	Creación Botón Zoom - Videoconferencia	147
Figura 112.	Creación Botón Zoom - Videoconferencia	148
Figura 113.	Creación Botón Zoom - Videoconferencia	148
Figura 114.	Creación Botón Zoom - Videoconferencia	148
Figura 115.	Otra opción de envío de enlace Zoom por Moodle.....	149
Figura 116.	Otra opción de envío de enlace Zoom por Moodle.....	149
Figura 117.	Otra opción de envío de enlace Zoom por Moodle.....	150
Figura 118.	Otra opción de envío de enlace Zoom por Moodle.....	150
Figura 119.	Mensaje del Profesor	151
Figura 120.	Mensaje del Profesor	151
Figura 121.	Creación Tareas.....	152
Figura 122.	Creación Tarea	152

Figura 123.	Creación Tarea	153
Figura 124.	Registrar asistencia.....	153
Figura 125.	Registrar asistencia.....	154
Figura 126.	Registrar asistencia.....	154
Figura 127.	Registrar asistencia.....	155
Figura 128.	Registrar asistencia.....	155
Figura 129.	Visualizar los cursos del hijo inscrito	156
Figura 130.	Visualizar videos de las clases online	156
Figura 131.	Visualizar perfil del profesor y clase model.....	157
Figura 132.	Calificaciones	157
Figura 133.	Encuestas de satisfacción a padres de familia.....	158
Figura 134.	Horario	158
Figura 135.	Asistencia	159
Figura 136.	Perfil padre de familia.....	159
Figura 137.	Configuración portada.....	160
Figura 138.	Configuración portada.....	160
Figura 139.	Añadir cursos.....	161
Figura 140.	Añadir cursos.....	161
Figura 141.	Añadir curso	161
Figura 142.	Añadir cursos.....	162
Figura 143.	Crear usuarios.....	162
Figura 144.	Crear usuarios.....	163
Figura 145.	Crear usuarios.....	163
Figura 146.	Políticas de usuarios	164
Figura 147.	Definir roles.....	164

Figura 148.	Definir roles.....	164
Figura 149.	Definir roles.....	165
Figura 150.	Definir roles.....	165
Figura 151.	Asociar y desasociar alumnos al curso.....	166
Figura 152.	Maquinarias y Equipos.....	170
Figura 153.	Variables Macro Localización	176
Figura 154.	Macro Localización Evaluación distritos	176
Figura 155.	Variables Micro Localización	177
Figura 156.	Ubicación en google Mapas	178
Figura 157.	Fotos del Local Administrativo.....	178
Figura 158.	Fotos del Local Administrativo.....	179
Figura 159.	Fotos del Local Administrativo.....	179
Figura 160.	Fotos del Local Administrativo.....	180
Figura 161.	Fotos del Local Administrativo.....	180
Figura 162.	Plano.....	182
Figura 163.	Niveles de Contaminación	183
Figura 164.	Iniciativas Cuidado medio Ambiente.....	184
Figura 165.	Campaña “Creciendo con la Música”	186
Figura 166.	Egresos 2022	193
Figura 167.	Egresos 2023	196
Figura 168.	Egresos 2024	199
Figura 169.	Egresos 2025	202
Figura 170.	Egresos 2026	205
Figura 171.	Liquidación IGV 2022	207
Figura 172.	Liquidación 2023.....	207

Figura 173.	Liquidación IGV 2024	208
Figura 174.	Liquidación IGV 2025	208
Figura 175.	Liquidación IGV 2026	209
Figura 176.	Grafico resumen de Inversión	210
Figura 177.	Gráfico de la deuda y capital propio	211

El presente proyecto tiene como objetivo realizar una evaluación óptima sobre la viabilidad legal, técnica, económica y financiera de un plan de negocio que consiste en la enseñanza de música online, mediante una plataforma virtual, en la cual los docentes impartirán la enseñanza musical a los alumnos de la escuela.

Este proyecto está dirigido a los niveles socioeconómicos A, B y C, de los distritos de Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel, Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco y La Molina, correspondientes a los sectores 6 y 7 de Lima Metropolitana.

La diferenciación del modelo de negocio, se basa en que nuestro servicio de enseñanza virtual, estará orientado a la disponibilidad de nuestros clientes, para ello se contara con docentes altamente calificados, los cuales impartirán clases los 7 días de la semana, permitiendo así, llegar a más clientes de nuestro público objetivo (niños y jóvenes de 3 a 16 años) que, debido a su etapa escolar, disponen de más tiempo durante los fines de semana.

Los docentes dictaran las clases desde su propio domicilio, para ello deberá contar con un espacio adecuado, el cual será acondicionado por la escuela de música, con paneles acústicos para evitar los ruidos, además de equipos de voz, audio y video, que permitan llevar a través del medio virtual una clase óptima y que también permita diferenciarnos de la competencia.

En el primer año se realizará campañas de publicidad, mediante redes sociales, eventos, sorteos, entre otros, para ello y con la finalidad de darnos a conocer, de acuerdo a nuestra evaluación destinaremos el 9% de nuestras ventas en promoción y publicidad, que permitirá a la empresa ser más conocida por el público, esta publicidad se mantendrá durante todos los años de proyecto.

Respecto a la evaluación económica financiera de los flujos de caja del presente proyecto, podemos decir que es un proyecto viable, sostenible y que genera valor a la

empresa como también a sus accionistas. El valor actual neto es positivo desde el primer año de las operaciones de la empresa, además la tasa interna de retorno es favorable.

Las inversiones serán realizadas mediante capital propio de los accionistas equivalente al 62.85% de la inversión total y el 37.15% será mediante financiamiento. Como conclusión, el negocio de la enseñanza de música online es viable y crea valor a la empresa y a sus accionistas, dicha afirmación está basado en los estudios respectivos, el cual está sustentado en el presente plan de negocio.

Capítulo I: Información General

1.1 Nombre de la empresa y horizonte de evaluación

La razón Social de la empresa es ESCUELA DE MUSICA Y CANTO DOREMI SAC, la forma societaria es: Sociedad Anónima Cerrada; amparado en el artículo 234 de la ley N° 26887 – “Ley general de sociedades”.

DO - RE - MI ESCUELA DE MUSICA, es el nombre comercial escogido, porque hace énfasis a la relación del lenguaje musical, con el servicio que vamos a realizar, mediante las clases de música online.

El logo es el siguiente:

Figura 1.

Logo DO – RE – MI Escuela de Música



Nota: Elaboración Propia

El presente proyecto tendrá un horizonte de evaluación de 5 años, que estará comprendido entre los años 2022 al 2026. Siendo el 2021 el año 0, donde se realizarán los estudios de pre- factibilidad respectivos.

Respecto, al monto de inversión inicial del proyecto, se estima un rango aproximado de S/200,000 a S/400,000.

1.2 Actividad económica, código CIU, partida arancelaria

La actividad económica de la empresa es: “Instrucción artística” descrita como enseñanza cultural. El código CIU para este negocio es el Nro. 8542 descrita como enseñanza cultural.

Figura 2.

CIU. Enseñanza Cultural.

CIU4	Descripción	Incluye	No Incluye
8542	Enseñanza cultural	Esta clase comprende las actividades de formación artística, teatral y musical. Las unidades que imparten este tipo de formación pueden denominarse "escuelas", "estudios", "academias", "clases", etc. Ofrecen formación estructurada, principalmente para fines recreativos, de afición o de desarrollo personal, pero esa formación no conduce a la obtención de un diploma profesional ni de un título de licenciado o graduado. Se incluyen las siguientes actividades: clases de piano y otras actividades de formación musical; formación artística; escuelas y academias de baile; escuelas de teatro (excepto las académicas); escuelas de bellas artes (excepto las académicas); escuelas de artes interpretativas (excepto las académicas); y escuelas de fotografía (excepto las comerciales).	

Nota: "CIU, Enseñanza Cultural", por el Institución Nacional de Estadística e Informática, 2019.

La empresa no cuenta con partida arancelaria, por lo que no realiza ningún tipo de importaciones.

1.3 Definición del negocio y Modelo CANVAS

Nuestro negocio consistirá en la instrucción artística de clases de música online mediante una plataforma virtual para todas las personas que deseen aprender a tocar instrumentos musicales y cantar. Nuestro público objetivo serán niños desde los 3 a 11 años de edad y adolescentes desde los 12 a 16 años de edad, en etapa escolar. Enfocándose en los niveles socioeconómico A, B y C.

Los cursos a desarrollar serán: Guitarra, piano, violín y canto. Los cursos serán enseñados aplicando la metodología Suzuki para los niños más pequeños de 3 a 6 años y con la metodología guiada de los libros de Essential Elements para los niños de 7 a 16 años.

Figura 3.

Canvas de DO – RE – MI Escuela de Música

<p>Socios Clave </p> <ul style="list-style-type: none"> • Instructores Musicales • Proveedores de Instrumentos • Desarrolladores de Software • Alianzas con empresas del equipo para el dictado de clases 	<p>Actividades Clave </p> <ul style="list-style-type: none"> • Estudio de pre factibilidad • Desarrollo de la Plataforma • Desarrollo de Protocolos de Enseñanza • Contratación del Personal docente • Publicidad y Posicionamiento de la Marca • Desarrollo de los contenidos de los cursos 	<p>Propuesta de Valor </p> <ul style="list-style-type: none"> • Escuela de música online • Clases especializadas para niños y adolescentes • Enseñanza con Metodología Suzuki y libros Essential Elements • Clases personalizadas de 5 alumnos. • Variedad de Horarios para las clases virtuales • Plataforma de Aula virtual amigable y con variedad de funciones para los alumnos. 	<p>Relacionamiento </p> <ul style="list-style-type: none"> • Difusión a través de la web y redes sociales de contenido de interés para los clientes y potenciales clientes • Comunicación Indirecta, mediante la plataforma virtual • Mantener contacto con clientes y ex clientes (post venta) 	<p>Segmento de Clientes </p> <ul style="list-style-type: none"> • Niños y Adolescentes que deseen aprender música • Nivel Socioeconómico: A, B y C
<p>Estructura de Costos </p> <ul style="list-style-type: none"> • Costos de Implementación. • Sueldo de Personal. • Pago por alquiler o compra de Local acondicionado para el dictado de clases. • Costos Fijos: Luz, internet, teléfono, etc. • Costos de publicidad. • Pago a proveedores (plataforma virtual). 	<p>Ingresos </p> <ul style="list-style-type: none"> • Ingresos por servicio de enseñanza musical. 			
<p>Recursos Clave </p> <ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura de Software • Programadores • Infraestructura de hardware • Tecnología como Internet, banda ancha • Cartera Amplia de proveedores para alianzas estratégicas. 	<p>Canales </p> <ul style="list-style-type: none"> • Plataforma Virtual 			

1.4 Descripción del producto o servicio.

El negocio consiste en un servicio de enseñanza de ejecución musical instrumental vía online en vivo. Los cursos estarán compuestos por clases grupales de máximo 5 alumnos, de duración a 1 hora 2 veces por semana, en las especialidades de guitarra, piano, violín y canto. Los cursos estarán a cargo de profesores altamente calificados (egresados de la Universidad Nacional de Música ex conservatorio) con una sólida formación en la especialidad que enseñen. La Enseñanza será por niveles de edad:

1) De 3 a 6 años:

Es la mejor edad para iniciarse en la práctica de un instrumento. En esta etapa la escuela buscara despertar en los niños el interés por la música y a través de la metodología y los materiales pensados especialmente para la edad, lograr que sea además un aprendizaje divertido.

Los profesores aplicaran el método Suzuki. El Método Suzuki es una herramienta pedagógica para enseñar música, una que ha demostrado tener un gran alcance y efectividad en su aplicación. Se inicia con la enseñanza de melodías, para que con esa experiencia comprendan las nociones de ritmo, altura, etc. del sonido al símbolo, todo a través del oído. El Método se complementa con la práctica en el hogar, repasar las clases y oír las melodías constantemente. Un trabajo conjunto con los padres, para favorecer el aprendizaje de sus hijos.

Algunas de sus características:

- Los profesores Suzuki creen que se puede desarrollar la habilidad musical en todos los niños.
- Los estudiantes pueden comenzar a temprana edad.
- Los padres toman parte activa en el proceso de aprendizaje.
- Los niños se ponen cómodos con el instrumento antes de aprender a leer la música.

- Se enseña la técnica desde el contexto de las piezas en vez de durante aburridos ejercicios técnicos.
- Se refinan las piezas musicales por el constante repaso de las mismas.
- Los estudiantes tocan individualmente y en grupo.

Cursos:

- a) Pre Guitarra: Este módulo enseña al alumno a tocar canciones mientras se divierten explorando los contenidos del lenguaje musical. Se realiza de forma práctica a través de melodías originales, motivados con juegos, colores y actividades creadas especialmente para el curso.

Tabla 1.

Pre guitarra

Curso	Tipo de clases	Numero de clases
Pre Guitarra	Grupales	8 clases al mes

- b) Pre Piano: Diseñado específicamente como un programa de iniciación al piano para niños, ofrece los elementos básicos de la música para que los más pequeños los asimilen como si se tratara de un juego.

Tabla 2.

Pre piano

Curso	Tipo de clases	Numero de clases
Pre Piano	Grupales	8 clases al mes

- c) Pre Violín: El curso inicia a los niños en la práctica instrumental con una metodología que permite avanzar los contenidos teóricos a través de canciones sencillas pero llenas de ritmo. De tal forma que el alumno se introduzca en el mundo de la música de forma divertida.

Tabla 3.*Pre violín*

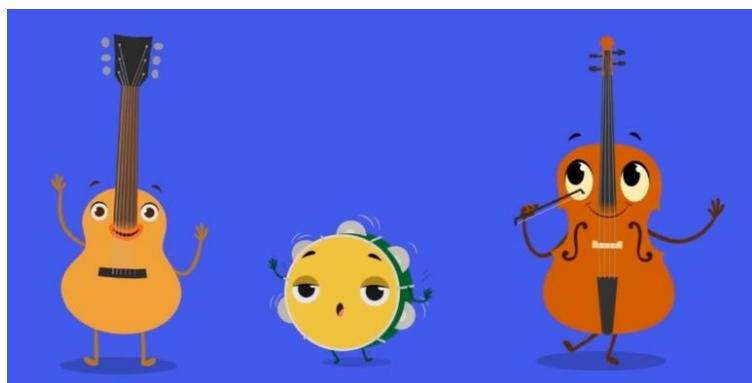
Curso	Tipo de clases	Numero de clases
Pre violín	Grupales	8 clases al mes

- d) Pre canto: Se desarrolla a través de sesiones muy dinámicas donde se trabajan diversas áreas y contenidos musicales. Los estímulos auditivos, narrativos o rítmicos crean un entorno que lleva a aprender con motivación, imaginación y juegos.

Tabla 4.*Pre canto*

Curso	Tipo de clases	Numero de clases
Pre canto	Grupales	8 clases al mes

Para las clases de todos los cursos los alumnos de 3 a 6 años contarán con personajes especiales para captar la atención y concentración de ellos, y al mismo tiempo se diviertan. Los personajes estarán presentes en el momento de las clases y el material entregado contará con las imágenes. También contarán con nombres especiales para que el niño pueda relacionarse con los personajes.

Figura 4.*Personajes para Clases de los niños de 3 a 6 años*

Nota: Extraído de Internet, imagen referencial

2) De 7 años a 11 años:

Para estas edades, se plantea el aprendizaje a través de la práctica musical, a través de la motivación, la imaginación y el juego, también se sientan las bases para un correcto aprendizaje musical.

Cursos:

- a) **Guitarra:** Este curso es de iniciación a la guitarra para niños a partir de los 7 años, de una duración de 3 años, en 3 niveles básico, intermedio y avanzado. Si bien sus contenidos son más específicos en el conocimiento del lenguaje musical y el aprendizaje del dominio de la guitarra, se mantiene la metodología lúdica y práctica que motiva al niño a aprender con contenidos sencillos llenos de ritmo, juegos y emoción.

Tabla 5.

Guitarra

Curso	Tipo de clases	Numero de clases
Guitarra	Grupales	8 clases al mes

- b) **Piano:** Este curso presenta los contenidos de una manera sencilla y divertida para los niños, de una duración de 3 años, en 3 niveles básico, intermedio y avanzado. El curso proporciona los conocimientos básicos para comenzar a tocar el piano, basándose en actividades de aprendizaje lúdico para lograr una formación musical óptima en el manejo de este instrumento.

Tabla 6.

Piano

Curso	Tipo de clases	Numero de clases
Piano	Grupales	8 clases al mes

- c) Violín: Este curso nos enseña a tocar el violín de una manera sencilla y divertida, de una duración de 3 años, en 3 niveles básico, intermedio y avanzado.

Tabla 7.

Violín

Curso	Tipo de clases	Numero de clases
Violín	Grupales	8 clases al mes

- d) Canto: En este curso trabajamos la capacidad expresiva y creativa mediante juegos de expresión corporal, ejercicios de técnica vocal e historias, explorando distintos tipos de repertorios e intérpretes. Se desarrolla en 3 años, en 3 niveles básico, intermedio y avanzado.

Tabla 8.

Canto

Curso	Tipo de clases	Numero de clases
Canto	Grupales	8 clases al mes

3) De 12 a 16 años:

Tenemos cursos artísticos que se adaptan a las necesidades y objetivos de los alumnos. Se plantea el aprendizaje a través de la práctica musical, las clases son más exigentes pero se sigue enfocando a lo divertido.

Cursos:

- a) Guitarra I: El curso desarrolla los fundamentos teóricos, la habilidad y la técnica en la guitarra a través de la práctica de canciones. El maestro enseñará cómo tocar la guitarra con la técnica y la postura adecuada. Se desarrolla en 3 años, en 3 niveles básico, intermedio y avanzado.

Tabla 9.*Guitarra I*

Curso	Tipo de clases	Numero de clases
Guitarra I	Grupales	8 clases al mes

- b) Piano I: En el curso de piano, equilibramos el aprendizaje con la diversión. Todos avanzan a su propio ritmo, pero de manera constante. Se desarrolla en 3 años, en 3 niveles básico, intermedio y avanzado.

Tabla 10.*Piano I*

Curso	Tipo de clases	Numero de clases
Piano I	Grupales	8 clases al mes

- c) Violín I: El curso de violín está diseñada para que el talento y el gusto por la música del estudiante se mezclen con una técnica precisa a través del aprendizaje 100% práctico de canciones. Se desarrolla en 3 años, en 3 niveles básico, intermedio y avanzado.

Tabla 11.*Violín I*

Curso	Tipo de clases	Numero de clases
Violín I	Grupales	8 clases al mes

- d) Canto: El curso enseña todo lo que se necesita para transformar una voz en un poderoso instrumento y un maravilloso medio de expresión. Los profesores proporcionarán al estudiante la técnica adecuada para cantar.

Tabla 12.*Canto I*

Curso	Tipo de clases	Numero de clases
Canto I	Grupales	8 clases al mes

Página Web del Negocio:

Dentro de la página web se desarrollará una plataforma personalizada, que permitirá informar sobre los cursos de música (guitarra, piano, violín, batería y canto), y horarios según la frecuencia seleccionada.

Contenidos de la plataforma:

- Lecciones de las clases en PDF.
- Videos
- Partituras de las canciones
- Audios de canciones
- Fichas de trabajo
- Material de Refuerzo

1.5 Oportunidad de negocio**a) Cambio de hábitos:**

Desde que se inició la pandemia en todo el mundo, fue necesario hacer un cambio radical en nuestras actividades diarias, tanto como en el ámbito personal, laboral y estudiantil. A raíz de ello, muchos tuvieron que trasladar dichas actividades a casa mediante el home office y las clases virtuales. Es allí, donde se genera una de tantas oportunidades para nuestro negocio, debido a que, hoy en día, las personas prefieren hacer la mayoría de sus actividades de manera virtual.

Según estadísticas del INEI (setiembre 2020) para el segundo trimestre del año 2020 el 94.2% de la población entre 6 a 11 años, así como el 82.1% de la población entre 12 a 16 años, recibieron clases a distancia mediante alguna tecnología de comunicación. A nivel mundial, de acuerdo con reportes de la UNESCO (abril 2020), 1,500 millones de estudiantes no asisten al colegio por el covid-19.

b) La banda ancha:

El uso frecuente de recursos tecnológicos; ya sea por la globalización o más aun por la situación actual en la que nos encontramos, han surgido muchos medios en la que podemos interactuar de manera virtual, sean recursos tangibles e intangibles. En lo que respecta a educación, han sobresalido muchas plataformas, así como aplicaciones de educación virtual, las cuales han tenido mucha demanda en los últimos tiempos.

De acuerdo con información del INEI, (diciembre 2020) en el Perú el 97.7% de los hogares existe al menos un miembro con teléfono celular, con relación al servicio de Internet, el 61.7% de los hogares de Lima metropolitana cuentan con este servicio, además en lo que respecta a la adquisición o compra de una computadora o laptop disminuyeron en los estratos D y E, mientras que estos se incrementaron en los niveles A, B y C.

Nuestro servicio es apto para todas las personas, sin embargo, nuestro público objetivo es la población de niños y adolescentes en etapa escolar, según estadísticas del INEI (2020) esta población es la que accede más a internet en un 85.7% y 69.8%, respectivamente. Al ser un servicio virtual, permite que las clases lleguen a nivel nacional e internacional, además, podemos introducirnos al mercado con precios competitivos, a diferencia de clases particulares de manera presencial, logrando así una ventaja competitiva.

c) Beneficios del estudio de la música en niños:

Hoy en día se vive con mucho estrés, incluso llegando a alcanzar a muchos niños y adolescentes, es por ello que la salud mental es un factor crucial para el buen desarrollo de este grupo poblacional, es allí donde los padres buscan actividades en la que sus hijos puedan liberar esas tensiones, según estudio realizado por el colegio de psiquiatras de la Universidad de Vermont en Estados Unidos, tocar instrumento musical tiene muchos efectos beneficiosos, como calmar el estrés, reducir agresividad y ansiedad. Además, sugieren que tocar un instrumento es más eficaz que usar pastillas para trastornos psicológicos en menores.

Otros beneficios que aporta la música es mejorar la atención y concentración, estimula la imaginación y creatividad, desarrolla la autonomía, estimula la inteligencia emocional, entre otros.

1.6 Estrategia Genérica de la empresa:

Estrategia de diferenciación con enfoque:

La estrategia genérica que aplicará la empresa será la diferenciación, basándonos en el alcance de la plataforma virtual para hacer llegar nuestro servicio a las familias de los niveles socioeconómicos A, B y C.

Lo que nos diferenciara de otros servicios es que brindaremos un asesoramiento personalizado al alumno desde la comodidad de su casa, brindando horarios flexibles durante el día. También, optaremos por una enseñanza completa, que va desde cómo se debe usar un instrumento hasta el mantenimiento del propio. También aplicaremos diversas metodologías para que los alumnos logren un aprendizaje exitoso como es el método para niños llamado “Suzuki”.

La interacción del alumno será directamente a través de nuestra plataforma web, donde podrá conectarse con el docente que elija, a su vez tendrá acceso a nuestra tienda virtual, donde podrá adquirir instrumentos musicales.

Ofrecerá herramientas complementarias como videos tutoriales, que le permitirán al alumno desarrollar lo aprendido en clase. Los videos de reforzamiento estarán enfocados a la estructura de la malla curricular.

Capítulo II: Análisis del Entorno

2.1 Análisis del Macro entorno

2.1.1 Del País

2.1.1.1 Capital, ciudades importantes. Superficie, Número de habitantes

En el año 2020 según estudio de INEI, en la región de América, el Perú es el 7mo país más poblado, con 32 millones 626 mil habitantes.

Figura 5.

Países de América con mayor población 2020

Puesto	País	Población
1	EE.UU.	331 003
2	Brazil	212 559
3	México	128 933
4	Colombia	50 883
5	Argentina	45 196
6	Canadá	37 742
7	Perú ¹¹	32 626
8	Venezuela	28 436

Nota: Instituto Nacional de Estadística e Informática-Boletín Especial N° 24

El Perú cuenta con una superficie de 1,285 millones km², dividido en 25 departamentos, los cuales a su vez están repartidos en 3 regiones que son Costa, Sierra y Selva; según el INEI al 2020 se cuenta con una población de 32 millones 625 mil 948 habitantes, de los cuales el 49.62% son hombres y 50.37% son mujeres. La mayor cantidad poblacional se alberga en la región de Lima Metropolitana con 9 millones 674 mil 755 habitantes.

Entre las ciudades importantes del Perú tenemos:

Lima Metropolitana, Arequipa, Trujillo, Chiclayo, etc. Esta información obtenida de la compañía peruana de estudios de mercados y opinión pública CPI, en su estudio Perú: Población 2019.

Tabla 13.*Principales Ciudades del Perú del 2019*

Nro.	Ciudad	Población	%	%Perú Urbano
1	Lima Metropolitana	10580.9	50.6	41.1
2	Arequipa	1059.5	5.1	4.1
3	Trujillo	884.7	4.2	3.4
4	Chiclayo	566.3	2.7	2.2
5	Piura	529.1	2.5	2.1

Nota: Principales ciudades del Perú 2015-2019 CPI. Fuente: Elaboración propia.

La población de Lima ha crecido a una tasa de 4.1% en el periodo del 2015 al 2019 según nos muestra en sus estudios CPI, además representa un 35.7% del total de habitantes de todo el Perú. Esta tasa es importante para el proyecto porque demuestra que hay mayor probabilidad de que nuestro mercado potencial aumente año tras año.

Tabla 14.*Población Perú y Lima del 2015 al 2019*

UBICACIÓN	2015	2016	2017	2018	2019
Perú (país)	31,151.60	31,488.40	31,826.00	32,162.20	32,495.50
Lima (capital)	9,838.30	9,989.00	11,181.70	11,351.20	11,591.40
Habitantes Lima / Habitantes Perú	31.6%	31.7%	35.1%	35.3%	35.7%

Nota: Población Perú y Lima CPI

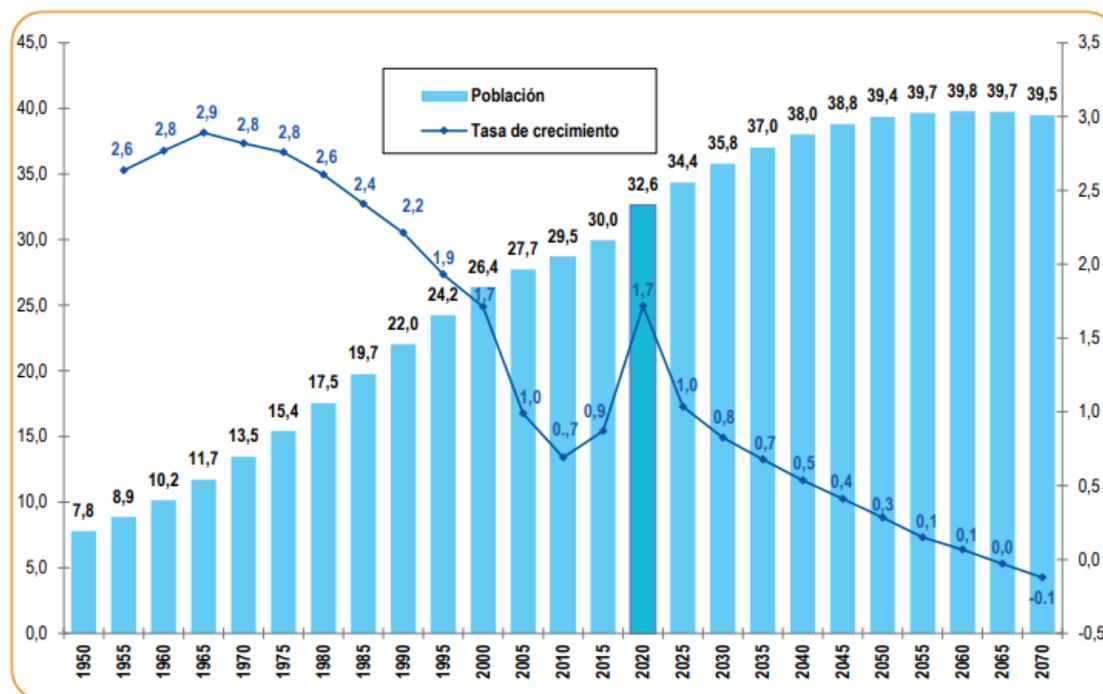
2.1.1.2 Tasa de crecimiento de la población. Ingreso per cápita. Población económicamente activa.

a) Tasa de crecimiento de la población:

Según información del INEI nos indican que el volumen actual de la población peruana encuentra su origen en el ritmo de crecimiento registrado hasta la década de los sesenta, a partir de la cual se observa un descenso sostenido de las tasas de crecimiento. Sin embargo, en términos absolutos la población continúa aumentando debido a la importante proporción de población joven en la cual la fecundidad es mayor y por la ola de inmigración de población venezolana.

Figura 6.

Población y Tasa de crecimiento de 1950 al 2070

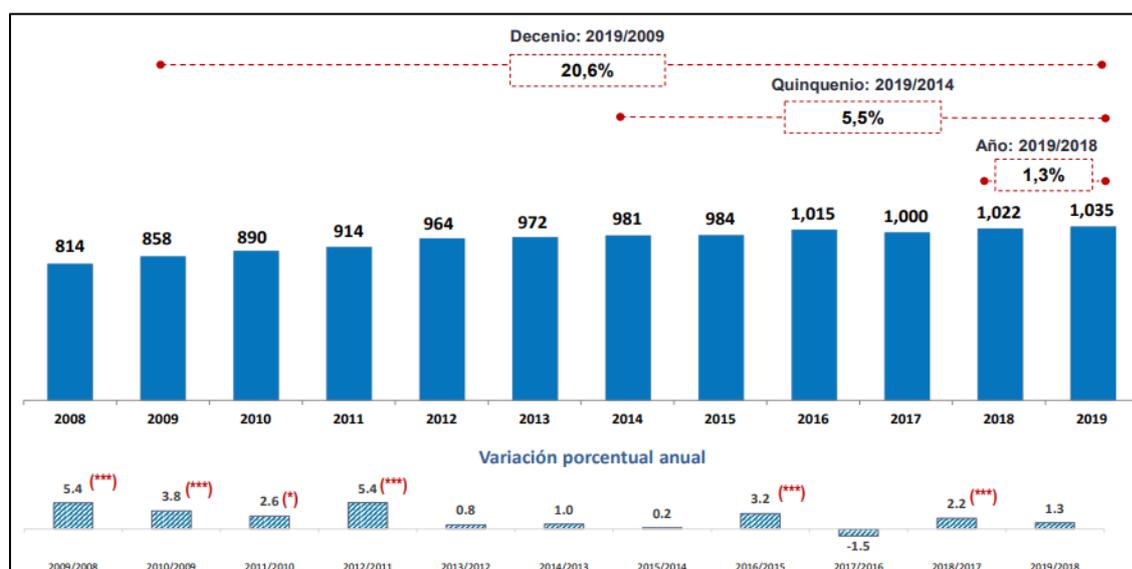


Nota: Instituto Nacional de Estadística e Informática- Perú: Estimaciones y Proyecciones de la Población Nacional, 1950-2070.

b) Ingreso per cápita:

Figura 7.

Ingreso per cápita promedio mensual del 2008 al 2019



Nota: *Diferencia significativa ($p < 0,10$). ** Diferencia altamente significativa ($p < 0,05$). *** Diferencia muy altamente significativa ($p < 0,01$). Fuente: INEI - Encuesta Nacional de Hogares, 2008-2019.

El Ingreso Per Cápita hace referencia a los ingresos que en promedio obtiene cada habitante de un país en un determinado período. Este indicador se obtiene dividiendo el PBI del país entre su cantidad de habitantes.

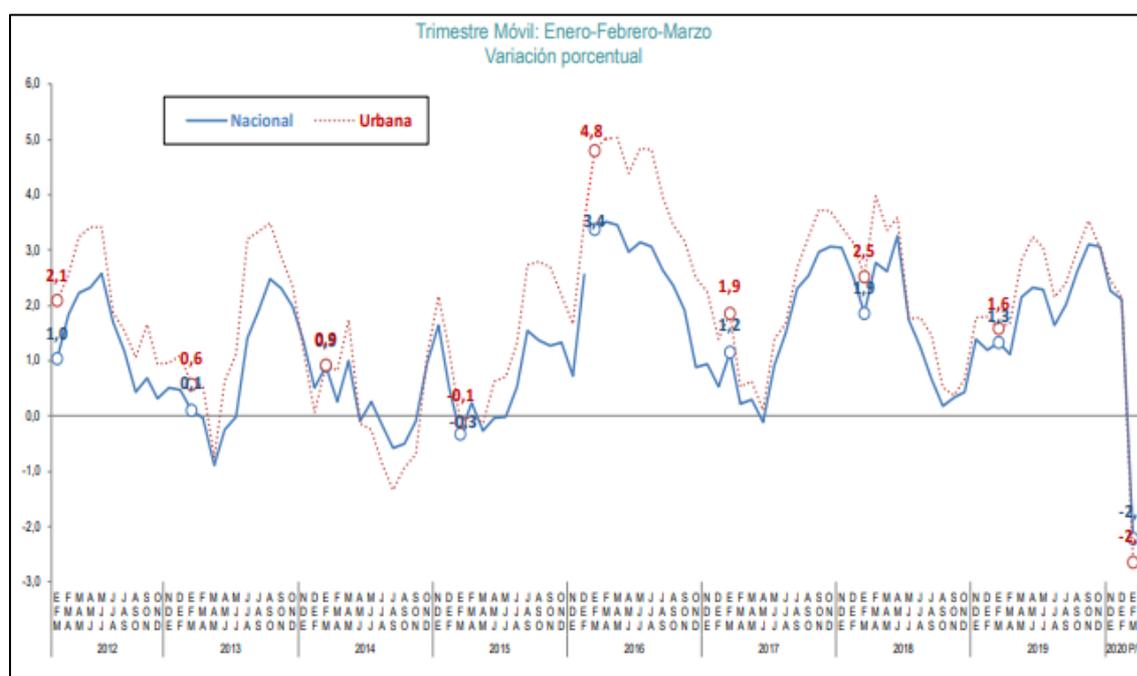
c) Población económicamente activa:

La Población Económicamente Activa (PEA), se define como la oferta de mano de obra en el mercado de trabajo y está constituida por el conjunto de personas, que teniendo la edad mínima establecida (14 años en Perú), brindan mano de obra disponible para la producción de bienes y/o servicios durante un período de referencia determinado.

En el trimestre Enero-Febrero-Marzo 2020, comparado con similar trimestre del año anterior, la PEA a nivel nacional disminuyó en 2,2% que equivale a 393 mil 400 personas. Por su parte, el área urbana del país concentra al 77,5% de la PEA del país, es decir 13 millones 471 mil 300 personas. En el trimestre de análisis se ha reducido en 2,7%, es decir en 367 mil 300 personas.

Figura 8.

Tasa de población económicamente activa del 2012 al 2020



Nota: Instituto Nacional de Estadística e Informática- Encuesta Nacional de Hogares

2.1.1.3 Balanza comercial: Importaciones y exportaciones.

El INEI informa que, en el mes de junio de 2020, el volumen total exportado de bienes registró una caída de 30,5% respecto a junio de 2019, debido al menor volumen exportado de productos tradicionales (-32,7%) y no tradicionales (24,1%). Igualmente, en términos nominales, el valor total de las exportaciones (US\$ 2 649,2 millones) disminuyó 33,2%. Asimismo, el volumen total de las importaciones FOB descendió en 28,2% por las menores compras de bienes de consumo (-17,3%), materias primas y productos intermedios (-31,2%) y bienes de capital y materiales de construcción (-31,9%). En valores nominales, la importación FOB sumó US\$ 2 193,8 millones, ubicándose por debajo del nivel alcanzado en junio de 2019 (-29,7%).

Debemos indicar que, los índices de precios de exportación e importación FOB descendieron en 3,8% y 2,0%, respectivamente, en relación a similar mes del año anterior. En el mes de análisis, el saldo comercial fue superavitario, así en valores reales de 2007 totalizó en US\$ 551,5 millones y en valores nominales en US\$ 455,4 millones.

Figura 9.

Evolución de Exportación e Importación 2020– INEI

Concepto	Real 1/			Nominal			Precios FOB	
	Jun.20 / Jun.19	Ene-Jun.20/ Ene-Jun.19	Jul.19-Jun.20/ Jul.18-Jun.19	Jun.20 / Jun.19	Ene-Jun.20/ Ene-Jun.19	Jul.19-Jun.20/ Jul.18-Jun.19	Jun.20 / Jun.19	Ene-Jun.20/ Ene-Jun.19
Exportación	-30,5	-21,4	-10,0	-46,0	-9,9	-11,1	-3,8	-6,9
I Productos tradicionales	-32,7	-22,7	-11,4	-51,6	-12,8	-13,9	-4,3	-8,7
II Productos no tradicionales	-24,1	-17,8	-5,7	-32,9	-2,5	-3,9	-4,2	-3,3
Importación (Uso y destino)	-28,2	-17,7	-8,8	-33,2	-11,1	-12,9	-2,0	-4,3
I Bienes de Consumo	-17,3	-16,2	-6,7	-35,6	-13,9	-15,3	1,5	0,3
II Materias Primas y Productos Intermedios	-31,2	-15,6	-10,8	-27,3	-3,9	-6,5	-5,5	-8,9
III Bienes de Capital y Materiales de Construcción	-31,9	-21,9	-6,9	-45,1	-2,1	-4,3	-0,2	-0,1

Nota: Instituto Nacional de Estadística e Informática

2.1.1.4 PBI, Tasa de inflación, Tasa de interés, Tipo de cambio, Riesgo país.

a) PBI:

Tabla 15.

PBI del Año 2017 al 2020

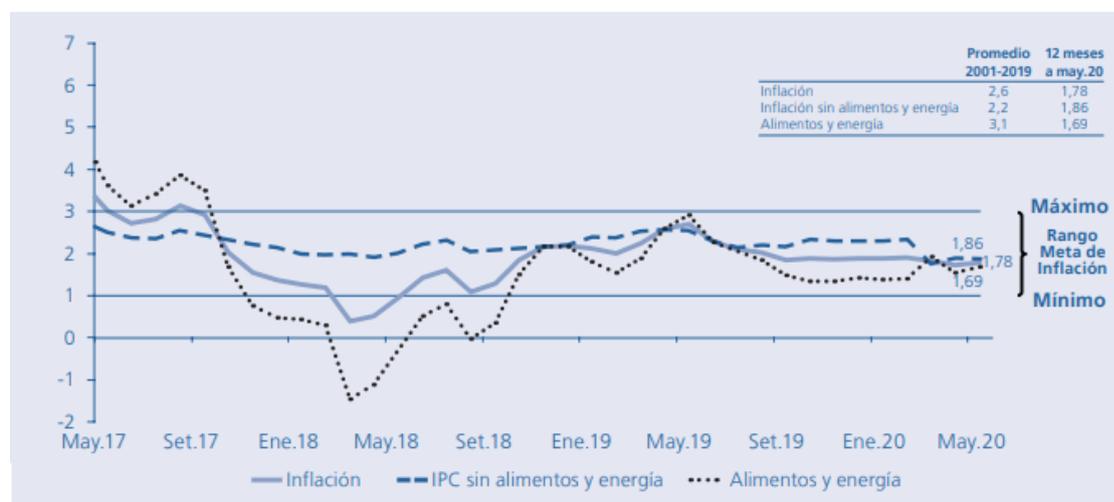
Años	2017	2018	2019	2020
PBI variación porcentual	2.1	4.0	2.2	-11.1

Según las estadísticas del Banco Central de Reserva del Perú, la tasa PBI disminuyó en un 11.1, por el impacto de la crisis en la actividad económica originado por el Covid-19.

b) Tasa de Inflación:

Figura 10.

Tasa de inflación del Perú del 2016 al 2019



Nota: Banco Central de Reserva del Perú

Según la información obtenida del Banco Central de Reservas del Perú (BCRP), la tasa de inflación anual del IPC se redujo de 1,90 por ciento al mes de febrero, a 1,78 por ciento al mes de mayo. Esta disminución fue más pronunciada en el componente subyacente de la inflación (IPC que excluye alimentos y energía), que pasó de 2,34 por ciento en febrero a 1,86 por ciento en mayo. Las medidas de inmovilización social decretadas desde mediados de marzo, y la consecuente menor actividad productiva, dieron lugar a una disminución de los ingresos y a una menor presión de la demanda sobre los precios. En general, la tasa

decrecimiento anual del IPC así como de todos los indicadores tendenciales de inflación se ubicaron en el tramo inferior del rango meta.

Se proyecta que la inflación anual se reduzca en los siguientes meses por los choques negativos de demanda. El menor consumo continuaría presionando los precios a la baja, así como los menores precios de insumos alimenticios importados. A esto se suma los precios a la baja de las cotizaciones internacionales del petróleo en los últimos meses.

c) Tasa de Interés:

Figura 11.

Tasa de interés del Perú del año 2015 al 2020



Nota: Banco Central de Reserva del Perú

Según la información obtenida del Banco Central de Reserva del Perú (BCRP), entre diciembre 2019 y febrero 2020 las tasas de interés en soles presentaron una tendencia descendente pero estable. En marzo 2020 las tasas de interés en soles empezaron a presentar una tendencia al alza por la preferencia de los bancos por mantener liquidez de corto plazo y la mayor aversión al riesgo de crédito.

El impacto inicial de stress financiero del COVID-19 en las condiciones monetarias fue revertido a partir de mediados de marzo por las operaciones de inyección de liquidez en moneda nacional al sistema financiero de hasta 3 años, las medidas de reducción de encaje y

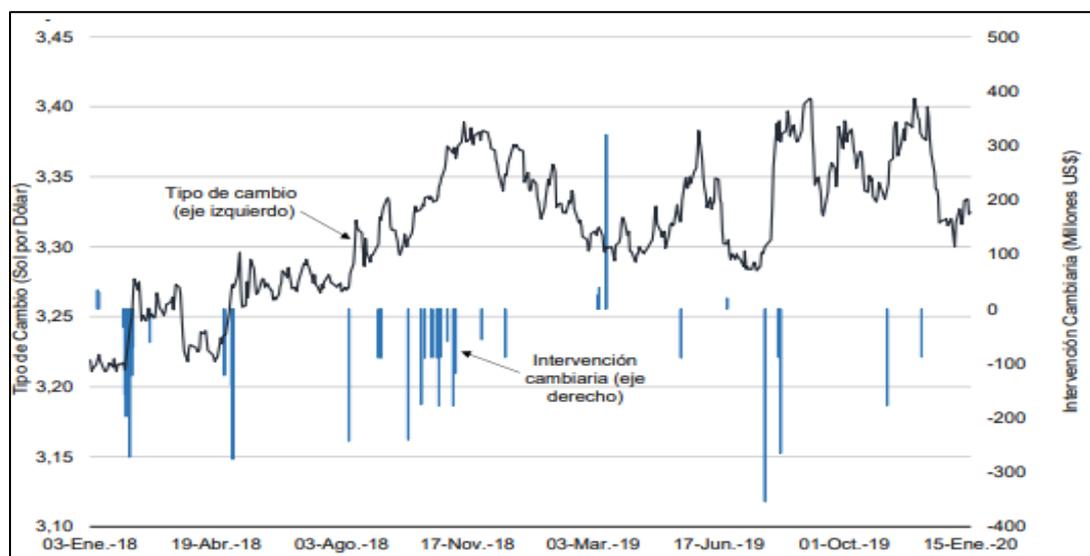
la reducción de la tasa de interés de referencia. Desde fines de abril se iniciaron las operaciones de reporte de cartera con garantía del Gobierno Nacional, lo que ha dinamizado el crédito al sector privado y ha acelerado el traspaso de la reducción de la tasa de interés de referencia al resto de tasas del sistema financiero.

La tasa de interés interbancaria no ha tenido desviaciones de su nivel de referencia, y las tasas de interés preferenciales corporativas activas y pasivas disminuyeron entre diciembre 2019 y junio 2020 en promedio 216 y 232 puntos básicos, respectivamente. Asimismo, las tasas de interés de las pequeñas y medianas empresas presentan en junio 2020 niveles mínimos históricos desde setiembre 2010, influenciadas por las bajas tasas de interés del programa Reactiva Perú.

d) Tipo de Cambio:

Figura 12.

Tasa Tipo de Cambio del 2018 al 2020



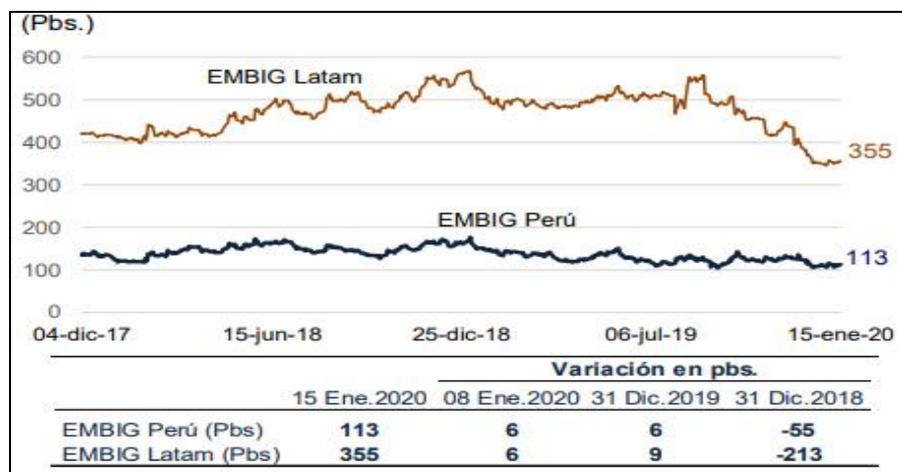
Nota: Banco Central de Reserva del Perú

Según la información obtenida del Banco Central de Reservas del Perú (BCRP), El tipo de cambio venta interbancario cerró en S/ 3,33 por dólar el 15 de enero, mayor en 0,3 por ciento que la cotización de fines de diciembre de 2019.

e) Riesgo País:

Figura 13.

Indicadores de Riesgo País del 2018 al 2020



Nota: Banco Central de Reservas del Perú

Según la información obtenida del Banco Central de Reservas del Perú (BCRP), entre el 8 y el 15 de enero, el riesgo país, medido por el spread EMBIG Perú se ubicó en 113 pbs. En el mismo periodo, el spread EMBIG Latinoamérica subió 6 pbs a 355 pbs, en un entorno de espera en las negociaciones comerciales entre China y Estados Unidos.

2.1.1.5 Leyes o reglamentos generales vinculados al proyecto

- Ley N°28976 del marco de licencias de funcionamiento con ordenanza N°1209 que te permite realizar actividades con fines de lucro en Lima Metropolitana.
- Ley N°27291 Manifiesto de voluntad, está dirigida a los negocios virtuales con la finalidad de firmar acuerdos de servicios con los clientes sin contar con papeles físicos, por ejemplo, en páginas web.
- Ley 29571 Código de protección y defensa del consumidor.

2.1.2 Del Sector

2.1.2.1 Mercado internacional.

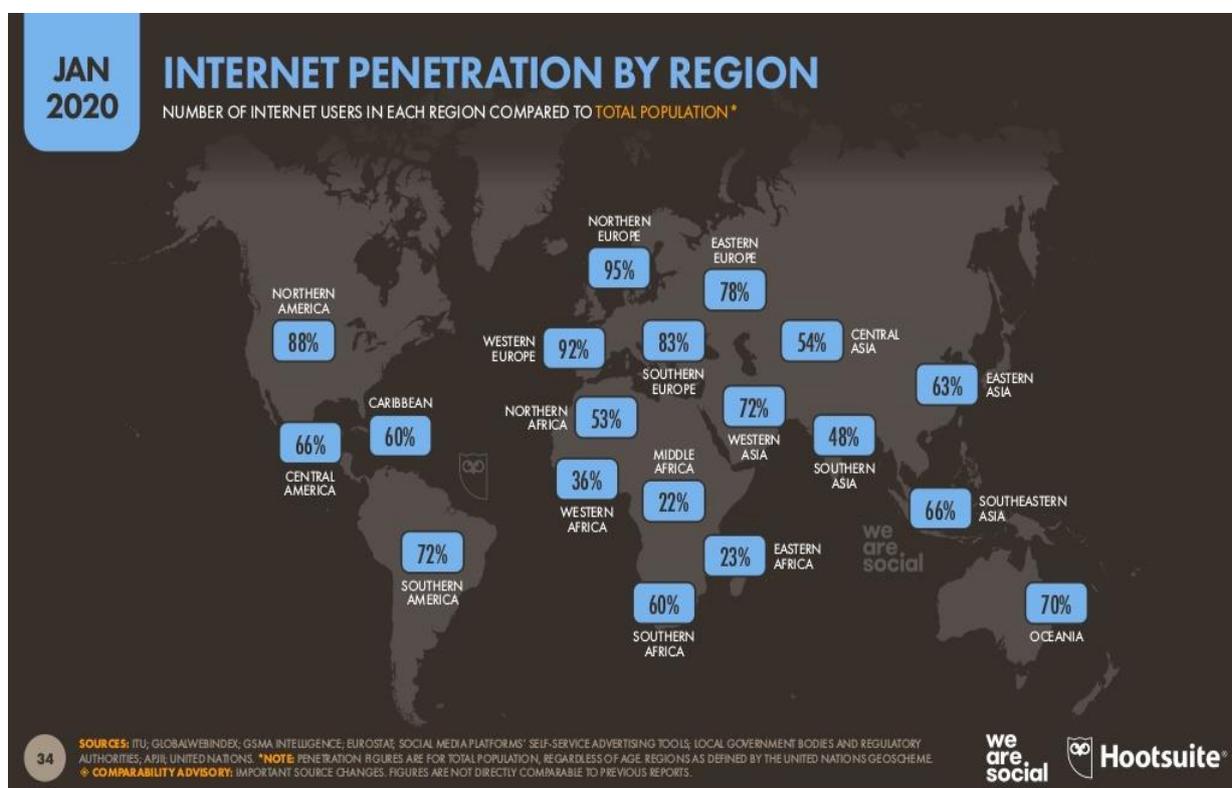
Las ventajas de las nuevas tecnologías en el sector de las industrias culturales son innegables. En efecto, lo digital permite reducir los costos de distribución, lo cual implica

enormes ahorros para las empresas, así como incorporar métodos de financiamiento innovadores como el crowdfunding o micro-mecenazgo, desarrollando nuevos modelos de negocio y llegar a un mercado potencialmente global. Por cierto, el “territorio digital” conformado por los países hispanohablantes presenta un enorme potencial en términos de intercambio comercial y profesional.

En la región, las industrias culturales están aprovechando todas estas oportunidades y en muchos casos incorporan las nuevas tecnologías de manera activa. Aunque a un ritmo diferente según cada país. Para la UNESCO las nuevas tecnologías pueden ayudar a consolidar el entramado económico y social local, la irrupción de las grandes plataformas de Internet en el comercio de bienes y servicios culturales puede constituir un reto cuando se trata de integrar la cultura en un marco de desarrollo sostenible.

Figura 14.

Penetración de Internet por Región en el mundo



En la figura 14 nos muestra cómo se ha posesionado el internet por usuarios a nivel mundial, de lo cual se aprecia que en el año 2020 alcanzó 450 millones frente a la era digital globalizada y esto permite el desarrollo de nuevos negocios digitales. Se buscó información estadística del nivel de crecimiento para el sector de la industria del servicio de enseñanza de música online y no se aprecia estadística registrada.

Según la UNESCO en la nueva era digital, la educación a distancia brinda más oportunidades de aprendizaje, acortando tiempo y distancia de traslado, por otra parte, también permite el ahorro de dinero tanto para el interesado como para el ofertante, reduciendo los precios del servicio educativo.

Existen tres tipos de educación a distancia en todo el mundo, estas son:

1. **E- Learning:** con cursos en video, con lecturas y diapositivas, que permiten al alumno organizar su tiempo para seguir la clase.
2. **On-Line:** es un curso donde interactúas con el profesor y con otros alumnos en tiempo real, solucionando dudas y participando.
3. **Learning On-Line:** utiliza los dos tipos de educación con horarios planificados, que te permite tener información con más tiempo disponible.

En el siglo pasado países como Canadá, Francia, Alemania, Inglaterra y Estados Unidos, demostraron el éxito que se puede tener con la educación a distancia. Al llegar el nuevo siglo y el desarrollo de las nuevas tecnologías, permitieron implementar nuevas técnicas de educación, con la técnica E-Learning, no solo para idiomas y cursos de habilidades, sino también para la educación escolar y superior, dirigido al público que quiere aprender, sobre todo adultos de entre 18 y 40 años. Esta técnica de educación tardo en tomar fuerza en Latinoamérica sobre todo por las barreras culturales y tecnológicas. Para inicios del 2010 muchas instituciones en países como Argentina, Brasil y México fueron tomando forma captando público entre los 25 y 40 años principalmente.

Para el 2011 la educación virtual se expandió a Perú y Colombia captando un mercado del 5% del total de la comunidad educativa, con edades entre 25 y 40 años sobre todo en cursos de inglés y profesionales. La implementación y las leyes fueron adaptándose a esta nueva corriente de educación, cuyo público es personas que trabajan, con tiempo limitado, con necesidad de mejorar sus conocimientos. Este tipo de educación se implementa en la educación privada con precios inferiores a los 300 dólares, en el caso de educación superior y precios entre los 40 y 100 dólares para cursos de capacitación como inglés, fotografía, diseño, costura, office, etc. Estos precios son inferiores al costo de un curso presencial, sin tener que trasladarse, obteniendo los mismos resultados, genero un valor importante para la percepción del público.

La pandemia que se desarrolló el año 2020 origino que la implementación de cursos virtuales se masificara, tanto para la educación inicial, técnica y superior, rompiendo las barreras ideológicas, pero no las barreras tecnológicas en Latinoamérica. Actualmente existen algunas páginas que incentiva a emprendedores a crear cursos a distancia, que permite que muchas personas puedan compartir sus conocimientos con el público demandante, que reúne a diferentes emprendedores con deseos de difundir sus conocimientos a un público que lo necesita, con precios alrededor de 40 a 120 soles por usuario, con una educación interactiva y funcional, captando el 24% del mercado con público entre las edades de 25 y 55 años.

En los siguientes párrafos mostraremos un breve listado de empresas que brindan el servicio de música online:

Tabla 16.

Empresas de servicio de música online.

Competidores	Página web
I music school	https://www.imusic-school.com/es/
La escuela de música. net	https://laescuelademusica.net/
Pentagrama	https://pentagrama.org/
Tus clases online	https://www.tusclases.pe/online/musica/

2.1.2.2 Mercado del consumidor.

CPI nos brinda la estructura socioeconómica de la población de Lima del 2019. Está dirigido a jefes de familia entre 25 a 55 años de las zonas 6 y 7 de Lima Moderna.

Figura 15.

Estructura socioeconómica de la población por zonas geográficas

Zonas	Distritos	Población		Estructura socioeconómica (% horizontal)			
		Miles	% sobre total	AB	C	D	E
LIMA NORTE	Carabaylo, Comas, Independencia, Los Olivos, Puente Piedra, San Martín de Porres	2,627.6	24.8	22.9	44.1	27.6	5.4
LIMA CENTRO	Breña, La Victoria, Lima, Rimac, San Luis	828.4	7.8	33.1	43.3	20.2	3.5
LIMA MODERNA	Barranco, Jesús María, La Molina, Lince, Magdalena del Mar, Miraflores, Pueblo Libre, San Borja, San Isidro, San Miguel, Santiago de Surco, Surquillo	1,416.0	13.4	76.8	17.4	4.5	1.3
LIMA ESTE	Ate, Chaclacayo, Cieneguilla, El Agustino, Lurigancho, San Juan de Lurigancho, Santa Anita	2,616.4	24.7	17.7	45.7	29.6	7.0
LIMA SUR	Chorrillos, Lurín, Pachacamac, San Juan de Miraflores, Villa el Salvador, Villa María del Triunfo	1,839.8	17.4	13.3	53.4	27.4	5.9
CALLAO	Bellavista, Callao, Carmen de la Legua Reynoso, La Perla, La Punta, Mi Perú, Ventanilla	1,100.4	10.4	21.7	45.9	23.6	8.8
BALNEARIOS	Ancón, Pucusana, Punta Hermosa, Punta Negra, San Bartolo, Santa María del Mar, Santa Rosa	152.4	1.4	9.7	39.9	37.7	12.7
TOTAL LIMA METROPOLITANA		10,580.9	100.0	27.7	42.6	24.1	5.6

Nota: Estudio Población 2019 CPI

El rango de edad de enseñanza son niños entre 3 hasta 16 años de Lima Moderna.

Figura 16.

Lima Metropolitana 2019: Población por segmento de edad

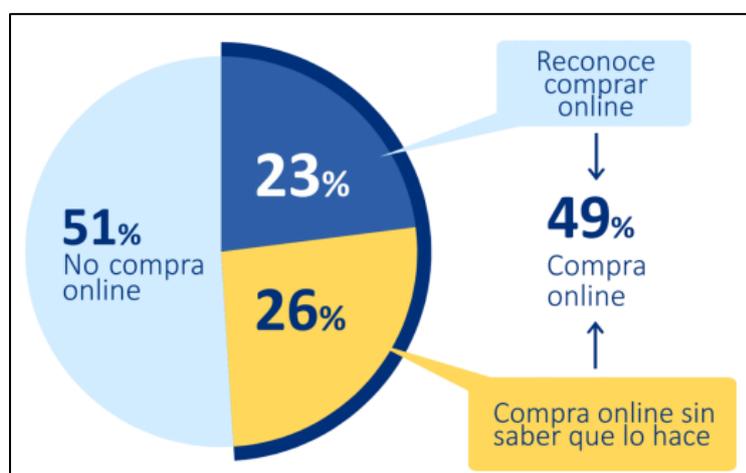
Grupo de Edad	Total		HOMBRES		MUJERES	
	Miles	%	Miles	%	Miles	%
00 - 05 años	941.7	8.9%	481.3	9.2%	460.4	8.6%
06 - 12 años	1,102.1	10.4%	561.9	10.7%	540.2	10.1%
13 - 17 años	828.5	7.8%	420.4	8.0%	408.1	7.7%
18 - 24 años	1,357.4	12.8%	692.2	13.2%	665.2	12.5%
25 - 39 años	2,683.4	25.5%	1,348.8	25.7%	1,334.6	25.0%
40 - 55 años	2,086.5	19.7%	1,020.1	19.4%	1,066.4	20.0%
56 - + años	1,581.3	14.9%	722.7	13.8%	858.6	16.1%
TOTAL	10,580.9	100.0	5,247.4	100.0	5,333.5	100.0

Nota.: I.N.E.I. Estimaciones y proyecciones de población en base al Censo 2017

Según Datum Internacional, Entre el 2016 y el 2018 ha crecido enormemente el acceso a internet a través de Smartphone, de 61% a 85%. Ha continuado decreciendo el acceso en cabinas y en computadoras en el hogar. Al mismo tiempo, esta nueva y masiva forma de acceso a internet aumenta también significativamente el comercio electrónico. Si bien es cierto que la mayor parte de las 3.6 horas en el 2019 (tiempo que aumenta, en comparación a las 2.8 horas registradas en el 2016) que en promedio un peruano pasa en internet es en redes sociales, también accede a aplicativos a través de los cuales adquiere productos y servicios. Cuando preguntaron sobre compras por internet, 23% de los entrevistados manifiesta haber comprado por internet en el último año, esto es 10 puntos más que en el 2016. Sin embargo, al preguntar por el uso de algunos servicios adquiridos digitalmente, esta cifra crece considerablemente a 49%.

Figura 17.

Oportunidad de compra online (entre aquellos con acceso a internet)



Nota. Datum Internacional Oportunidad de compra online 2019

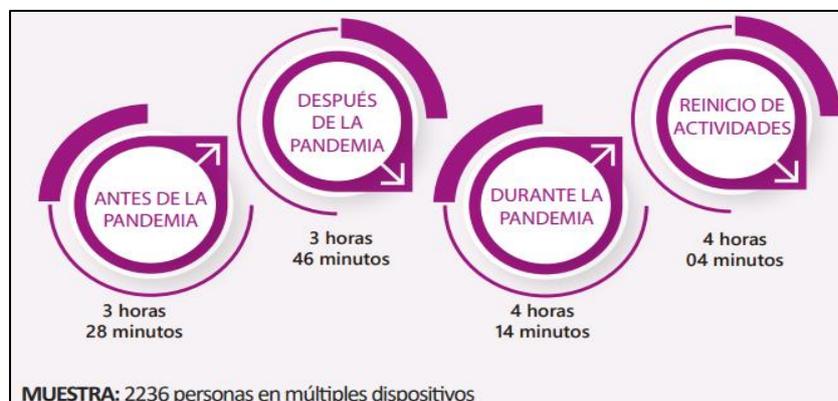
La tendencia es que las compras online sigan creciendo, pues 26% manifiesta que comprará igual o más que el año pasado y sólo el 16% considera que comprará menos y el resto aún no tiene idea cómo actuará. Esto nos habla de un cambio en el comportamiento del consumidor, dispuesto a probar y arriesgarse, pero al mismo tiempo, si la experiencia no es buena, no volverá a utilizar el servicio.

Figura 18.*Expectativa de compra online*

Notas: Datum Internacional Expectativa de compra online 2020

En estos dos últimos años, se observa un cambio importante en la vida digital de los peruanos. Algunos de manera consienten y otros no, pero la realidad es que aumentó significativamente la experiencia de compras online. De seguir la tendencia, las empresas deben enfocar sus esfuerzos en mejorar la experiencia, en aumentar los servicios y las promociones, pues quienes quieran potenciar el comercio electrónico deben diferenciar su oferta online de la oferta offline.

Comportamiento online ante coyuntura Covid-19: Según Datum Internacional en el estudio realizado en agosto del 2020 el tiempo de navegación es el siguiente:

Figura 19.*Tiempos de navegación*

Nota: Datum Internacional Tiempos de navegación 2020

Figura 20.

Ingresos y gastos según NSE 2020. Perú total.

Promedios	TOTAL	NSE AB	NSE C	NSE C1	NSE C2	NSE D	NSE E
GRUPO 1: Alimentos dentro del hogar	S/960	S/1,462	S/1,231	S/1,275	S/1,170	S/938	S/586
GRUPO 2: Bebidas alcohólicas y estupefacientes	S/4	S/12	S/5	S/6	S/3	S/2	S/1
GRUPO 3: Vestido y calzado	S/162	S/316	S/203	S/210	S/193	S/135	S/95
GRUPO 4: Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	S/285	S/679	S/382	S/412	S/340	S/246	S/98
GRUPO 5: Muebles, enseres y mantenimiento de la vivienda	S/143	S/415	S/148	S/157	S/136	S/101	S/72
GRUPO 6: Salud	S/173	S/414	S/233	S/253	S/205	S/140	S/64
GRUPO 7: Transporte	S/113	S/330	S/112	S/119	S/102	S/76	S/65
GRUPO 8: Comunicaciones	S/168	S/475	S/249	S/289	S/194	S/107	S/40
GRUPO 9: Recreación y cultura, otros bienes y servicios	S/79	S/240	S/94	S/101	S/84	S/53	S/28
GRUPO 10: Educación	S/154	S/574	S/201	S/246	S/139	S/81	S/20
GRUPO 11: Restaurantes y hoteles, alimentos fuera del hogar	S/46	S/101	S/61	S/65	S/56	S/40	S/17
GRUPO 12: Bienes y servicios diversos, cuidado personal	S/152	S/315	S/198	S/210	S/180	S/130	S/75
Promedio del gasto familiar mensual	S/2,440	S/5,333	S/3,116	S/3,346	S/2,801	S/2,049	S/1,161
Promedio del ingreso familiar mensual	S/3,238	S/7,777	S/4,123	S/4,514	S/3,591	S/2,624	S/1,370

Nota: Estudio APEIM NSE 2020

Según APEIM esta es la tabla de ingresos y gastos según NSE 2020, donde podemos ver que lo destinado en educación y también la cultura está en los rangos de 574 y 94 soles.

2.1.2.3 Mercado de Proveedores

En este mercado, el principal proveedor es el docente que brindara las clases. Actualmente, nuestro País tiene una gran cantidad de músicos, además de licenciados debido a que varias Universidades han incorporado a la música como una carrera, como la Escuela de Música de la Pontificia Universidad Católica (PUCP), el Instituto de Arte de la Universidad de San Martín de Porres (USMP) y la de la Universidad Peruana de Ciencias aplicadas (UPC). Por lo tanto, existe una oferta creciente de docentes. También, existe una tendencia de nivel de pago mínimo en la industria, pero que puede variar mucho.

Además, consideramos como proveedores a las diversas tiendas que nos brindaran los equipos necesarios para que los profesores brinden una clase óptima. Aquellas son:

- **VideoSmart:** Comunidad de realizadores audiovisuales que apuesta por la producción de video con Smartphone. Asimismo venden los equipos necesarios para

que los usuarios ejecuten un servicio óptimo. Esta empresa es la encargada de brindarnos los micrófonos y mixers digitales que necesitaremos.

- **Tiendas Linio:** Tienda online que brinda diversos productos, entre ellos los tecnológicos.
- **Insyser Perú SAC:** Empresa con un grupo de expertos, con una visión en común: El confort térmico y acústico, y el ahorro de energía y de costos en la industria general. La empresa nos ayudara con las soluciones acústicas para que durante las clases que dictaran los profesores se disminuya el mayor ruido posible.

Otros proveedores son los dedicados a la plataforma virtual: Moodle (dedicada al aula virtual), Espacio digital (diseño y desarrollo web, así como el plan de redes) y godaddy para el servicio de hosting y dominio.

2.1.2.4 Mercado de Competidores.

El mercado de competidores es variado. Actualmente debido a la pandemia del Covid-19 las escuelas de música que dictaban clases de forma presencial, están gestionándolas de forma virtual. Entre las más reconocidas tenemos:

- a) **Vivace:** es una escuela de música dirigida a niveles socio económico A y B de los distritos Miraflores, La Molina, San Borja, San Isidro, Surco, Jesús María, Lince, Magdalena, Pueblo Libre y San Miguel.
- b) **Crescendo:** escuela de música, arte y ballet de Lima, en la que ha desarrollado el método de enseñanza “Jugando con la música”.
- c) **Bigdrummers:** es una academia de música que ofrece una atención personalizada, ya que a través de la música se incrementa la capacidad de memoria, atención y concentración, se mejora la habilidad para resolver problemas matemáticos, se anima la creatividad y la imaginación, etc.

Además, existen otras empresas que ofrecen el mismo servicio:

- Profesionales o músicos aficionados que brindan enseñanza musical de manera independiente, ya sea a domicilio o usan de local su propio domicilio.
- Escuelas o academias de música con espacio físico, y dictan clases de forma presencial.
- Instituciones de enseñanza profesional de música: como universidades y conservatorios.

2.1.2.5 Mercado distribuidor.

En este mercado, nuestros competidores dan el servicio de forma directa, de profesor a alumno, mediante clases que son impartidas de dos formas:

- **Clases Online:** Mediante un sistema, como una plataforma en la nube con videoconferencia y audio conferencia, donde el alumno recibe clases en tiempo real, ya sea a través de dispositivos móviles o un ordenador.
- **Clases presenciales:** Las clases son dictadas en el local del proveedor del servicio.

2.1.2.6 Leyes o reglamentos del sector vinculados al proyecto

- Ley general de educación N° 28044, artículo 1°, establece los lineamientos generales de la educación y del sistema educativo privado. Rige a todas las actividades desarrolladas por personas naturales o jurídicas, públicas o privadas, nacionales o extranjeras.
- Ley N°27291 Manifiesto de voluntad, está dirigida a los negocios virtuales la finalidad de firmar acuerdos de servicios con los clientes sin contar con papel físicos, por ejemplo, en páginas web.
- Ley general de sociedades N° 26887, amparándonos en el artículo 234 de sociedades anónimas, la S.A.C podrá sujetarse a este régimen, siempre y cuando, no tenga en su sociedad más de 20 accionistas y no tenga acciones inscritas en el Registro Público del Mercado de Valores.

2.2 Análisis del Microentorno

2.2.1 Competidores actuales: Nivel de competitividad.

El nivel de competitividad es ALTO, ya que existen diversas academias, escuelas, universidades que brindan servicios de enseñanza musical. La competencia se está volviendo cada vez más fuerte porque la oferta de músicos independientes está creciendo, formando pequeñas academias, talleres o cursos en los colegios o en sus domicilios.

La competencia de enseñanza de música son los de tipo presencial. Este tipo de enseñanza tiene un sector muy aceptado debido al hábito hacia lo presencial. Actualmente debido a la pandemia muchas academias han tenido que migrar a una plataforma tecnológica, lo que los hace aún más competitivos. También, hay un incremento de competidores No Formalizados (artistas jóvenes en su mayoría) que ofrecen enseñanza musical de forma privada o por talleres. Ellos manejan precios más bajos.

Además, se ha podido notar el incremento de la actividad musical en el país, desde aumento de conciertos, programas de televisión, entre otros, que han estimulado el crecimiento de la demanda en educación musical.

2.2.2 Fuerza negociadora de los clientes.

La oferta musical en nuestro país está en crecimiento. Existen varios proveedores que nos brindan enseñanza musical desde excelentes profesores capacitados hasta alumnos recién egresados o artistas no formalizados, por lo tanto, tienen un grado de influencia, pero no la suficiente para intervenir en el precio ni en la negociación de las condiciones del servicio.

También consideramos que el cliente puede evaluar otros factores para elegir en donde inscribir a su menor hijo, ya que también no enfocamos al NSE A y B, estamos tratando con familias que no toman una decisión en base al precio, si no en el prestigio de la institución, cercanía del local, etc. Los servicios de educación musical de forma presencial presentan el inconveniente de la distancia geográfica. Esto se convierte muchas veces en

factor importante que los desanima a tomar algunos servicios o tomen otras opciones como clases a domicilio. Por tal motivo, el nivel de negociación de los clientes es MEDIA.

2.2.3 Fuerza negociadora de los proveedores.

En este mercado, el principal proveedor es el docente que brindara las clases. Actualmente, nuestro País tiene una gran cantidad de músicos, además de licenciados debido a que varias Universidades han incorporado a la música como una carrera. Por lo tanto, existe una oferta creciente de docentes. También, existe una tendencia de nivel de pago mínimo en la industria, pero que puede variar mucho. Por tales razones, su nivel de fuerza es BAJO.

2.2.4 Amenaza de productos sustitutos.

Los productos sustitutos para la enseñanza de música van desde cursos didácticos en video o audio DVD, hasta tutoriales gratuitos que se pueden encontrar en internet, como en YouTube. Aunque el resultado de estos cursos no es eficiente, puede ser atractivo para el estudiante por su bajo costo. La falta de calidad, soporte y personalización de los productos sustitutos, hacen que el alumnado no esté satisfecho, por ende esas limitaciones pueden ser aprovechadas para atraer a los interesados en aprender a tocar un instrumento musical. El nivel de influencia de los productos sustitutos es BAJO.

2.2.5 Competidores potenciales barreras de entrada.

Consideramos que la barrera de entrada para el negocio de educación musical es BAJO. Ya que existen muchas academias de enseñanza musical y otros temas de costos.

Barreras de entrada:

- a) **Costos fijos altos:** como compra o alquiler del local, contratación del personal como profesores y administrativo, pago de servicios como electricidad, agua, etc. costos que están relacionados a la capacidad instalada de la academia.
- b) **Inversión de Capital:** se necesita una considerable inversión tanto para el local, acondicionamiento de aulas, instrumentos musicales, etc. Por lo tanto, consideramos

que las barreras de entrada son bajas, sin embargo, la academia musical ofrecerá un servicio innovador poniendo énfasis en el servicio de calidad, para poder competir en el mercado.

Capítulo III: Plan Estratégico

3.1 Visión y misión de la empresa.

3.1.1 Visión

Ser la primera opción de las familias a nivel de Lima Metropolitana como escuela de música online que garantice a través de docentes altamente calificados la formación musical para el futuro de sus hijos.

3.1.2 Misión

Somos una escuela que se enfoca en la educación musical de niños y adolescentes de edades de 3 a 16 años, empleando técnicas de aprendizaje innovadoras, asegurando una experiencia exclusiva y de gran calidad.

3.2 Análisis FODA.

Tabla 17.

Análisis FODA

	Fortalezas	Debilidades
	1.-Docentes altamente calificados. 2.-Buen manejo de publicidad a través de medios electrónicos. 3.-Clases los 7 días a la semana. 4.-Equipos modernos, eficientes y con calidad. 5.-Plataforma de uso amigable. 6.-Servicio innovador en la enseñanza musical instrumental. 7.-Periodo de recuperó corto. 8.-Grupos de clase reducidos para un mejor aprendizaje.	1.-Poca experiencia en el rubro musical. 2.-Tiempo de posicionamiento en el mercado.
MATRIZ FODA	Estrategia (FO)	Estrategia (DO)
1.- Amplio mercado. 2.- Cambio de hábitos en las actividades generadas por el Covid-19. 3.- Crecimiento del uso digital. 4.- Informalidad del mercado musical. 5.- Beneficios de la música en el desarrollo de los niños.	(F1,O3,O5) Programas de capacitación a nuestros docentes, a fin de mejorar sus conocimientos en las metodologías de enseñanza, así como el uso adecuado de los recursos virtuales. (F3,O2) Adaptación a los horarios de nuestros clientes, manteniendo nuestro modelo de negocio con clases los 7 días a la semana.	(D2,F1) Enfocar la captación de clientes mediante el aumento de publicidad en los distritos que representan nuestro mercado potencial. (D2,O5) Convenios con municipalidades para promover la música y sus beneficios, mediante conciertos virtuales, de esta manera darnos a conocer.

	(F6,F7,O3,O2) Actualización y monitoreo constante de nuestras plataformas, a fin de dar un excelente servicio y evitar riesgos tecnológicos. Contar con tutoriales para alumnos y padres del uso y manejo de la plataforma. (F2,O1,O3) Mantener nuestro programa anual en publicidad en medios virtuales a fin de darnos a conocer y poder llegar a más clientes.	(D1,O3) Estar siempre atentos y buscar la innovación, ante cambios tecnológicos.
Amenazas	Estrategia (FA)	Estrategia (DA)
1.-Situación política actual	(F1,A2) Contar con profesores altamente calificados, que se diferencien por una metodología de enseñanza innovadora, así mismo, mantener el programa de capacitación para los mismos.	(D1,D2;A3,A4) Mantener nuestro programa anual en publicidad en medios virtuales a fin de darnos a conocer y poder llegar a más clientes.
2.-Servicios Sustitutos, enseñanza gratuita por YouTube.	Optar por el continuo seguimiento del alumnado en general y su avance en el manejo de las clases.	(D2,A1) Ofrecer en casos muy puntuales, facilidades de pago antes la coyuntura actual para evitar fuga de clientes.
3.-Ingreso de nuevos competidores	(F3,F4,F7;A3,A4) Mantener nuestro modelo de negocio, con enseñanza los 7 días a la semana.	
4.-Competencia posicionada	Innovar ante cambios tecnológicos. Mantener nuestro programa de publicidad anual.	
5.-Fallas de conectividad de internet.	(F6,A5,A6) Actualización y monitoreo constante de nuestras plataformas, a fin de dar un excelente servicio y evitar riesgos tecnológicos.	
6.-Hackers, virus, otros.		

3.3 Objetivos.

- Fomentar el interés de los niños y adolescentes de tal manera que sientan pasión en la música.
- Posicionarnos como la primera escuela de música a nivel Nacional, con técnicas innovadoras de aprendizaje.
- Establecer alianzas con colegios de nivel inicial y primaria para el dictado de clases en la institución, mediante paquetes escolares.
- Consolidarnos como una escuela de música online, mediante metodologías de enseñanza.

Capítulo IV: Estudio De Mercado

4.1 Investigación de mercado

4.1.1 Criterios de segmentación.

4.1.1.1 Geográfico.

Jefes de familia de las zonas 6 y 7 de Lima moderna (Jesús María, Lince, Magdalena, Pueblo Libre, San Miguel, La Molina, Miraflores, San Borja, San Isidro, Santiago de Surco).
Decisores de las actividades extracurriculares de sus hijos.

Tabla 18.

Población proyectada de las zonas 6 y 7 de Lima Moderna, proyectada hasta el año 2026.

Distrito	2,021	2022	2023	2024	2025	2026
Jesús María	82,829	83,649	84,477	85,313	86,158	87,011
Lince	60,045	60,639	61,240	61,846	62,458	63,077
Magdalena	66,099	66,753	67,414	68,082	68,756	69,436
Pueblo Libre	95,337	96,281	97,234	98,197	99,169	100,151
San Miguel	176,177	177,921	179,683	181,461	183,258	185,072
La Molina	162,239	163,845	165,467	167,105	168,760	170,430
Miraflores	110,448	111,541	112,646	113,761	114,887	116,025
San Borja	128,668	129,942	131,228	132,527	133,839	135,164
San Isidro	68,442	69,120	69,804	70,495	71,193	71,898
Santiago de Surco	415,631	419,746	423,901	428,098	432,336	436,616
Total	1,365,915	1,379,438	1,393,094	1,406,886	1,420,814	1,434,880
Tasa de crecimiento		1.01%				

Nota. Instituto Nacional de Estadística e Informática

4.1.1.2 Demográfico.

Jefes de familia (hombres y mujeres), entre las edades de 25 a 55 años.

Figura 21.

Población según segmento de edad

GRUPO DE EDAD	Total		HOMBRES		MUJERES	
	Miles	%	Miles	%	Miles	%
18 - 24 años	1,357.4	12.8	692.2	13.2	665.2	12.5
25 - 39 años	2,683.4	25.5	1,348.8	25.7	1,334.6	25.0
40 - 55 años	2,086.5	19.7	1,020.1	19.4	1,066.4	20.0
56 - + años	1,581.3	14.9	722.7	13.8	858.6	16.1

Nota. Estudio según CPI 2019

4.1.1.3 Socioeconómico:

Los niveles socioeconómicos al que nos dirigimos son el A, B y C. En la figura 22 se muestra los porcentajes según la estructura socioeconómica para las zonas que se ha decidido proyectarse.

Figura 22.

Estructura socioeconómica de la población por zonas geográficas

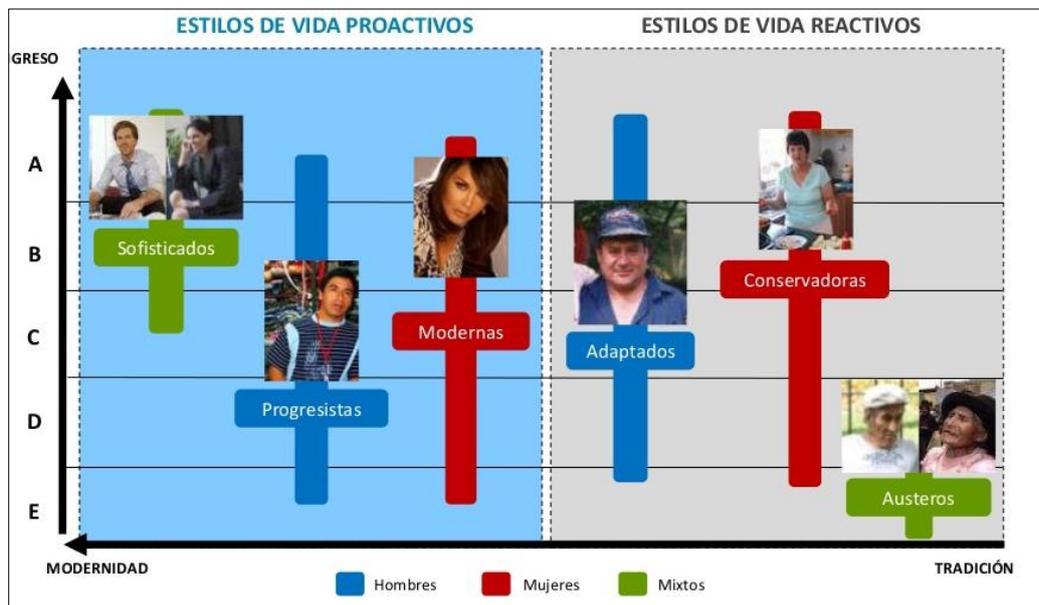
	Zonas	Población		Estructura socioeconómica (% horizontal)				
		Miles	%	A	B	C	D	E
1	Puente Piedra, Comas, Carabaylo.	1,309.3	12.4	0.0	14.6	39.7	36.6	9.1
2	Independencia, Los Olivos, San Martín de Porras.	1,318.3	12.5	2.1	28.3	47.6	19.9	2.1
3	San Juan de Lurigancho.	1,157.6	10.9	1.1	21.5	44.6	25.3	7.5
4	Cercado, Rimac, Breña, La Victoria.	771.2	7.3	2.5	29.9	43.9	21.5	2.2
5	Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis, El Agustino.	1,477.6	14.0	1.4	11.6	45.6	33.3	8.1
6	Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel.	377.7	3.6	16.2	58.1	20.5	3.5	1.7
7	Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina.	810.6	7.7	35.9	43.2	13.6	6.3	1.0
8	Surquillo, Barranco, Chorrillos, San Juan de Miraflores.	878.3	8.3	2.0	29.1	48.8	17.3	2.8
9	Villa El Salvador, Villa María del Triunfo, Lurín, Pachacamac.	1,098.7	10.4	0.5	7.9	52.2	31.6	7.8
10	Callao, Bellavista, La Perla, La Punta, Carmen de la Legua, Ventanilla y Mi Perú	1,100.4	10.4	1.4	19.0	46.0	24.4	9.2
11	Cieneguilla y Bañeros	190.5	1.8	0.0	9.9	47.6	32.7	9.8
TOTAL LIMA METROPOLITANA		10,580.9	100.0	4.3	23.4	42.6	24.1	5.6

Nota: Estructura socioeconómica según CPI 2019

4.1.1.4 Psicografico.

Las características que sobresalen de las zonas 6 y 7 de Lima Metropolitana, denominada Lima moderna, son sus zonas urbanizadas y zonas residenciales, cuentan a su alrededor con centros comerciales, clínicas privadas, colegios, supermercados, centros empresariales, clubs privados, entre otros. Su arquitectura es moderna, se puede encontrar edificios, casas, condominios.

Según los estilos de vida de Arellano Marketing, podemos clasificar a esta población como: Los Sofisticados, ya que son personas más instruidas, por lo general cuentan con grados académicos universitarios, por ello cuentan con un nivel de ingreso alto.

Figura 23.*Estilos de Vida*

Nota: "Estilos de Vida del Perú". ENCP 2018

4.1.2 Marco muestral.

Jefes de familia con hijos entre 3 a 16 años de edad, de las zonas 6 y 7 de Lima moderna, de los niveles socioeconómicos A, B y C, decisores de las actividades extracurriculares de sus hijos. Para hallar el tamaño de la muestra y considerando que la población es mayor a 100,000 se utilizará la fórmula de población infinita, con ello obtendremos el número de mínimo de encuestas a realizar para nuestro estudio.

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q}{e^2}$$

Donde:

Z: 1.96 Nivel de confianza al 95%

P y Q: 50% Probabilidad de éxito o fracaso de cada miembro de la población.

e: 5% Margen de error.

Reemplazando:

$$n = \frac{1.96^2 \times 50 \times 50}{5^2}$$

Por lo tanto, debemos realizar 385 encuestas para la muestra.

Sin embargo, la muestra tomada para la investigación cuantitativa de este proyecto será de 250 encuestas.

4.1.3 Entrevistas a profundidad.

Se realizaron 2 entrevistas a profundidad a profesionales relacionados al rubro de nuestro proyecto para obtener información especializada que nos permita evaluar nuestro negocio.

a) Primera Entrevista:

Mario Rojas Tapia, profesor de música del colegio Alexander Von Humboldt, con 12 años de experiencia en el rubro musical, que nos dará información valiosa sobre el tema pedagógico y de las mejores metodologías a utilizar para la enseñanza de nuestro público objetivo.

Dicha información nos ayudara a conocer cómo influye la música en los niños, la cantidad de horas adecuadas para un buen desempeño del alumno y cómo podemos llevar dicha enseñanza al campo virtual, entre otros aspectos relevantes. Además nos comentara la experiencia que están viviendo los profesores de música con el dictado de clases virtuales desde sus domicilios. La implementación para un buen dictado de clases, aciertos y desaciertos durante estos tiempos de pandemia respecto a su enseñanza.

Tabla 19.

Entrevista 1

Nombre: Mario Rojas Tapia	
Empresa: Colegio Alexander Von Humboldt	
Cargo: Profesor de música	
Experiencia: 12 años en música	
Rol para el proyecto: Pedagógico	
Enlace de entrevista: https://www.youtube.com/watch?v=HSZiTUjYD3g	
Preguntas:	Respuestas:
¿Cuántos años tiene en el rubro de la música y cuál ha sido su experiencia?	<ul style="list-style-type: none"> • 12 años y medio en la música • Experiencia laboral: Colegio Alexander Von Humboldt, Colegio San Agustín, Colegio Lima Villa College, Colegio Mercedes Cabello de Carbonera y Colegio Teresa Gonzales de Fanning.
En su experiencia, ¿De qué manera influye la música en los niños?	<ul style="list-style-type: none"> • La música influye a todos, ya que el cerebro emite endopaminas que influye bastante en los estados de ánimos y a su vez ayuda también para concentrarse y desenvolverse socialmente.
¿A partir de qué edad es recomendable que un niño comience a recibir este tipo de clases?	<ul style="list-style-type: none"> • La música se puede comenzar a escuchar desde la etapa de gestación de un bebe, pero clases como tal sería recomendable desde los 6 años.
¿Qué cantidad de horas dentro de una clase, considera que es recomendable para que un alumno logre un aprendizaje óptimo?	<ul style="list-style-type: none"> • En la experiencia que tengo con niños lo recomendable sería dos horas pedagógicas.
Al ser la enseñanza de forma virtual, ¿Cómo se tendría que acondicionar un centro de desarrollo musical, a fin de que los sonidos de los instrumentos se transmitan de forma adecuada?	<ul style="list-style-type: none"> • Usar las diferentes configuraciones de zoom y programa OBS Studio. • Acondicionar el lugar de enseñanza con paneles acústicos (evitan que entre el ruido externo) y esponjas acústicas.
En el caso de las clases grupales, ¿Qué cantidad de personas es lo más óptimo para un buen aprestamiento? considerando que tendremos 3 grupos, según edades, 3 a 5 años, 6 a 12 años y 13 a 16 años.	<ul style="list-style-type: none"> • Para el grupo de 3 a 5 años, máximo 5 alumnos; grupo de 6 a 12 años, máximo 10 alumnos y grupo de 13 a 16 años máximo 15 alumnos.
Dentro de las actividades de cada curso ¿Qué contenido deberíamos incluir dentro de la enseñanza?	<ul style="list-style-type: none"> • Se debe primero escuchar sobre la música, más específico sobre la historia y el uso de los discos sobre cantantes contemporáneos. • Uso del mickymousing, que es usar la música de fondo y los sonidos para los movimientos, ejemplo los dibujos antiguos que no tenían letras. • Creación de ritmos mediante sonidos y adaptarlo a la música.

¿Qué aspectos debemos tener en cuenta, en la evaluación de un alumno al momento de promoverlo de nivel (básico, intermedio, avanzado)?	<ul style="list-style-type: none"> •Va a depender de su edad y determinar elencos de kids, menores y mayores. Dependiendo de su destreza con el instrumento y como se desenvuelva a nivel musical.
Según su experiencia, ¿Cuál o cuáles son los instrumentos por el cual los niños tiene mayor preferencia?	<ul style="list-style-type: none"> •Va a depender de la afinidad del niño por el instrumento y como se desenvuelve con él, así mismo el profesor tiene que presentarle el instrumento y darle las opciones según lo que observe sobre el niño, dándole ejemplo de conocidos cantantes y los instrumentos que tocan. También depende de la edad del alumno, ya que los instrumentos más elaboradores y complicados no podremos dárselos a un niño de 3 años.
¿Ha escuchado hablar de la metodología Suzuki y en qué consiste?, ¿usted aplica dicha metodología en su enseñanza?	<ul style="list-style-type: none"> •Si lo escuchado, es de los más conocidos y está enfocado para las personas con habilidades especiales, ya que son muy desenvueltos y avanzan rápidos, el método Suzuki está diseñado para avanzar a pasos ligeros y consiste para comenzar desde 0 a paso ligero.
¿Qué otras metodologías a escuchado o recomienda para un óptimo aprendizaje para niños de 3 a 16 años de edad?	<ul style="list-style-type: none"> •De 3 a 5 años no uso una metodología, uso más actividades básicas y juegos. Siempre he utilizado libros de Essentials Elements y los libros Yamaha
Para la contratación de profesores ¿Qué aptitudes deberían tener? ¿Dónde podríamos contactarlos?	<ul style="list-style-type: none"> •Siempre se busca músicos extrovertidos, con desenvolvimiento escénico, la conexión con los alumnos y ser un líder en la dirección musical. Puedes contactar a los profesores del Conservatorio de Lima.
¿Tiene conocimiento de proveedores para la adquisición de instrumentos musicales, repuestos y afinamiento de los mismos?	<ul style="list-style-type: none"> •Hay lugares en plaza de dos de mayo; Jhon Antón es luthier de metales que son para boquillas de metal y Bryan Herrera es luthier de repuestos de maderas.
En su opinión, cuál o cuáles de las academias de enseñanza de música que existen en la actualidad, considera la mejor opción para que un niño aprenda.	<ul style="list-style-type: none"> •Conservatorio de Lima (Universidad Nacional de Música) y Academia de Música Prestisimo.

b) Segunda Entrevista

Javier Ángel Salas Malpica, ingeniero de sistemas de la Universidad Nacional del Callao con colegiatura, con especialización en tecnologías de la información y más de 10 años de experiencia en tecnologías de información, nos dará alcances con lo relacionado a la creación de nuestra plataforma virtual, entre otra información, que nos permita dar un excelente servicio para la enseñanza virtual. También nos brindara una pequeña proforma de

cómo podríamos habilitar un local de desarrollo, esto con el fin que más adelante habilitemos un local desde donde brindar los servicios.

Tabla 20.

Entrevista 2

Nombre: Javier Ángel Salas Malpica	
Empresa: Ancona Technologies	
Cargo: Ingeniero de sistemas	
Experiencia: 11 años	
Rol para el proyecto: Soporte TI	
Enlace de entrevista: https://youtu.be/ClvqQE8WYFw	
Preguntas:	Respuestas:
¿Cuántos años de experiencia tiene en TI?	<p>Desde el año 2010 tiene experiencia en TI</p> <ul style="list-style-type: none"> - La presente propuesta cubre el correcto equipamiento y licenciamiento para cubrir 10 aulas en las que se dictaran clases de música remotas. - Debemos contratar un proveedor de internet, en este caso el proveedor será Óptical Network, ellos no proveerán el servicio de internet con una línea dedicada punto a punto, entregándonos 20 MB de velocidad de internet, así como una disponibilidad del 99.5% del servicio. - Luego, a nivel de hardware se van a proveer de 10 laptops, con características avanzadas de cómputo, adicional a ello, se va a proponer cámaras web y micrófonos de mayores prestaciones para cubrir la necesidad de audio y video en las conferencias. Las laptops vienen con SO Windows 10, con ello cubrimos esas licencias. - Se va a considerar una PC adicional, la misma que será usada para el área administrativa. - Se van a considerar 11 suscripciones Microsoft 365, para cubrir los 11 equipos por 12 meses, los mismos que me entregaran licencias office y almacenamiento en nube por 1 TB, por un periodo de 12 meses, así como 11 buzones de correos, si hay necesidad de adquirir más correo, el contrato seria en plan solo correo, ya no ofimática. - Se tiene que contratar un dominio y un hosting para alojar la página web, para ello se trabaja con GoDaddy, con un plan a 12 meses, tanto para el hosting, como para el dominio, adicional a ello, vamos a contratar el la empresa Ancona, para que nos desarrollen la página web, así como un contrato de soporte y actualización de la página por 12 meses. <p>Finalmente se hará un contrato por 12 meses con Zoom Rooms, plataforma virtual, que me permite hacer conferencias por aulas, cubriremos la cantidad de 10 aulas, los usuarios que se conecten remotamente al aula, no necesitan licenciarse.</p>

4.1.4 Focus Group.

El focus group estará orientado a un grupo de personas que cumplan los criterios de nuestro marco muestral, con el fin de obtener información relevante, respecto a lo que ellos consideran importante a la hora de contratar un servicio.

Tabla 21.

Ficha técnica

Ficha Técnica	
Investigación	Cualitativa – Focus Group
Lugar	Vía zoom
Técnica de recolección	1 sesión de focus group con la participación de 7 personas, jefes de familia con hijos entre 3 a 16 años.
Duración	40 min
Enlace	https://www.youtube.com/watch?v=mXp_71ZEzC8
Participantes	<ul style="list-style-type: none"> · Alfredo Arosti (42 años) · Cristian Lobaton (35 años) · Alesandra Silva (32 años) · Silvia Padilla (32 años) · Johana Venegas (33 años) · Carlos Condore (50 años) · Isabel Sandoval (38 años)
Objetivo General	Tener información de los jefes de familia, respecto a lo que consideran importante cuando toman decisiones al momento de contratar un servicio. Saber si el modelo de negocio es el más adecuado según sus expectativas.
Objetivos Específicos	Determinar el factor decisivo, por el cual los padres decidan contratar un servicio de enseñanza para sus hijos.

Información Recopilada

Tiempo de adquirir servicio: La mayoría de los participantes menciono que el tiempo de adquirir el servicio va a depender del desarrollo que muestre el alumno, es decir que tan a gusto se siente con las clases; dicho tiempo puede ser mínimo 3 meses hasta 1 año.

Precio de servicio: la mayoría de los participantes indico que el precio sería en un rango de 200 a 250 soles que se basa en la frecuencia y valor agregado.

Frecuencia y lugar de adquirir el servicio: la mayoría de los participantes indico que les gustaría adquirir el servicio en una frecuencia de 8 sesiones al mes de 2 horas cada sesión y que las clases sean dictadas en un lugar acondicionado para la música y así la enseñanza dictada no se vea distorsionada por los sonidos que se puedan escuchar a través del zoom.

Características del servicio: Los participantes indicaron que les gustaría que el servicio sea de buena calidad y con resultados demostrables, es decir que sepan que están adquiriendo un servicio real y que el alumno pueda demostrar un progreso visible en el manejo del instrumento.

Comentarios finales

Los participantes estuvieron a gusto con la reunión e indicaron que, si adquirirían el servicio, demostrando que los profesores deben estar capacitados y con buena experiencia en el rubro; ya que esto indicaría que si están pagando un precio justo por la educación de sus hijos. Así mismo, nos indicaron que el logo a utilizar para la empresa debería ser menos infantil y enfocar una animación que refleje las edades de todos los grupos para que no se vea tan animado.

4.1.5 Encuestas.

Las encuestas fueron realizadas a 250 personas, a continuación, se detalla el resultado:

Pregunta N° 1: ¿Usted tiene hijos entre la edad de 3 a 16 años?

Figura 24.

Resultados pregunta 1



Nota: Pregunta filtro

La encuesta inicia con 250 personas, las cuales en su mayoría cumplen con parámetros del marco muestral, 202 jefes de familia tienen hijos entre 3 a 16 años de edad, mientras que 48 encuestados indicaron no tener hijos dentro de las edades señaladas, por lo que se descartan.

Pregunta N° 2: ¿En qué rango se encuentra su edad?

Figura 25.

Resultados Pregunta 2

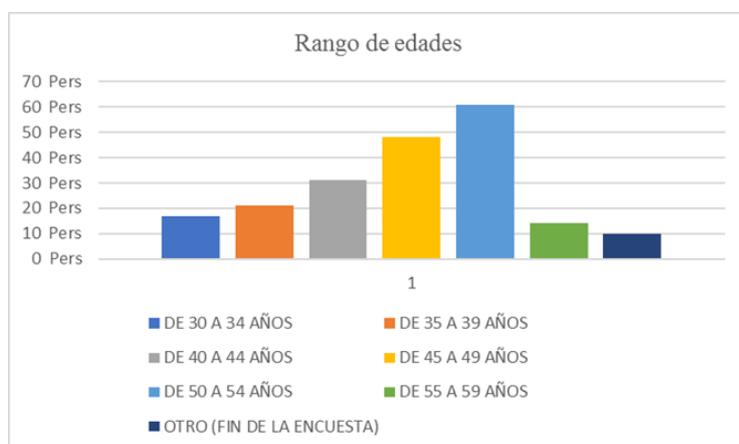


Figura. Pregunta filtro

En esta pregunta, hacemos un filtro respecto a las edades de los jefes de familia, consignado en nuestro marco muestral, de los cuales 192 encuestados se encuentran dentro de los rangos señalados, mientras que 10 de los encuestados están fuera del rango de edad.

Pregunta N° 3: ¿En qué distrito reside usted?

Figura 26.

Resultados pregunta 3

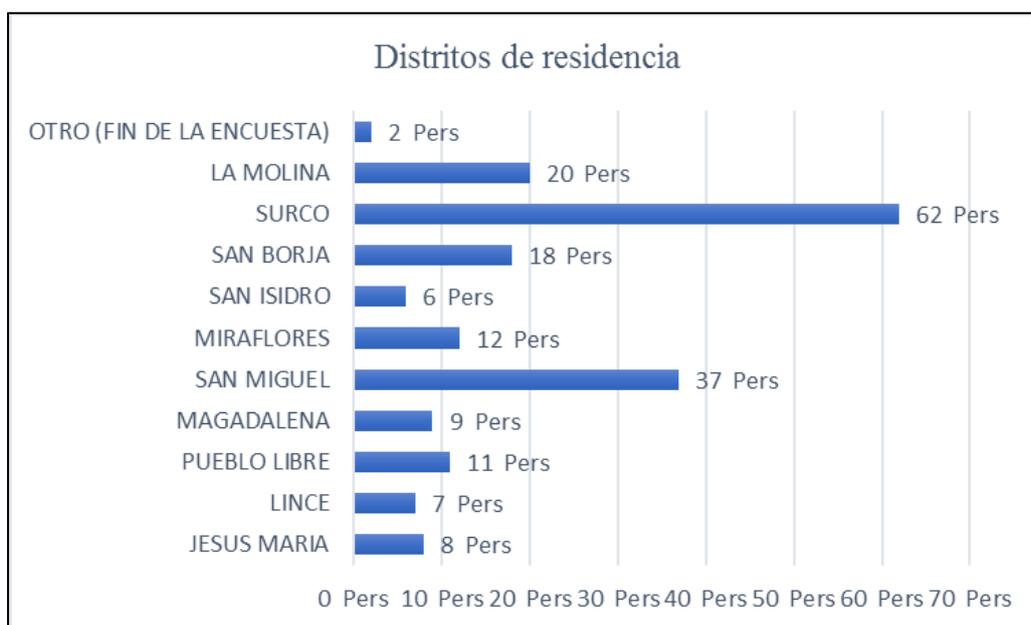


Figura. Pregunta filtro

Pregunta filtro enfocada al lugar de residencia de los encuestados. De acuerdo a los resultados, de las 192 personas que respondieron, el 32.29% reside en el distrito de Surco, el 19.27% reside en el distrito de San Miguel, seguido de un 10.42% que reside en el distrito de La Molina, el 9.38% reside en el distrito de San Borja, el 28.64% reside en los otros distritos especificados en el marco muestral, mientras que el 1.04% de los encuestados no están dentro del parámetro, por lo tanto se descartan y no avanzan a las siguientes preguntas.

La cantidad de personas que avanzan con las preguntas del cuestionario son 190 personas.

Pregunta N° 4: ¿Cuál es el ingreso promedio mensual en su familia?

Figura 27.

Resultados Pregunta 4

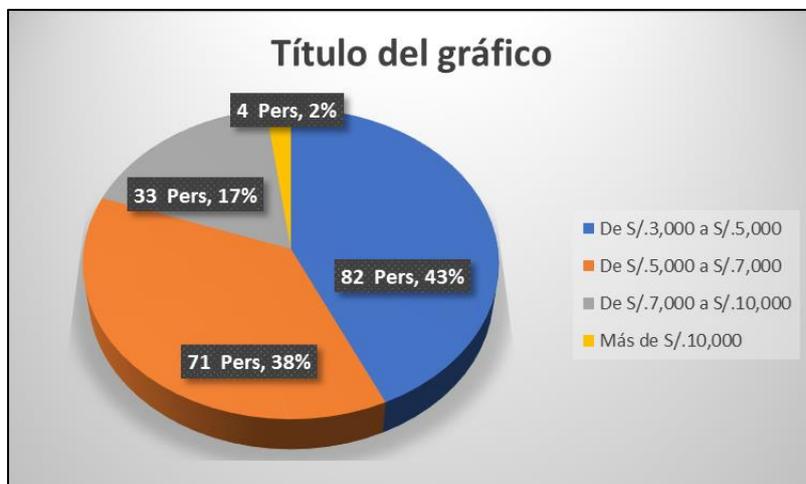


Figura. Rango de ingresos mensuales

190 encuestados responden a esta pregunta, de acuerdo al ingreso podemos determinar los niveles socioeconómicos al cual pertenecen, el 2% de los encuestados pertenecen al NSE A, el 17% pertenece al NSE B, mientras que el 81% de los encuestados pertenecen al NSE C.

Pregunta N° 5: ¿En qué rango de edad se encuentra(n) su(s) hijo(s)?

Figura 28.

Respuesta Pregunta 5

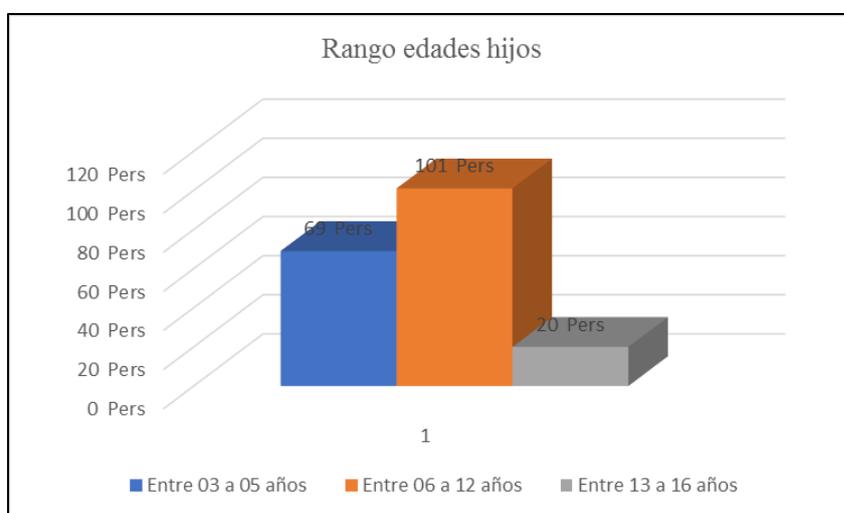


Figura. Rango de edades de hijos divididas según grupo de enseñanza del proyecto

De los 190 encuestados, 101 jefes de familia tienen hijos entre los 06 a 12 años de edad, 69 jefes de familia, entre los 03 a 05 años, por último, 20 de los encuestados señalo tener hijos entre los 13 a 16 años.

Pregunta N° 6: ¿Su hijo(s) realiza alguna actividad extracurricular artística o deportiva?

Figura 29.

Respuesta Pregunta 6

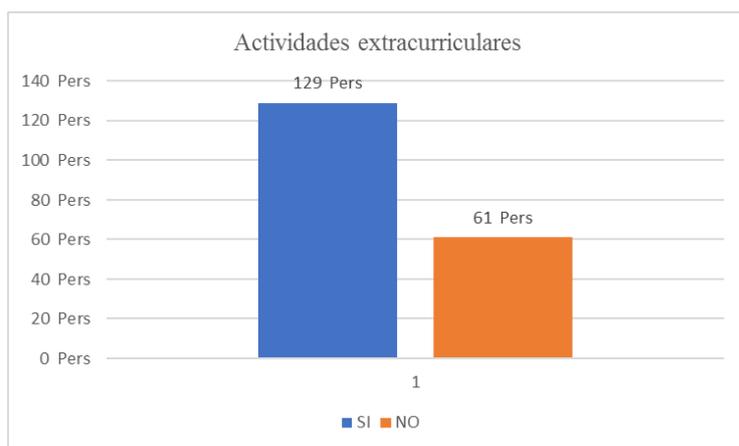


Figura. Participación en actividades extracurriculares

El 68% señalo que sus hijos si realizan actividades artísticas o deportivas, mientras que el 32% no realiza dichas actividades, en ambos casos vemos una gran oportunidad para que puedan optar por nuestro servicio.

Pregunta N° 7: ¿Sabía usted que la música es importante para el crecimiento intelectual, ya que generan gran cantidad de actividad neuronal?

Figura 30.

Respuesta pregunta 7



Figura. Importancia de la musica

El 59% de los jefes de familia encuestados, indicaron tener conocimiento de los beneficios que aporta la música en el desarrollo de los niños, el 41% no tiene dicha información. Con esta pregunta podemos saber que tan consciente son los padres de familia, respecto a cómo pueden ayudar a completar el desarrollo de sus hijos, por lo cual es un punto importante al momento de elegir servicio de educación extracurricular para sus hijos.

Pregunta N° 8: Indique usted ¿Cuál o cuáles de estos instrumentos ha tocado o toca su hijo? Puede marcar más de 1.

Figura 31.

Respuesta Pregunta 8

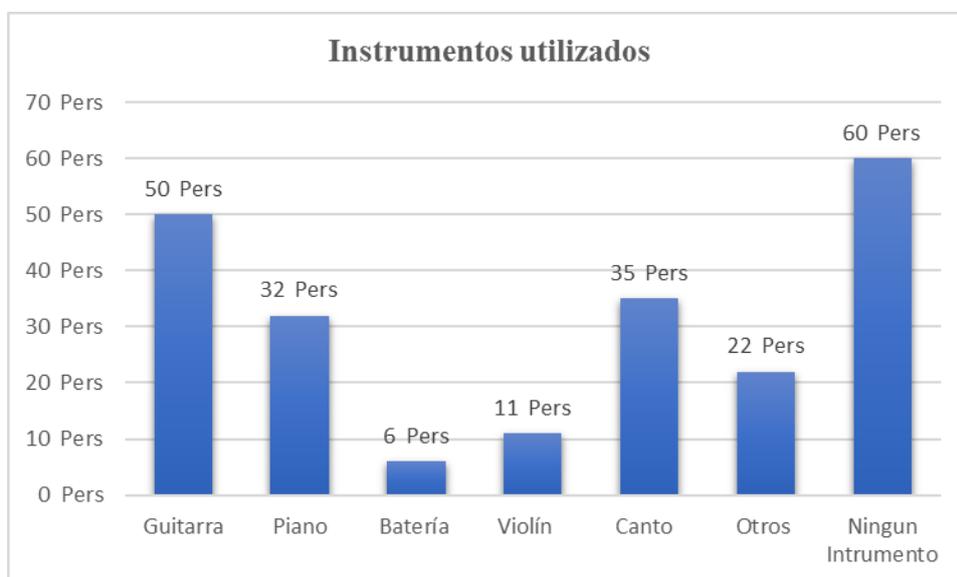


Figura. Instrumentos utilizados

El 32% de los jefes de familia señalo que sus hijos no tocan instrumentos musicales, mientras que del 68% si tocan algún instrumento musical.

El 23.5% toco el instrumento musical guitarra, siguiéndole que tomaron cursos de canto en un 16.20%, y el piano con un 14.81%. Respecto a la batería es el instrumento que menos personas han aprendido a tocar con un porcentaje de 2.78%.

Pregunta N° 9: ¿Cómo aprendió a tocar su hijo los instrumentos mencionados anteriormente?

Figura 32.

Respuesta pregunta 9

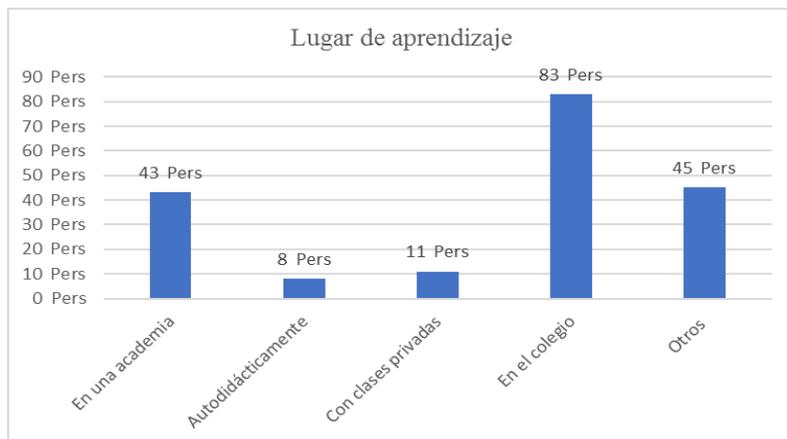


Figura. Lugar de aprendizaje

El 44% de los encuestados señalaron que sus hijos aprendieron a tocar instrumento musical en el colegio, el 23% en una academia y el 33% aprendió mediante otras alternativas.

Pregunta N° 10: ¿Inscribiría usted a su hijo(a) para aprender o mejorar su conocimiento y performance de alguno de los instrumentos listados en la plataforma de enseñanza de música online explicada?

Figura 33.

Respuesta pregunta 10

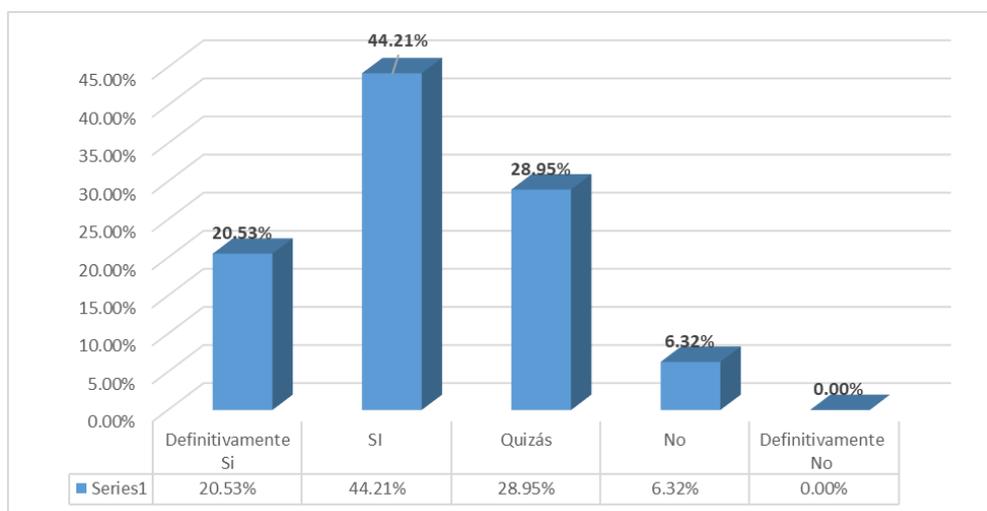


Figura. Aceptación del nuevo servicio

De acuerdo a la descripción del servicio (se le brindo un pequeño resumen para que los encuestados leyeran sobre nuestro servicio), el 64.74% de los encuestados indico que, si contrataría nuestro servicio, considerando este porcentaje dentro de nuestro mercado efectivo.

Un 28.95% de personas contestaron “quizás”, para el público indeciso se aplicaran las estrategias necesarias para que puedan adquirir el servicio de enseñanza musical que estamos ofreciendo.

Pregunta N° 11: ¿Qué curso contrataría para su hijo(a)? Marque solo una alternativa.

Figura 34.

Respuesta pregunta 11

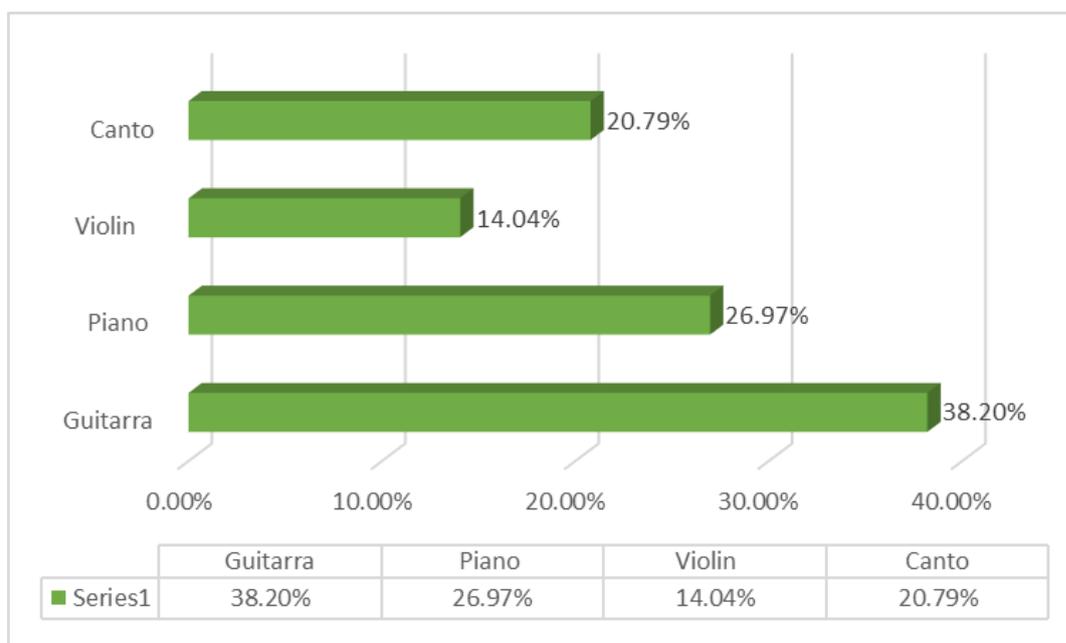


Figura. Preferencias de cursos

La encuesta refleja que la gran mayoría tiene preferencia para aprender a tocar guitarra, seguida por piano con un 26.97%, canto un 20.79% y una menor preferencia por violín que alcanza un porcentaje de 14.04%. En esta pregunta se colocaron los cursos que el proyecto ofrecerá como cursos.

Pregunta N° 12: ¿Cuál sería el factor principal para matricular a su hijo(s) en nuestra escuela de música online?

Figura 35.

Respuesta pregunta 12

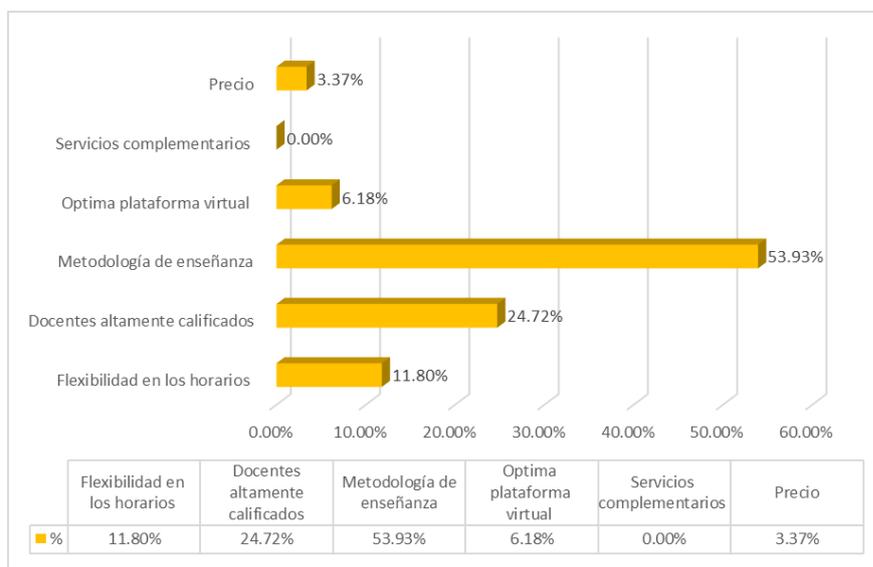


Figura. Factor de matrícula al servicio

El factor que se considera determinante para matricular a sus hijos es la metodología de enseñanza, seguido de los docentes con una alta preparación.

Pregunta N° 13: Marque el rango de precio que estaría usted dispuesto a pagar por el servicio mensual de clases, Paquete - 8 clases al mes, 2 veces a la semana de clases 1 hora.

Figura 36.

Respuesta Pregunta 13

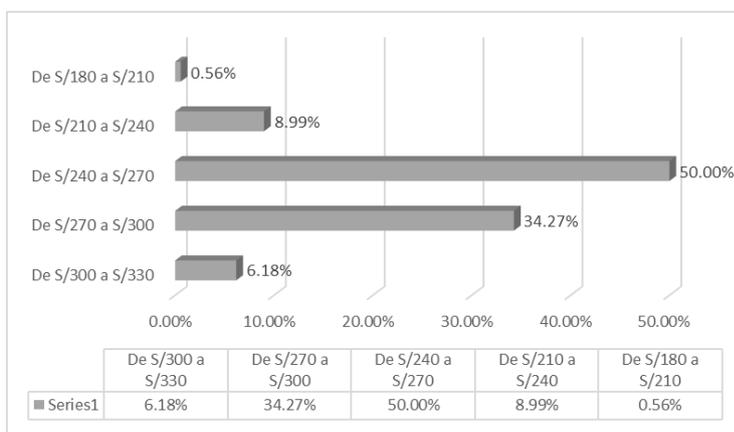


Figura. Rango de precio por el nuevo servicio

El 44.94% de los encuestados indica que, el rango que pagarían por el paquete (8 clases al mes), sería entre S/240 a S/270.

Pregunta N° 14: ¿Qué días de la semana inscribiría a su hijo(s) en la escuela de música?

Figura 37.

Respuesta pregunta 14

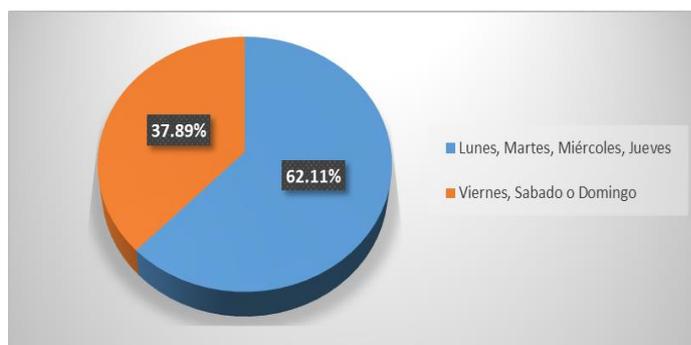


Figura. Preferencias de días de estudio

En esta pregunta, podemos concluir la preferencia de días en que sus hijos llevarían las clases, de acuerdo a su disponibilidad, en un 62.11% los encuestados prefieren llevar sus clases de música de lunes a jueves, mientras que el 37.89% prefiere de viernes a domingo.

Pregunta N° 15

¿En qué horario inscribiría a su hijo(s) en la escuela de música online?

Figura 38.

Respuesta Pregunta 15

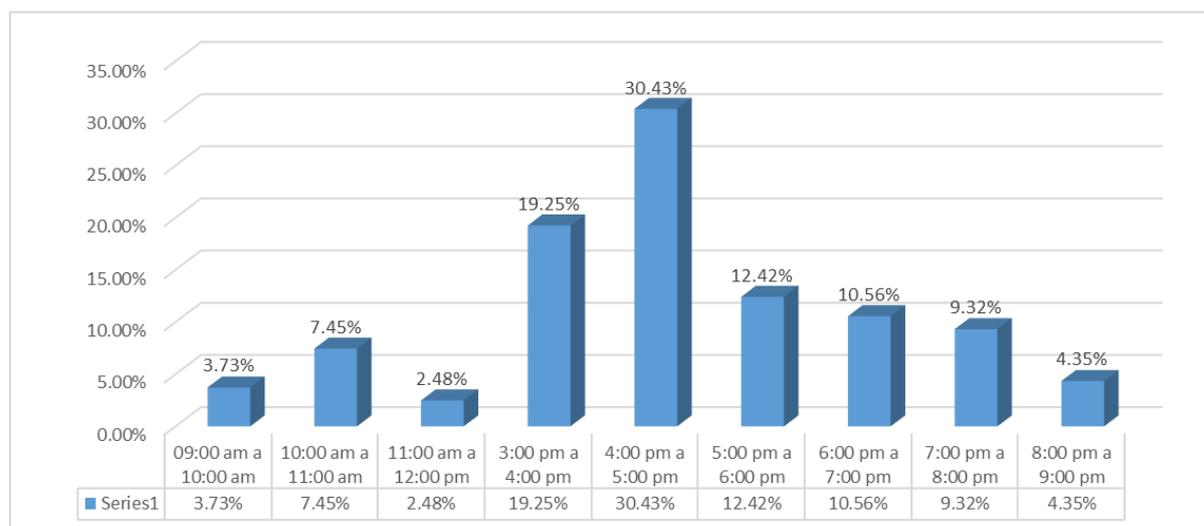


Figura. Preferencia de horario de estudio

Los horarios más solicitados son de 4:00 a 5:00pm, de 3:00pm a 4:00 pm, esto nos permite tener un mejor desempeño en las actividades de nuestro servicio, pues podemos saber los horarios en que necesitaremos de más profesores para la enseñanza.

Los horarios en la tarde son los que más porcentaje obtuvieron, por ende esa información nos facilitara implementar horarios según preferencia.

Pregunta N° 16: ¿En qué mes o meses del año matricularía usted a su hijo(a)? Marque todos los meses que contrataría en un año.

Figura 39.

Respuesta Pregunta 16

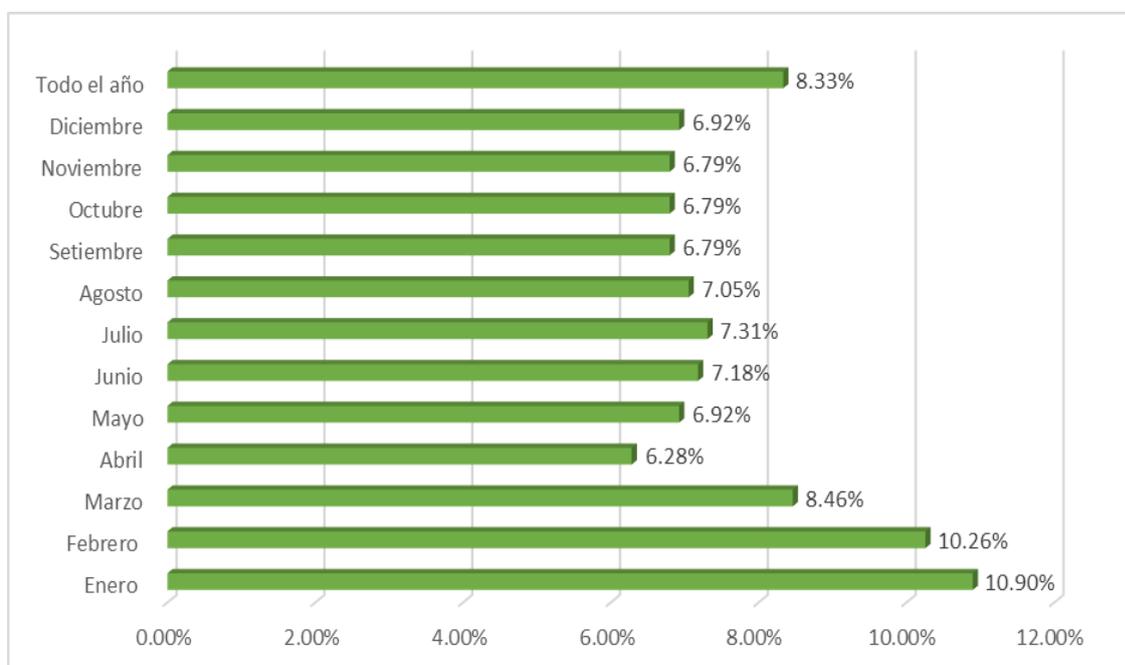


Figura. Preferencias de meses al año

Podemos visualizar una alta demanda en los meses de verano, ya que los niños se encuentran de vacaciones, por lo que cuentan con mayor disponibilidad para realizar distintas actividades, sin embargo, también se contaría con alumnado durante todo el año. La etapa escolar que empieza en marzo es donde se visualiza un menor porcentaje de inscripciones en la academia, aquello es porque están en el colegio.

Pregunta N° 17: ¿Cuántos hijos del rango de edad indicado, matricularía usted en nuestra academia?

Figura 40.

Respuesta Pregunta 17

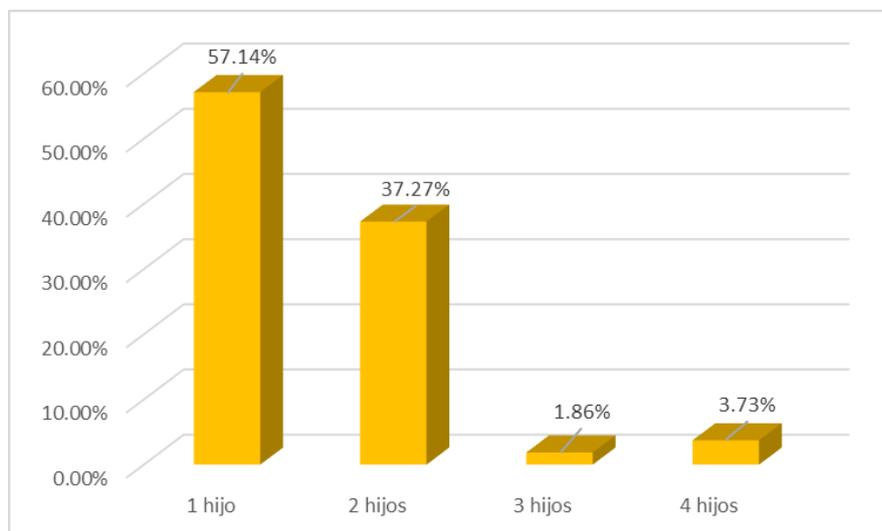


Figura. Cantidad de hijos a matricular

El 57.14% de los encuestados matricularía a 1 hijo en las clases de música, mientras que el 37.27% matricularía a 2 hijos.

Pregunta N° 18: ¿Cuántos meses al año matricularía a su hijo para aprender a tocar un instrumento?

Figura 41.

Respuesta pregunta 18

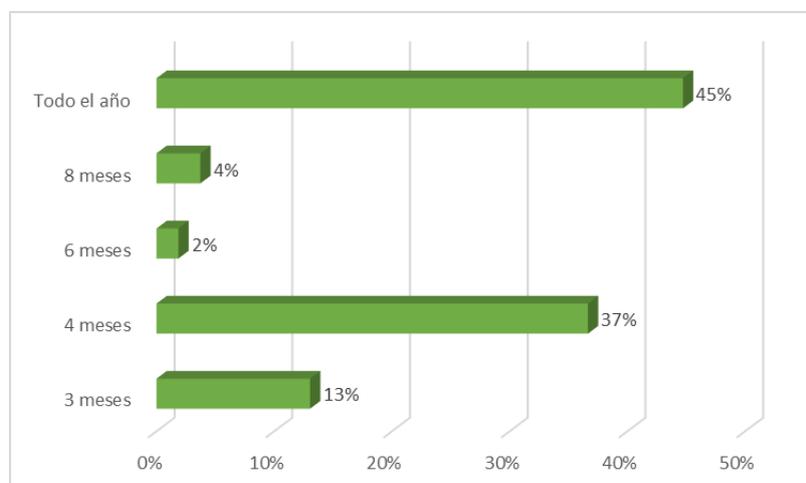


Figura. Cantidad de meses a contratar por año

El 45% matricularía a su hijo todo el año, mientras que el 37% lo matricularía 4 meses.

Pregunta N° 19: ¿A través de qué medio de comunicación, le gustaría enterarse sobre la escuela de música?

Figura 42.

Respuesta Pregunta 19

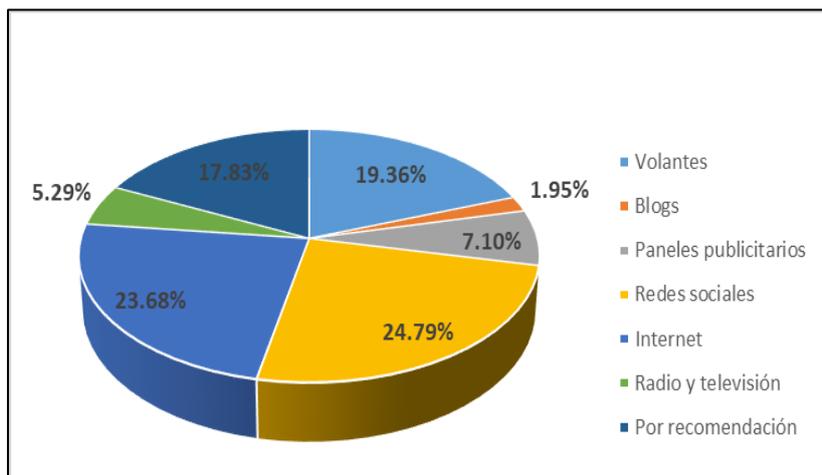


Figura. Preferencia de medios de comunicación para tener información del servicio

A la mayoría de los encuestados, les gustaría recibir información de la escuela de música, mediante internet, redes sociales y volantes. Aquello será considerado para el plan de marketing de nuestro proyecto.

4.2 Demanda y oferta

4.2.1 Estimación del mercado potencial.

El mercado potencial es toda aquella población que tiene necesidad de un producto o servicio y que posee los medios necesarios para adquirirlo y a la vez podría estar interesado en adquirir nuestro producto. La población se obtuvo de la data brindada del INEI.

Para el desarrollo de esta estimación hemos considerado nuestro marco muestral para obtener los datos del segmento demográfico, geográfico, etc. (los datos pertenecen a fuentes confiables como INEI, CPI y APEIM).

El mercado potencial es 291, 356 hogares.

Tabla 22.*Calculo de la demanda potencial*

Distritos	Población Total 2021	Filtro NSE "A"	Filtro NSE "B"	Filtro NSE "C"	Población	Filtro por Edad (25 a 55 años)
Jesús María	82,829 Hab	16.2%	58.1%	20.5%	78,522 Hab	45.20%
Lince	60,045 Hab	16.2%	58.1%	20.5%	56,923 Hab	45.20%
Pueblo Libre	95,337 Hab	16.2%	58.1%	20.5%	90,379 Hab	45.20%
Magdalena	66,099 Hab	16.2%	58.1%	20.5%	62,662 Hab	45.20%
San Miguel	176,177 Hab	16.2%	58.1%	20.5%	167,016 Hab	45.20%
Miraflores	110,448 Hab	35.9%	43.2%	13.6%	102,385 Hab	45.20%
San Isidro	68,442 Hab	35.9%	43.2%	13.6%	63,446 Hab	45.20%
San Borja	128,668 Hab	35.9%	43.2%	13.6%	119,275 Hab	45.20%
Surco	415,631 Hab	35.9%	43.2%	13.6%	385,290 Hab	45.20%
La Molina	162,239 Hab	35.9%	43.2%	13.6%	150,396 Hab	45.20%
Total	1,365,915 Hab				1,276,293 Hab	

Tabla 23.*Proyección de 5 años Mercado Potencial*

	1.01%	1.01%	1.01%	1.01%	1.01%
%	2022	2023	2024	2025	2026
6%	35,850 Hab	36,212 Hab	36,578 Hab	36,948 Hab	37,321 Hab
4%	25,989 Hab	26,251 Hab	26,517 Hab	26,784 Hab	27,055 Hab
7%	41,264 Hab	41,681 Hab	42,102 Hab	42,527 Hab	42,957 Hab
5%	28,609 Hab	28,898 Hab	29,190 Hab	29,485 Hab	29,783 Hab
13%	76,254 Hab	77,024 Hab	77,802 Hab	78,587 Hab	79,381 Hab
8%	46,746 Hab	47,218 Hab	47,695 Hab	48,176 Hab	48,663 Hab
5%	28,967 Hab	29,260 Hab	29,555 Hab	29,854 Hab	30,155 Hab
9%	54,457 Hab	55,007 Hab	55,563 Hab	56,124 Hab	56,691 Hab
30%	175,910 Hab	177,687 Hab	179,481 Hab	181,294 Hab	183,125 Hab
12%	68,665 Hab	69,359 Hab	70,059 Hab	70,767 Hab	71,482 Hab
	582,712 Hab	588,597 Hab	594,541 Hab	600,546 Hab	606,612 Hab
Hogares	291,356	294,298	297,271	300,273	303,306

4.2.2 Estimación del mercado disponible.

El mercado disponible es aquel que está compuesto por aquellas personas que estarían dispuestas adquirir nuestro servicio. Para calcular el mercado disponible se utilizó la pregunta Nro. 10 ¿Inscribiría usted a su hijo(a) para aprender o mejorar su conocimiento y

performance de alguno de los instrumentos listados en la plataforma de enseñanza de música online explicada?

Para hallar el factor de respuestas afirmativas, brindamos porcentajes para 3 tipos de respuestas: Definitivamente Si, Si y quizás. La ponderación se multiplicara por los porcentajes de las personas que llenaron la encuesta.

Tabla 24.

Pesos por tipo de respuesta afirmativa

		Ponderación	Total
Definitivamente Si	20.53%	100.00%	20.53%
SI	44.21%	75.00%	33.16%
Quizás	28.95%	50.00%	14.47%
			68.16%

Respuesta: Si 68.16%

Mercado disponible = 68.16% * Mercado potencial (291,356 Hogares)

Mercado disponible = 198,582 Hogares

Tabla 25.

Proyección 5 años Mercado Disponible

	1.01%	1.01%	1.01%	1.01%	1.01%
DISTRITOS	2022	2023	2024	2025	2026
Jesús María	12,217 Hog	12,341 Hog	12,465 Hog	12,591 Hog	12,719 Hog
Lince	8,857 Hog	8,946 Hog	9,037 Hog	9,128 Hog	9,220 Hog
Pueblo Libre	14,062 Hog	14,204 Hog	14,348 Hog	14,493 Hog	14,639 Hog
Magdalena	9,750 Hog	9,848 Hog	9,948 Hog	10,048 Hog	10,150 Hog
San Miguel	25,986 Hog	26,249 Hog	26,514 Hog	26,782 Hog	27,052 Hog
Miraflores	15,930 Hog	16,091 Hog	16,254 Hog	16,418 Hog	16,584 Hog
San Isidro	9,872 Hog	9,971 Hog	10,072 Hog	10,174 Hog	10,277 Hog
San Borja	18,558 Hog	18,746 Hog	18,935 Hog	19,126 Hog	19,320 Hog
Surco	59,948 Hog	60,554 Hog	61,165 Hog	61,783 Hog	62,407 Hog
La Molina	23,400 Hog	23,637 Hog	23,876 Hog	24,117 Hog	24,360 Hog
	198,582 Hog	200,588 Hog	202,613 Hog	204,660 Hog	206,727 Hog

4.2.3 Estimación del mercado efectivo.

El mercado efectivo se obtiene de la multiplicación del mercado disponible por el porcentaje del rango de precio del servicio. Para poder hallar nuestro mercado efectivo trabajamos con la pregunta número 13 de nuestra encuesta: Marque el rango de precio que estaría usted dispuesto a pagar por el servicio mensual de clases, Paquete de 8 clases al mes, 2 veces por semana de 1 hora. Los precios aplican para todos los instrumentos. Solo se consideró las personas que marcaron dentro del rango de S/260 y S/350 soles.

Respuesta: Si 90.45%

Mercado efectivo = 90.45% * Mercado disponible (198,582 Hogares)

Mercado disponible = 179,616 Hogares

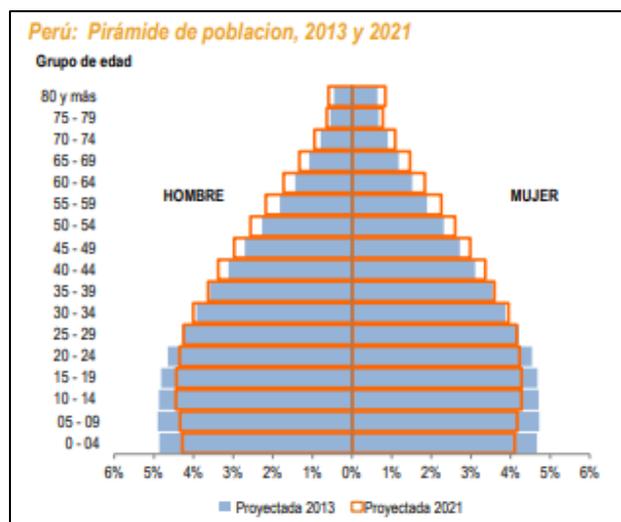
Tabla 26.

Proyección a 5 años Mercado Efectivo

	1.01%	1.01%	1.01%	1.01%	1.01%
DISTRITOS	2022	2023	2024	2025	2026
Jesús María	11,051 Hog	11,162 Hog	11,275 Hog	11,389 Hog	11,504 Hog
Lince	8,011 Hog	8,092 Hog	8,174 Hog	8,256 Hog	8,339 Hog
Pueblo Libre	12,719 Hog	12,848 Hog	12,978 Hog	13,109 Hog	13,241 Hog
Magdalena	8,819 Hog	8,908 Hog	8,998 Hog	9,088 Hog	9,180 Hog
San Miguel	23,505 Hog	23,742 Hog	23,982 Hog	24,224 Hog	24,469 Hog
Miraflores	14,409 Hog	14,554 Hog	14,701 Hog	14,850 Hog	15,000 Hog
San Isidro	8,929 Hog	9,019 Hog	9,110 Hog	9,202 Hog	9,295 Hog
San Borja	16,786 Hog	16,955 Hog	17,127 Hog	17,300 Hog	17,474 Hog
Surco	54,223 Hog	54,771 Hog	55,324 Hog	55,882 Hog	56,447 Hog
La Molina	21,166 Hog	21,379 Hog	21,595 Hog	21,813 Hog	22,034 Hog
	179,616 Hog	181,430 Hog	183,263 Hog	185,114 Hog	186,983 Hog

4.2.4 Estimación del mercado objetivo.

Se analiza los siguientes criterios para determinar el mercado objetivo. El crecimiento de mercado es la tasa de crecimiento de niños de 3 a 16 años, se obtuvo información de INEI y se decidió que un porcentaje razonable era de 3.3%. Respecto a la participación de mercado, se decidió tener una postura conservadora del 4%. La capacidad de planta se considera el 100% porque es un portal no hay restricciones.

Figura 43.*Tasa de crecimiento población*

Nota: Instituto Nacional de Estadística e informática Perú – Proyecciones de poblaciones 1950 - 2050

Tabla 27.*Cálculo porcentual de la participación de mercado*

CRITERIOS	
Capacidad de planta	100%
Número de competidores	10
% Participación de competidores	10.00%
Crecimiento de mercado	3.3%
Participación de mercado	4.00%

Tabla 28.*Proyección a 5 años Mercado Objetivo*

	4.00%	4.13%	4.26%	4.40%	4.53%
DISTRITOS	2022	2023	2024	2025	2026
Jesús María	442 Hog	460 Hog	480 Hog	501 Hog	524 Hog
Lince	320 Hog	334 Hog	348 Hog	363 Hog	380 Hog
Pueblo Libre	509 Hog	530 Hog	552 Hog	577 Hog	603 Hog
Magdalena	353 Hog	367 Hog	383 Hog	400 Hog	418 Hog
San Miguel	940 Hog	979 Hog	1,021 Hog	1,066 Hog	1,114 Hog
Miraflores	576 Hog	600 Hog	626 Hog	653 Hog	683 Hog
San Isidro	357 Hog	372 Hog	388 Hog	405 Hog	423 Hog
San Borja	671 Hog	699 Hog	729 Hog	761 Hog	796 Hog
Surco	2,169 Hog	2,259 Hog	2,355 Hog	2,458 Hog	2,570 Hog
La Molina	847 Hog	882 Hog	919 Hog	960 Hog	1,003 Hog
	7,184.65	7,481.52	7,800.53	8,143.44	8,512.17

4.2.5 Frecuencia de compra.

Para hallar la frecuencia de compra nos centramos en la siguiente pregunta de nuestra encuesta: ¿Cuántos meses al año matricularía a su hijo para aprender a tocar un instrumento?

Tabla 29.

Frecuencia de compra

Respuestas	Cantidad	%	Veces x año		
3 meses	21	13%	3	0.3	0.0326
4 meses	59	37%	4	0.3	0.1222
6 meses	3	2%	6	0.5	0.0093
8 meses	6	4%	8	0.7	0.0248
Todo el año	72	45%	12	1.0	0.4472
Total	161	100%			0.6

4.2.6 Cuantificación anual de la demanda.

Para hallar la demanda: $\text{Formula} = \text{Mercado Objetivo por Frecuencia de Compra}$.

Tabla 30.

Cuantificación de la demanda

DISTRITOS	2022	2023	2024	2025	2026
Jesús María	281	293	305	319	333
Lince	204	212	221	231	242
Pueblo Libre	324	337	351	367	383
Magdalena	224	234	244	254	266
San Miguel	598	623	649	678	709
Miraflores	367	382	398	416	434
San Isidro	227	237	247	258	269
San Borja	427	445	464	484	506
Surco	1380	1437	1498	1564	1635
La Molina	539	561	585	610	638
DEMANDA CONTRATOS	4570	4759	4962	5180	5415

4.2.7 Estacionalidad.

Para hallar la estacionalidad nos centramos en la pregunta: ¿En qué mes o meses del año matricularía usted a su hijo(a)? Marque todos los meses que contrataría en un año. Con el fin de conocer la preferencia de los meses de matriculas.

Tabla 31.*Estacionalidad*

	%	CANT
Enero	10.90%	85 Hog
Febrero	10.26%	80 Hog
Marzo	8.46%	66 Hog
Abril	6.28%	49 Hog
Mayo	6.92%	54 Hog
Junio	7.18%	56 Hog
Julio	7.31%	57 Hog
Agosto	7.05%	55 Hog
Setiembre	6.79%	53 Hog
Octubre	6.79%	53 Hog
Noviembre	6.79%	53 Hog
Diciembre	6.92%	54 Hog
Todo el año	8.33%	65 Hog
	100.00%	780 Hog

Luego se halla el porcentaje correspondiente por mes de preferencia de matrícula.

Tabla 32.*Porcentaje Estacionalidad*

Mes	Porc.
Enero	11.6%
Febrero	11.0%
Marzo	9.2%
Abril	7.0%
Mayo	7.6%
Junio	7.9%
Julio	8.0%
Agosto	7.7%
Setiembre	7.5%
Octubre	7.5%
Noviembre	7.5%
Diciembre	7.6%
Total	100%

4.2.8 Programa de Ventas en unidades y valorizado.

Se muestra contratos por cada mes anual según la estacionalidad.

Tabla 33.*Programa de ventas en unidades más estacionalidad*

MES	2022	2023	2024	2025	2026
Enero	530	552	575	600	628
Febrero	500	521	543	567	593
Marzo	418	436	454	474	496
Abril	319	332	346	361	378
Mayo	348	363	378	395	412
Junio	360	375	391	408	426
Julio	366	381	397	415	433
Agosto	354	369	384	401	419
Setiembre	342	356	372	388	406
Octubre	342	356	372	388	406
Noviembre	342	356	372	388	406
Diciembre	348	363	378	395	412
TOTAL	4,570	4,759	4,962	5,180	5,415

Tabla 34.*Preferencia de cursos*

¿Qué curso contrataría para su hijo(a)? Marque solo una alternativa.	%	CANT
Guitarra	38.20%	68 Pers
Piano	26.97%	48 Pers
Violín	14.04%	25 Pers
Canto	20.79%	37 Pers
	100.00%	178 Pers

Luego se muestra el programa de ventas por preferencia de curso por mes (basados en las estacionalidad que contestaron en la encuesta), de todos los años de nuestro horizonte de evaluación 2022 hasta 2026. Para la proyección se trabaja con la demanda anual.

Tabla 35.*Programa de ventas en unidades más estacionalidad por cada año*

Año	2022													
	12%	11%	9%	7%	8%	8%	8%	8%	7%	7%	7%	8%		
MES	%	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	TOTAL
TOTAL	4,570													
Guitarra	38.20%	202	191	160	122	133	137	140	135	131	131	131	133	1746
Piano	26.97%	143	135	113	86	94	97	99	95	92	92	92	94	1232
Violín	14.04%	74	70	59	45	49	51	51	50	48	48	48	49	642
Canto	20.79%	110	104	87	66	72	75	76	74	71	71	71	72	950
Total	100.00%	530	500	418	319	348	360	366	354	342	342	342	348	4570

Año	2023													
	12%	11%	9%	7%	8%	8%	8%	8%	7%	7%	7%	8%		
MES	%	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	TOTAL
TOTAL	4,759													
Guitarra	38.20%	211	199	166	127	138	143	145	141	136	136	136	138	1818
Piano	26.97%	149	141	118	90	98	101	103	99	96	96	96	98	1283
Violín	14.04%	77	73	61	47	51	53	53	52	50	50	50	51	668
Canto	20.79%	115	108	91	69	75	78	79	77	74	74	74	75	989
Total	100.00%	552	521	436	332	363	375	381	369	356	356	356	363	4759

Año	2024													
	12%	11%	9%	7%	8%	8%	8%	8%	8%	7%	7%	7%	8%	
MES	%	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	TOTAL
TOTAL	4,962													
Guitarra	38.20%	220	208	174	132	144	149	152	147	142	142	142	144	1896
Piano	26.97%	155	147	123	93	102	105	107	104	100	100	100	102	1338
Violín	14.04%	81	76	64	49	53	55	56	54	52	52	52	53	697
Canto	20.79%	120	113	94	72	79	81	83	80	77	77	77	79	1031
Total	100.00%	575	543	454	346	378	391	397	384	372	372	372	378	4962

Año	2025													
	12%	11%	9%	7%	8%	8%	8%	8%	8%	7%	7%	7%	8%	
MES	%	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	TOTAL
TOTAL	5,180													
Guitarra	38.20%	229	217	181	138	151	156	158	153	148	148	148	151	1979
Piano	26.97%	162	153	128	97	106	110	112	108	105	105	105	106	1397
Violín	14.04%	84	80	67	51	55	57	58	56	54	54	54	55	728
Canto	20.79%	125	118	99	75	82	85	86	83	81	81	81	82	1077
Total	100.00%	600	567	474	361	395	408	415	401	388	388	388	395	5180

Año	2026													
	12%	11%	9%	7%	8%	8%	8%	8%	8%	7%	7%	7%	8%	
MES	%	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	TOTAL
TOTAL	5,415													
Guitarra	38.20%	240	227	189	144	158	163	166	160	155	155	155	158	2069
Piano	26.97%	169	160	134	102	111	115	117	113	109	109	109	111	1460
Violín	14.04%	88	83	70	53	58	60	61	59	57	57	57	58	761
Canto	20.79%	130	123	103	79	86	89	90	87	84	84	84	86	1126
Total	100.00%	628	593	496	378	412	426	433	419	406	406	406	412	5415

Programa de Venta en soles: Precio S/260.**Tabla 36.***Programa de Venta en soles por año*

MES	2022	2023	2024	2025	2026
Enero	137,745	143,437	149,553	156,128	163,197
Febrero	130,128	135,505	141,283	147,494	154,172
Marzo	108,800	113,296	118,126	123,319	128,903
Abril	82,901	86,327	90,008	93,964	98,219
Mayo	90,518	94,259	98,278	102,598	107,244
Junio	93,565	97,431	101,586	106,052	110,854
Julio	95,089	99,018	103,240	107,778	112,659
Agosto	92,042	95,845	99,932	104,325	109,049
Setiembre	88,995	92,672	96,624	100,871	105,439
Octubre	88,995	92,672	96,624	100,871	105,439
Noviembre	88,995	92,672	96,624	100,871	105,439
Diciembre	90,518	94,259	98,278	102,598	107,244
TOTAL	1,188,293	1,237,393	1,290,156	1,346,871	1,407,857

Programa de venta en soles con margen canal**Tabla 37.***Canales*

Canal	%
Clases virtuales	100%

CANALES	%	Margen
0	100%	0%

Tabla 38.*Programa de ventas en unidades y soles por canal (Ingreso Neto)*

VENTA POR UNIDADES	2022	2023	2024	2025	2026
CANALES	4,570	4,759	4,962	5,180	5,415
TOTAL UNIDADES	4,570	4,759	4,962	5,180	5,415
TOTAL SOLES					
T.VIRTUAL	1,188,293	1,237,393	1,290,156	1,346,871	1,407,857
TOTAL INGRESO	1,188,293	1,237,393	1,290,156	1,346,871	1,407,857

Tabla 39.*Precio*

Valor Venta	260.00
Margen del Canal	0%
Ingreso Neto	260.00

Tabla 40.*Calculo de la demanda soles por año*

CÁLCULO DE LA DEMANDA SOLES													2022
	12%	11%	9%	7%	8%	8%	8%	8%	7%	7%	7%	8%	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	Total
Guitarra	52,622	49,712	41,564	31,670	34,580	35,744	36,326	35,162	33,998	33,998	33,998	34,580	453,955
Piano	37,145	35,091	29,339	22,355	24,409	25,231	25,642	24,820	23,999	23,999	23,999	24,409	320,439
Violín	19,346	18,276	15,281	11,643	12,713	13,141	13,355	12,927	12,499	12,499	12,499	12,713	166,895
Canto	28,632	27,049	22,616	17,232	18,816	19,449	19,766	19,132	18,499	18,499	18,499	18,816	247,005
	137,745	130,128	108,800	82,901	90,518	93,565	95,089	92,042	88,995	88,995	88,995	90,518	1,188,293

CÁLCULO DE LA DEMANDA SOLES													2023
	12%	11%	9%	7%	8%	8%	8%	8%	7%	7%	7%	8%	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	Total
Guitarra	54,796	51,766	43,281	32,979	36,009	37,221	37,827	36,615	35,403	35,403	35,403	36,009	472,712
Piano	38,680	36,541	30,552	23,279	25,418	26,274	26,701	25,846	24,990	24,990	24,990	25,418	333,679
Violín	20,146	19,032	15,912	12,125	13,239	13,684	13,907	13,461	13,016	13,016	13,016	13,239	173,791
Canto	29,816	28,167	23,550	17,944	19,593	20,253	20,582	19,923	19,263	19,263	19,263	19,593	257,211
	143,437	135,505	113,296	86,327	94,259	97,431	99,018	95,845	92,672	92,672	92,672	94,259	1,237,393

DEMANDA		2024												
SOLES		12%	11%	9%	7%	8%	8%	8%	8%	7%	7%	7%	8%	100%
Total	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	Total	
Guitarra	57,133	53,973	45,127	34,385	37,544	38,808	39,440	38,176	36,912	36,912	36,912	37,544	492,868	
Piano	40,329	38,099	31,854	24,272	26,502	27,394	27,840	26,948	26,056	26,056	26,056	26,502	347,907	
Violín	21,005	19,843	16,591	12,642	13,803	14,268	14,500	14,035	13,571	13,571	13,571	13,803	181,202	
Canto	31,087	29,368	24,554	18,709	20,429	21,116	21,460	20,772	20,085	20,085	20,085	20,429	268,178	
	149,553	141,283	118,126	90,008	98,278	101,586	103,240	99,932	96,624	96,624	96,624	98,278	1,290,156	

DEMANDA		2025												
SOLES		12%	11%	9%	7%	8%	8%	8%	8%	7%	7%	7%	8%	100%
Total	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	Total	
Guitarra	59,644	56,346	47,111	35,897	39,195	40,514	41,174	39,854	38,535	38,535	38,535	39,195	514,535	
Piano	42,102	39,774	33,255	25,339	27,667	28,598	29,064	28,133	27,201	27,201	27,201	27,667	363,201	
Violín	21,928	20,715	17,320	13,197	14,410	14,895	15,137	14,652	14,167	14,167	14,167	14,410	189,167	
Canto	32,454	30,659	25,634	19,532	21,327	22,044	22,403	21,686	20,968	20,968	20,968	21,327	279,968	
	156,128	147,494	123,319	93,964	102,598	106,052	107,778	104,325	100,871	100,871	100,871	102,598	1,346,871	

DEMANDA		2026												
SOLES		12%	11%	9%	7%	8%	8%	8%	8%	7%	7%	7%	8%	100%
Total	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	Total	
Guitarra	62,345	58,897	49,244	37,522	40,970	42,349	43,038	41,659	40,280	40,280	40,280	40,970	537,833	
Piano	44,008	41,575	34,760	26,486	28,920	29,893	30,380	29,406	28,433	28,433	28,433	28,920	379,647	
Violín	22,921	21,653	18,104	13,795	15,062	15,569	15,823	15,316	14,809	14,809	14,809	15,062	197,733	
Canto	33,923	32,047	26,794	20,416	22,292	23,043	23,418	22,667	21,917	21,917	21,917	22,292	292,644	
	163,197	154,172	128,903	98,219	107,244	110,854	112,659	109,049	105,439	105,439	105,439	107,244	1,407,857	

4.3 Mezcla de marketing

4.3.1 *Producto.*

Nuestro servicio nace a raíz de la crisis del covid-19 por las y la necesidad de muchos padres de familia que sienten la preocupación del estado de ánimo de sus hijos debido al encierro, además del ámbito educativo para su crecimiento intelectual y/o cultural. Por tal motivo, la empresa brinda una alternativa de enseñanza de música online. Los cursos para desarrollar serán: Guitarra, piano, violín y canto. Los cursos serán enseñados por grupos de edades: De 3 a 6 años, de 7 a 11 años y de 12 a 16 años. Por cada edad se aplicarán metodologías de enseñanza como “La metodología Suzuki” para los más pequeños de 3 a 6 años. Las clases son de 8 veces al mes (2 horas a la semana).

a) **Logo.**

Cambios Sugeridos: Los participantes indicaron que les gustaría visualizar alguna imagen de niños. Indicaron que cuando buscan lugares de aprendizaje para sus hijos tienen que cumplir ciertos requisitos, como precio, calidad etc., pero lo principal es que se especialicen en niños. Por tal motivo visualizar imágenes de niños llamaría su atención.

Figura 44.

Logo antiguo



Figura 45.

Logo nuevo



b) **Plataforma Virtual.**

El servicio ofrecido se sustenta dos pilares principalmente: profesores competentes y un ambiente virtual seguro, con el objetivo de proporcionar una enseñanza eficaz y eficiente. Para conocer la escuela de música se deberá acceder a la página web en donde se dará la opción a seleccionar el perfil: alumno - padre de familia o profesor. Una vez seleccionado el perfil se pondrá a disposición los principales atributos del servicio.

Los atributos de valor del modelo de negocio para cada usuario de la plataforma son los siguientes:

1. Alumnos

- **Opción de descargar las clases:** El alumno a través de su usuario podrá acceder a la grabación de todas sus clases recibidas en la plataforma para poder volverlas a revisar en cualquier momento.
- **Opción de descargas de material de refuerzo:** El alumno a través de su usuario podrá descargar material adicional para su aprendizaje como videos, partituras, etc.
- **Material de enseñanza:** Los alumnos tendrán una opción por módulos de material de enseñanza que serán visualizados en pdfs. Aquello será semanal: PDF Semana 1, PDF Semana 2, etc.
- **Visualización de perfil del profesor:** El perfil del educador incluirá su foto, resumen de su experiencia y video de clase modelo de 20 minutos.
- **Clase modelo del profesor antes de iniciar las clases:** Los perfiles de los profesores disponibles incluirán una clase modelo de 20 minutos para que el alumno pueda generar una empatía con el profesor antes de iniciar sus clases.
- **Foro de consultas:** Los alumnos tendrán habilitado un foro para su aula para realizarle las consultas al profesor respecto al curso, etc.

- **Evaluaciones teóricas en línea:** Los alumnos tendrán la opción de rendir evaluaciones teóricas mediante la plataforma.
- **Visualización de calificaciones:** Los alumnos podrán visualizar sus calificaciones de las evaluaciones que realizarán los profesores.
- **Encuestas de satisfacción al profesor por el servicio recibido:** Mensualmente se tendrá la opción de calificar la enseñanza del profesor, así como de colocar algún comentario adicional.

2. Profesores

- **Ahorro de costos y tiempos en traslados:** Podrán dictar las clases desde sus hogares y evitar los costos de traslados hacia las casas de los alumnos.
- **Capacitaciones:** Para una mejora de servicio de enseñanza musical, también le brindaremos capacitaciones.
- **Beneficios anuales:** Los profesores que reciban las mejores calificaciones del servicio de enseñanza recibirán premios: artefactos, viajes, etc.

3. Padres de familia

- **Visualización de las clases:** Las clases de los alumnos siempre son acompañadas con un adulto responsable; pero además, se tendrá la opción de visualizar todas las clases brindadas en la plataforma. Aquello permitirá que si algún padre de familia no sea el adulto responsable que acompañe en las clases en vivo, pueda visualizarlas luego. Así podrán verificar la seguridad con la que se lleva la clase a través de las grabaciones históricas ingresando usuario del alumno.
- **Visualizar la clase modelo de los profesores antes de contratar el servicio:** Los padres de familia podrán apreciar la calidad del servicio de los profesores que se encuentran en la plataforma a través de un breve video.

- **Visualizar el perfil del profesor:** Los padres de familia tendrán acceso a información de perfil que indica los años de experiencia del educador, así como su especialidad.
- **Horarios de Lunes a domingo:** Permite planificar el tiempo disponible de sus hijos.
- **Calificaciones:** Los padres de familia podrán visualizar las calificaciones de sus hijos.
- **Encuestas de satisfacción:** Los padres de familia tendrán la opción de colocar sus apreciaciones en la encuesta mensual.

Figura 46.

Página Web DO-RE-MI Escuela de Música



Nota: Elaboración propia

c) **Materiales Educativos Digitales.**

Las clases dictadas serán enriquecidas con entrega de material digital, así los alumnos podrán visualizarlas en sus aparatos digitales, como también podrán imprimirlas. Dicho material estará acompañado de videos complementarios, etc.

Contenidos de la plataforma: Lecciones de las clases en Pdf, videos, partituras de las canciones, audios de canciones, fichas de trabajo y material de refuerzo.

d) **Slogan.**

Se quiere transmitir la facilidad de estudiar vía online: “Aprender a un click de distancia”.

4.3.2 Precio.

Para determinar el precio de venta, incluimos la pregunta “¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por 8 sesiones al mes (2 horas a la semana)?”. Esta pregunta fue incluida en las encuestas y en el focus group, los padres mencionaron que eligieron ese monto debido a que era equivalente a lo que ellos desembolsaban por servicios con características similares, por ejemplo: clases de ballet, danza, etc. Indicaron que estarían dispuestos a pagar como máximo S/.260 por 8 sesiones al mes, cada sesión de 1 hora. La razón porque se trata de un servicio innovador y que le brinda beneficios.

- a) **Precios de la competencia:** Las academias de música son servicios que presenciales que están brindando en estos momentos debido a la pandemia clases online. No se especializan en brindar un servicio virtual, a diferencia de nuestro proyecto que se enfoca en cada detalle desde la calidad de imagen y sonido con el fin que el alumno no sienta la diferencia de una clase presencial y otra virtual.

Tabla 41.

Precios de Competidores

Competidor	8 sesiones por mes
Crescendo	S/210
Vivace	S/250
Bigdrummers	S/280
Mousike	S/280

- b) **Tarifario de los cursos:** Evaluando los puntos anteriores se ha determinado manejar el siguiente precio por sesiones al mes: Grupales: Máximo 5 alumnos por curso y 8 veces al mes de 1 hora de clases.

Tabla 42.*Tarifario de los cursos Grupales de DO-RE-MI Escuela de Música*

Instrumento	8 veces al mes
Guitarra	S/.260
Piano	S/.260
Violín	S/.260
Canto	S/.260

La estrategia de precios que se utilizara es la estrategia de fijación de precios según la competencia, es decir tendremos en consideración el precio fijado para el servicio por parte de nuestros competidores.

4.3.3 Plaza.

Página web: Los servicios se venderán mediante nuestra página web, donde se podrá afiliarse para la enseñanza musical. La web podrá ser vista en PC de escritorios, Laptop, Tablet y Smartphone. El pago se realizara mediante la web de la escuela.

Política y formas de Pago: A Continuación, se detallan las características de las formas de pago.

- Los pagos de los cursos de música se realizarán únicamente a través de la plataforma.
- Los pagos de los cursos de música son por adelantado, previos al dictado de la clase.
- Moneda nacional en nuevos soles.
- Las formas de pagos a utilizar son por medio de la pasarela de pago, en este caso contamos con PayU.

PayU es la pasarela de pago elegida por nuestra empresa, nos permitirá recibir pagos online de forma eficiente y segura en el Perú, también cuenta con múltiples opciones de tarifas y pagos. Permite recibir pagos de Visa, MasterCard, American Express, Diners Club y Pago Efectivo.

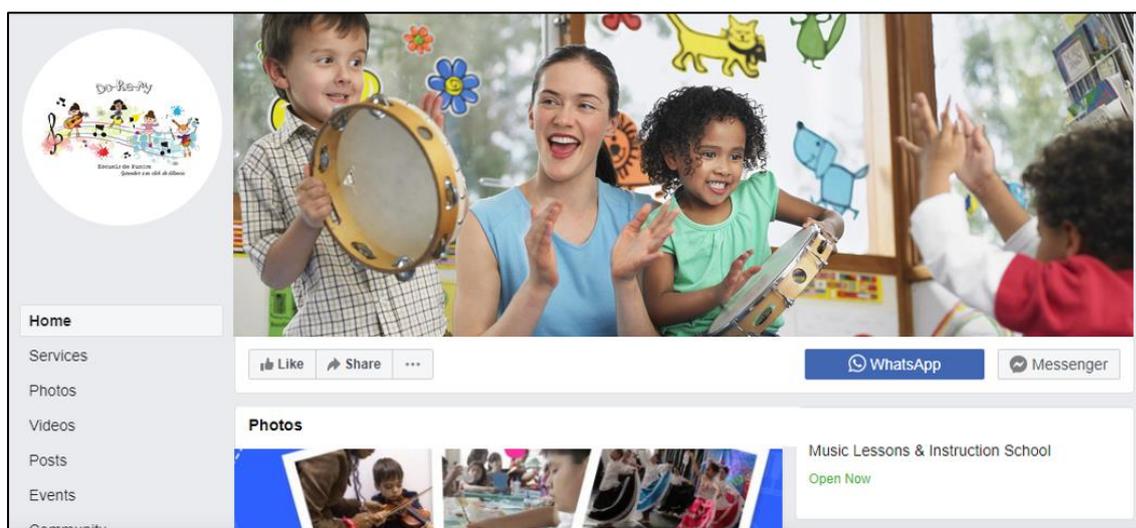
La estrategia a utilizar para la plaza de nuestro proyecto es la distribución selectiva ya que nuestra publicidad y ventas están centradas a un público específico, zonas 6 y 7 de Lima Moderna.

4.3.4 Promoción.

En lo que respecta a nuestra promoción utilizaremos en primera instancia las redes sociales, entre ellas Facebook, Instagram y YouTube. También se repartirá volantes y folletos digitales. En ambos daremos a conocer de nuestra de enseñanza musical, información acerca de la escuela, contactos, información relativa al servicio, precio, etc.

Figura 47.

Promoción



Nota: Elaboración propia

4.3.4.1 Campaña de lanzamiento.

a) Objetivos:

- Dar a conocer la marca DO-RE-MI Escuela de Música en Lima Metropolitana.
- Generar comunidad de seguidores y posicionar la marca DO-RE-MI Escuela de Música.
- Generar ingresos por Ventas.
- Generar interés y pasión por la música.

b) Duración:

La campaña de lanzamiento estará compuesta por 2 etapas, la campaña de intriga y la campaña de lanzamiento, ambas en conjunto tendrá una duración de 3 meses. Se desarrollará en el mes de octubre, noviembre y diciembre. Estos meses fueron elegidos dado que en los meses de verano, existe una gran demanda de cursos extracurriculares para los niños y adolescentes del país, ya que sus hijos están de vacaciones, y desean que aprovechen mejor su tiempo libre. Además, debido a la crisis del covid-19, los niños no han tenido la recreación que suelen tener, por tal motivo los padres buscan diversas opciones, entre ellas que sus hijos estudien música.

La campaña de intriga se desarrollará durante el mes de octubre y la campaña de lanzamiento tendrá lugar los meses de noviembre y diciembre.

c) Público objetivo:

Jefes de familia entre 25 a 55 años del NSE A, B y C, domiciliados en las zonas 6 y 7 de Lima Moderna.

d) Campaña de Intriga:

La campaña de intriga nos servirá para generar expectativa en nuestro público objetivo. Dentro de los resultados obtenidos en las encuestas y focus groups, uno de los medios por los cuales nuestro público objetivo deseaba enterarse de nuestro servicio era a través de Redes sociales con un 24.79% de preferencia. Los medios a utilizar durante la campaña serán:

- Volantes: Serán entregados en su mayoría en centros comerciales de Lima Metropolitana.
- Red Social Facebook: Donde colocaremos en nuestra red social de Facebook oficial posts sin revelar el concepto de la empresa. Toda la publicidad relacionada no contendrá el logo de nuestra empresa ni indicará que se trata de una escuela de

música, sólo se mencionará y dará a entender que existe un lugar donde disfrutaran de la música padres e hijos.

Figura 48.

Campaña intriga



Nota: Elaboración propia

e) **Campaña de Lanzamiento:**

Se iniciara con la campaña denominada: “Caminemos juntos con las Notas Musicales”, que a través de las redes sociales daremos a conocer nuestro servicio. En Facebook e Instagram crearemos posts informativos del servicio, así mismo lanzaremos un video publicitario del mundo de las notas musicales (todo en versión dibujos). Por la red social Facebook crearemos el evento que tendrá el nombre de nuestra campaña, será de 1 semana donde se realizaran actividades para los niños relacionadas a la música, exposiciones de nuestros profesores, y donde sortearemos 2 inscripciones para cualquiera de nuestros cursos y algunos pequeños obsequios durante las transmisiones en vivo. El sorteo se ejecutará mediante un aplicativo web gratuito durante las transmisiones en vivo. (Para el recojo tendrán

2 opciones envío a domicilio o recojo en las instalaciones del local administrativo). Aquello nos ayudara a la adquisición de Likes a nuestra Página, porque los requisitos del sorteo serán:

- Dar Like a la página
- Compartir en modo público en el muro, y en grupos de “Madres y niños” o “educación” de Facebook.
- Etiquetar a 7 mamás o papás con hijos.

En YouTube mostraremos nuestro video publicitario y además otros videos donde se muestren a los profesores en sus espacios de dictados de clase que habilitaremos con los equipos necesarios para brindar una clase de calidad.

En Instagram también realizaremos contenidos sobre nuestros cursos, beneficios, videos de los profesores tocando un instrumento musical, etc.

También entregaremos Volantes de la escuela de música en los centros comerciales, como Plaza San Miguel, Real Plaza Salaverry, Jockey Plaza, etc.

Tabla 43.

Imágenes para Facebook



Tabla 44.*Calendario de las Campañas:*

Campaña Intriga	Octubre 2021			
	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Volantes	x	x	x	x
Publicidad en la red Social Facebook	x	x	x	x

Tabla 45.*Calendarización Campaña Intriga*

Campaña Lanzamiento	Noviembre 2021				Diciembre 2021			
	Sem. 1	Sem. 2	Sem. 3	Sem. 4	Sem. 1	Sem. 2	Sem. 3	Sem. 4
Facebook promoción continua	x	x	x	x	x	x	x	x
Evento en Facebook				x				
Volantes Publicitarios	x	x				x	x	
Web	x	x	x	x	x	x	x	x

Tabla 46.*Costos de la Campaña Intriga*

Costos de Campaña de Intriga	Octubre 2021		
	Monto con IGV	IGV	Monto SIN IGV
Volantes	S/237.00	S/36.15	S/200.85
Publicidad en Facebook	S/150.00	S/22.88	S/127.12
TOTAL	S/387.00	S/59.03	S/327.97

Tabla 47.*Costos Campaña Lanzamiento*

Costos de Campaña de Lanzamiento	Noviembre 2021	Diciembre 2021
	Monto con IGV	Monto con IGV
Publicidad en Facebook	S/150.00	S/150.00
Evento en Facebook	S/300.00	
Volantes Publicitarios	S/237.00	S/237.00
TOTAL	S/687.00	S/387.00

Tabla 52.*Calendarización de promoción 2026*

Actividades 2026	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
Interacción en redes sociales	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Entrega de Volantes en diversas zonas de Lima	X	X	X								X	X
Participación en ferias escolares							X					
Descuento 10% por estudiar 3 meses		X										X
Conciertos en auditorios de nuestros alumnos y profesores que también serán transmitidos por nuestras redes sociales			X									X
Clases de prueba gratis. Solo una vez por niño.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Publicidad mediante Facebook ads	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Publicidad mediante google ads	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Tabla 53.*Cuadro de gastos de Promoción y publicidad todos los años*

	2022	2023	2024	2025	2026
VENTAS ANUALES (SIN IGV)	956,482.04	996,003.88	1,038,473.49	1,084,124.78	1,133,213.95
Importe destinado a PP (9%)	86,083.38	89,640.35	93,462.61	97,571.23	101,989.26
Peso Promoción y Publicidad					
5% Eventos	4,304.17	4,482.02	4,673.13	4,878.56	5,099.46
30% Publicidad en Facebook	25,825.02	26,892.10	28,038.78	29,271.37	30,596.78
50% Publicidad en Google Ads	43,041.69	44,820.17	46,731.31	48,785.62	50,994.63
5% Volantes	4,304.17	4,482.02	4,673.13	4,878.56	5,099.46
5% Souvenirs	4,304.17	4,482.02	4,673.13	4,878.56	5,099.46
5% Sorteos	4,304.17	4,482.02	4,673.13	4,878.56	5,099.46
IGV Promoción y Publicidad	15,495.01	16,135.26	16,823.27	17,562.82	18,358.07

Capítulo V: Estudio Legal y Organizacional

5.1 Estudio Legal

5.1.1 Forma Societaria

Nuestra organización se constituye legalmente como una sociedad anónima cerrada.

Se optó por esta forma societaria por las siguientes ventajas:

- Entidad dinámica y recomendable para emprendedores de pequeñas y medianas empresas.
- Las acciones son de libre transmisión.
- Los accionistas no tienen responsabilidad personal por las deudas o daños a terceros, es la empresa quien afronta toda la responsabilidad.
- Es un tipo de sociedad que da mayor seriedad y solvencia a los acreedores, prestamistas e incluso clientes. Esto debido a que es una sociedad que tiene personalidad jurídica.
- La emisión de nuevas acciones puede estar dispuesta en cualquier momento que los accionistas lo deseen.
- La empresa no dejara de funcionar en caso de abandonos de socios o fallecimiento de los mismos.

Para registrar la sociedad, según la Superintendencia Nacional de los Registros

Públicos (SUNARP) son los siguientes:

- 1. Buscar el nombre de la empresa:** Realizar una búsqueda de índice en el Registro de personas Jurídicas de la SUNARP, a través de la página del Servicio de Publicidad Registral en Línea – SPRL (servicio en línea con costo):
<https://enlinea.sunarp.gob.pe/sunarpweb/pages/acceso/ingreso.faces> ; o en cualquiera de las Oficinas Registrales. Dicho trámite permitirá saber si el nombre con el que se

desea inscribir la empresa se encuentra disponible. La tasa registral de la búsqueda de índice en el Registro de Personas Jurídicas es de S/5.00 soles.

También se puede consultar de forma gratuita la Búsqueda de Personas Jurídicas Inscritas disponibles en la página web: <https://www.sunarp.gob.pe/bus-personas-juridicas.asp>.

2. **Reservar el nombre de la empresa:** Si el nombre que se quiere poner a la empresa se encuentra disponible, se solicita una reserva de nombre en la SUNARP. Dicho trámite se puede realizar en forma virtual como usuario suscrito al SPRL a través de la página web: <https://enlinea.sunarp.gob.pe/sunarpweb/pages/acceso/ingreso.faces> . También se puede realizar en forma presencial en las Oficinas Registrales. La tasa registral de la reserva de nombre es de S/ 20.00 soles.

3. **Ingresar a la plataforma del “Sistema de Intermediación Digital (SID-SUNARP)”:**

A través de la página web <https://sid.sunarp.gob.pe/sid/login.htm>

3.1.- Acceder al botón “Ingreso al SID-SUNARP (Ciudadano-Notario)”.- Por este módulo, en forma obligatoria, ingresaremos nuestros datos personales, para que nos brinden un usuario y una contraseña, la que permitirá acceder al servicio web.

3.2.- Ingresar a la opción “Solicitud de trámite de constitución de empresa”.- Una vez iniciada la sesión en el SIDSUNARP con el usuario y contraseña, para trabajar la solicitud de constitución de empresa es necesario en forma obligatoria seguir los siguientes pasos:

Paso 1: Leer y aceptar los términos y condiciones de acceso al sistema SID-

SUNARP. **Paso 2:** Seleccionar la Notaría de preferencia.

Paso 3: Elegir el tipo de persona jurídica que se desea constituir.

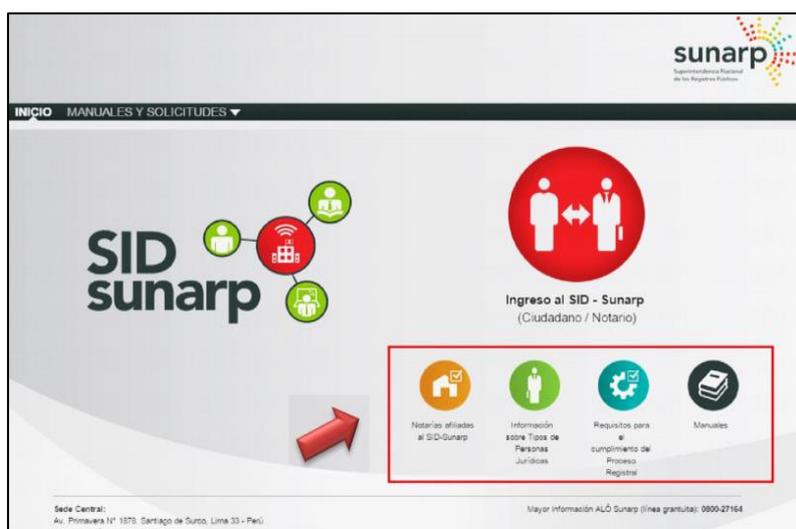
Paso 4: Verificar la información que aparece en el recuadro sobre datos del Solicitante; y completar los datos de la empresa a constituir; el domicilio de la empresa; el objeto social, los datos del capital social; y datos de los participantes.

Paso 5: Descargar el archivo en formato PDF del acto de constitución de empresa generado con los datos que previamente se ingresó en el sistema, revisar y si está conforme, se dará clic en la opción FINALIZAR, a fin de que la solicitud pueda ser enviada a la Notaría seleccionada.

Luego aparecerá la “Constancia de envío de solicitud de constitución de empresas”, la cual se puede imprimir y enviarla al correo o descargarla.

Figura 49.

Portal Sid Sunarp



4. **Firma de la Escritura Pública:** Luego de ser enviada la información a la Notaría elegida, se tiene un plazo de 30 días calendario, para acudir a la Notaria y suscribir la escritura pública de constitución de empresa. Vencido el plazo, se procederá con la baja de la información enviada por nosotros.
5. **Información al correo electrónico del usuario:** El SID SUNARP enviará a nuestra cuenta de correo electrónico un email para indicarnos el número de título, fecha y

hora con el que se ha generado la solicitud de inscripción de la constitución de empresa; así como también sobre el resultado de la calificación registral por parte del Registrador Público. Una vez inscrita la empresa, SUNARP enviará un correo electrónico desde donde puedes acceder a los enlaces para la visualización y descarga de la constancia de RUC de la empresa, así como del asiento de inscripción y la anotación de inscripción.

Finalmente Se inscribe como persona jurídica en la SUNAT. Una vez emitido el número de RUC y habiendo elegido un régimen tributario, se procede con la compra de los libros contables necesarios de acuerdo al régimen para ser llevados a una notaría para su legalización por un notario público.

Valorización: De acuerdo a lo descrito en el punto anterior detallamos en la siguiente tabla los gastos realizados por la empresa.

Tabla 54.

Costo por actividad para la constitución de la empresa

Actividad	Monto
Búsqueda de nombre de la empresa	S/. 5.00
Reserva de Nombre SUNARP	S/ 20.00
Obtención de RUC y clave SOL	S/. -
Minuta de Constitución de Empresa	S/. 300.00
Legalización de libros contables	S/. 200.00
Total	S/. 525.00

5.1.2 Registro de marcas y patentes.

El registro de marcas se realiza en INDECOPI, para realizar se deben seguir estos pasos:

a. Procedimiento previo: Antes de iniciar el trámite online, al igual que en el presencial, es importante asegurarnos de que nuestra marca puede ser inscrita. Ello lo haremos ingresando a

la plataforma Busca tu Marca de INDECOPI, donde podremos encontrar todas las marcas que se asemejen a la que queremos registrar e, incluso, si es que esa ya existe.

Figura 50.

Web Busca tu marca Indecopi



b. Presentación del formato de solicitud: Cuando estemos seguros de que nuestra marca no tiene prohibiciones de registro como: carencia de distintividad, sea un signo engañoso, afecte a terceros, entre otros, ya podemos iniciar el trámite online. Para ello nos registraremos gratuitamente en la página web de Presentación de solicitud de marcas. Luego, ingresaremos a la sección “Ingreso de solicitudes”, ahí escogeremos el tipo de solicitud y completaremos los datos requeridos (nombres, DNI, representante legal si es una persona jurídica, RUC, etc.) Posterior a ello, realizaremos el pago del trámite, que puedes llevar a cabo mediante Págalo.pe o en el Banco de la Nación. El costo es de S/. 534.99 por una clase, y S/. 533.30 por cada clase adicional.

c. Etapa administrativa: Cuando enviemos la solicitud, la Dirección de Signos Distintivos del INDECOPI procederá con dicho trámite.

d. Revisión de Publicación y Evaluación de la marca: Antes, las solicitudes se presentaban físicamente en el diario El Peruano, pero a partir del 30 de junio de 2017, las solicitudes son publicadas oficialmente a través de La Gaceta Electrónica de Indecopi. Durante 30 días,

cualquier persona puede oponerse al registro de la marca. Nos notificaran cuando se publique y también en el eventual caso de que alguien presente alguna oposición.

Una vez pasado el período de publicación (haya o no oposición), tu registro será enviado para ser evaluado y recibirás una notificación, sea la respuesta positiva o negativa.

Si el resultado es positivo, tu marca estará registrada y recibiremos una notificación para coordinar la entrega del certificado de registro de marca, que tiene una vigencia de 10 años en territorio nacional. Si el resultado es negativo y no estamos de acuerdo con las razones, podemos solicitar un recurso de reconsideración hasta 15 días después de que la resolución fue comunicada.

Valorización:

Tabla 55.

Monto a pagar por registro de marca

Actividad	Demora	Monto
Registro para solicitud de marcas	15 días	S/. 534.99
Registro de Lema Comercial	15 días	S/. 534.99
Total		S/. 1069.98

5.1.3 Licencias y autorizaciones.

La ley N° 28976, indica que es necesario contar con una licencia de funcionamiento para poder ofrecer los servicios. Esta ley expone que son las Municipalidades Distritales las encargadas de evaluar las solicitudes y otorgar licencias de funcionamiento. La oficina de la Escuela de Música DOREMI, estará ubicada en el distrito de San Isidro, el cual solicita los siguientes requisitos:

1. Declaración Jurada para Licencia de Funcionamiento.
2. Inspección Técnica de Seguridad en Edificaciones – ITSE
 - a. Recibo de pago y la fecha de pago, por el importe dentro del rango de S/100 a S/150 soles aproximadamente.

- b. Plano de ubicación
- c. Planos de arquitectura (distribución)
- d. Plan de seguridad
- e. Protocolos de pruebas de operatividad y mantenimiento de los equipos de seguridad
- f. certificado vigente de medición de resistencia del pozo a tierra

Valorización: Se presenta a continuación los importes a pagar para las licencias y autorizaciones respectivas:

Tabla 56.

Precios de Licencias

Actividad	Precio Venta
Licencia de Funcionamiento	S/ 140.00
Elaboración de Plano de Ubicación y seguridad	S/ 500.00
Total	S/ 640.00

5.1.4 Legislación Laboral

El negocio corresponde a una pequeña empresa, se encuentra dentro del Régimen de la Ley General de Sociedades, específicamente se encontrará dentro de la denominación de “Pequeña Empresa”, ya que cumple con lo siguiente:

1. Nivel de venta anual superior a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 UIT.
2. El Régimen Laboral Especial creado por la Ley 28015 comprende: remuneración, jornada de trabajo de 8 horas, horario de trabajo y trabajo en sobre tiempo, descanso semanal, descanso vacacional, descanso por días de feriado, protección contra el despido injustificado (20 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios con un máximo de 120 remuneraciones diarias).

3. Los trabajadores de la Pequeña Empresa, tienen derecho a Seguro de Vida, Participación en las Utilidades, CTS (15 remuneraciones diarias por año completo de servicios, hasta alcanzar un máximo de 90 remuneraciones diarias) y Gratificaciones de Fiestas Patrias y Navidad (media remuneración cada una).
4. El seguro social en salud, para los trabajadores de la Pequeña Empresa será asegurado en EsSalud y el empleador aportará la tasa correspondiente de acuerdo a lo dispuesto en el artículo 6° de la Ley N° 26790, Ley de Modernización de Seguridad en Salud, donde el empleador deberá aportar a EsSalud el 9% de lo que perciba el trabajador.
5. Tiene derecho cuando menos a una remuneración mínima vital (S/.850.00).
6. El Régimen de Pensiones para la Pequeña Empresa deberá obligatoriamente afiliarse al SNP (ONP) o al SPP (AFP).

5.1.5 Legislación Tributaria

Actividades y valorización: Respecto a la legislación tributaria, la Escuela de Música y Canto DOREMI, se ampara al Régimen MYPE Tributario – RMT.

Tabla 57.

Tabla de Impuestos

Actividades	Detalle	Frecuencia	Valorización (%)
Impuesto General a las ventas (IGV)	Este impuesto grava las ventas de bienes muebles, prestación y utilización de servicios	Mensual	18%
Impuesto a la renta (IR)	Este impuesto grava los ingresos (ganancias de capital)	Mensual	*Hasta 300 UIT = 1% de ingresos netos mensuales. *Mayor 300 UIT= 1.5% o coeficiente.
Impuesto a las transacciones financieras (ITF)	Afecto a los depósitos y retiros en una cuenta bancaria, el porcentaje se aplica sobre el monto de la transacción.	Cada vez que se realiza movimiento (deposito, retiro) en la cuenta de la empresa.	0.005%

5.1.6 Otros aspectos legales

Actividades y valorización:

- Implementación del Libro de Reclamaciones virtual en la página web de la escuela de música. De acuerdo al artículo 150° de la Ley N°29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.

Se debe permitir la impresión del documento (queja/reclamo) para el consumidor de forma gratuita, en caso requiera una copia, el establecimiento deberá enviar dicho documento al correo del cliente. De no tener a disposición el Libro de Reclamaciones o no dar respuesta a reclamos o quejas, puede recibir amonestación de hasta 450 Unidades Impositivas Tributarias.

- Legalización de los libros contables, de acuerdo a ley N° 28112 y mediante resolución de contaduría N° 067-97-EF/93.01, numeral 3, especifica la legalización de los mismos. Siendo primordial su legalización antes de usarlo.

5.1.7 Resumen del capítulo

El estudio legal detalla los marcos regulatorios establecidos para la formalización de la empresa, siendo de suma importancia su conocimiento, a fin de evitar riesgos futuros como consecuencia de su inadecuada aplicación, sea en el ámbito tributario, laboral o licencias.

Estos trámites toman tiempo, donde se valida toda la información de la empresa para obtener los permisos correspondientes, por lo que es importante iniciar estas gestiones con debida anticipación. En la tabla 58 se muestra los gastos para la constitución de la empresa.

Tabla 58.

Cuadro Resumen de Gastos

Actividad	Monto
Forma societaria	S/. 525.00
Registro de marcas y patentes	S/. 1069.98
Licencia de funcionamiento	S/. 640.00
Total	S/. 2234.98

A continuación mostraremos un diagrama con la calendarización para la constitución de nuestra empresa.

El proceso será ejecutado en Mayo del 2021, en un solo mes es posible realizar todo el trámite de la constitución de la empresa.

Figura 51.

Diagrama de Gantt para la constitución de la Escuela de Música y Canto DOREMI año 0

ACTIVIDADES	01/05/2021	02/05/2021	03/05/2021	04/05/2021	05/05/2021	06/05/2021	07/05/2021	08/05/2021	09/05/2021	10/05/2021	11/05/2021	12/05/2021	13/05/2021	14/05/2021	15/05/2021	16/05/2021	17/05/2021	18/05/2021	
Busqueda el nombre	■																		
Reserva de nombre	■																		
Registro en plataforma SID-SUNARP para constitucion	■																		
Firma de escritura publica		■																	
Confirmacion de RUC			■																
Inscripcion regimen tributario MYPE			■																
Compra de libros contables y legalizacion en notaria				■															
Registro de marca y lema				■															
Inscripcion de trabajadores a ESSALUD						■													
Contratacion de seguro de vida para trabajadores								■											
Licencia de funcionamiento					■														

Nota: Elaboración propia

5.2 Estudio organizacional

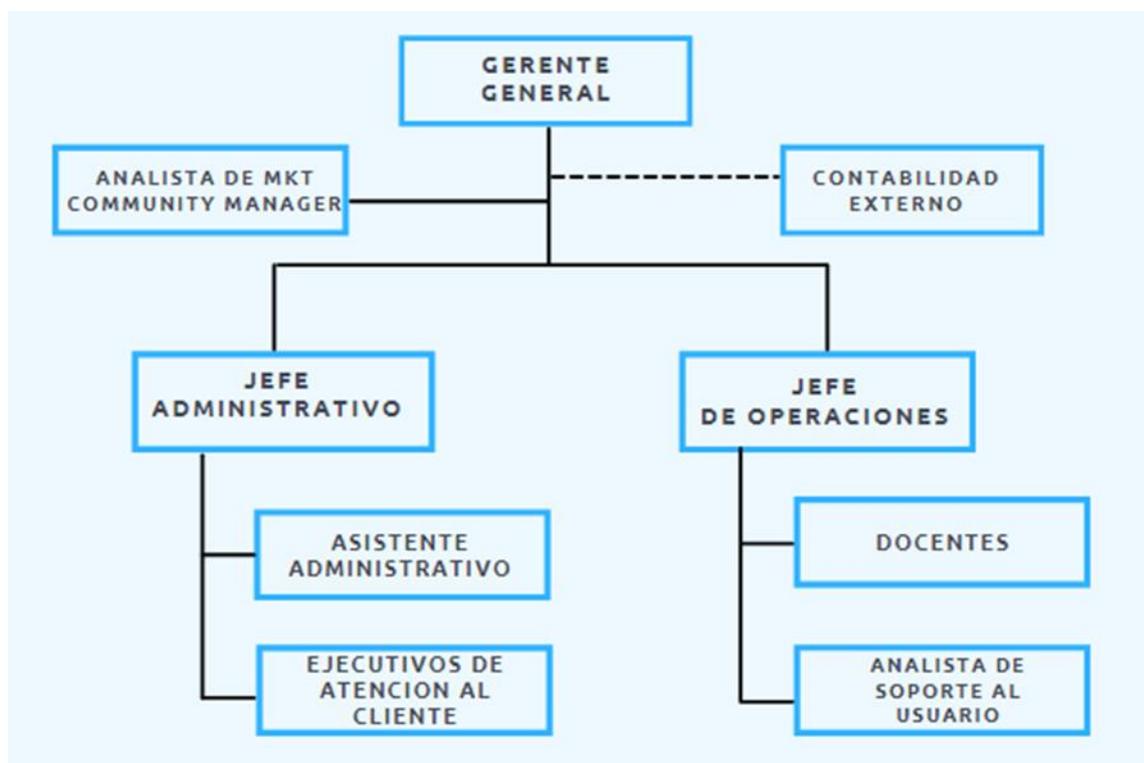
5.2.1 Organigrama funcional

El organigrama funcional de la Escuela de Música y Canto DOREMI S.A.C, está conformado de la siguiente manera:

- Primera línea: El Gerente General, seguidamente del Analista de Marketing/Community Manager, quien reportara y trabajara de la mano con el Gerente General en las estrategias comerciales.
- Segunda línea: Lo conforma el Jefe Administrativo, quien tendrá a su cargo al Asistente Administrativo y al Ejecutivo de atención al cliente. Además, dentro de esta línea tenemos a Jefe de Operaciones, quien tendrá a su cargo a los profesores de música y al Analista de soporte al usuario (alumnos).

Figura 52.

Organigrama Escuela de Música y Canto DOREMI S.A.C.



Nota: Elaboración propia.

Tabla 59.

Detalle de puestos del 2022 al 2026

AÑOS	2022	2023	2024	2025	2026
Gerente General	1	1	1	1	1
Analista de Marketing	1	1	1	1	1
Jefe Administrativo	1	1	1	1	1
Jefe Operaciones	1	1	1	1	1
Asistente Administrativo	1	1	1	1	1
Ejecutivo de Atención al Cliente	1	1	1	1	1
Docentes	13	13	13	15	15
Analista de Soporte al Usuario	1	1	1	1	1

La tabla 59 muestra que en el año 2022 se iniciará con la gerencia general, el analista de marketing, jefatura administrativa y de operaciones, siendo el gerente general que trabajará de la mano con el jefe administrativo para el reclutamiento del nuevo personal que empezarán laborando a inicios 2022.

Por otro lado se puede visualizar que la cantidad de profesores va aumentando conforme los años transcurren, esto debido a que la demanda aumenta.

5.2.2. *Servicios tercerizados.*

La empresa está tercerizando algunas actividades de soporte a la cadena de valor, a continuación listamos alguna de ellas:

- a) **Servicios Contables:** Los servicios contables llevaran la contabilidad de la empresa, además de mantener una tributación actualizada conforme a las normas tributarias, así mismo mantendrá informada a la gerencia general con los reportes e informes de los estados financieros mensuales y anuales.
- b) **Servicios de Limpieza:** El servicio de limpieza se tercerizara, será para el local administrativo. Es necesario para laborar en un ambiente limpio y agradable.

Tabla 60.

Costos Anualizado de servicios tercerizados en soles

Servicios Tercerizados	2022	2023	2024	2025	2026
Servicios Contables	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
Servicios de Limpieza	14,400	14,400	14,400	14,400	14,400
TOTAL	20,400	20,400	20,400	20,400	20,400

Nota: Elaboración propia

- c) **Servicios Tecnológicos:** El aula virtual se está adquiriendo mediante la empresa Espacio digital, ellos nos brindan el soporte tecnológico de la plataforma durante el tiempo que se adquiera el servicio, por si existiera algún inconveniente. El soporte se dará dentro del horario administrativo.

5.2.3 *Descripción de puestos de trabajo.*

Se describe el perfil de cada puesto de trabajo previsto para todas las áreas y el tiempo del proyecto.

Tabla 61.*Detalle de descripción de puesto de Trabajo: Gerente General*

GERENTE GENERAL	
Representante y responsable legal de la empresa, encargado de administrar los recursos. Sueldo: S/4200	
Requisitos:	<ul style="list-style-type: none"> • Post -Grado • Titulado en Administración, Ingeniería o afines. • Experiencia mínima 5 años en el puesto. • Experiencia en capacidad de gestión de manejo de personal. • Conocimientos sólidos en procesos administrativos, comerciales y finanzas. • Manejo de Microsoft Office (Nivel Avanzado). • Experiencia liderando proyectos de servicios online. • Experiencia en el rubro de educación.
	<ul style="list-style-type: none"> • Ejecutar planes de acción y estrategias comerciales. • Proponer modificaciones de los cambios que se realizarán para la mejora de la empresa, así como informar los resultados al directorio. • Elaborar y diseñar las acciones del presupuesto anual, programas de inversión y gastos. • Determinar lo que se debe realizar con los fondos disponibles en mejora de la empresa. • Realizar las gestiones y trámites legales que son necesarios para la formalización de la empresa. • Planeamiento de los procesos de administración, operaciones y comercial incluyendo los objetivos y metas de las áreas para poder ejecutarlas. • Diseñar acciones estratégicas para lograr los objetivos tanto en el área de operaciones y del área comercial.

Nota: Elaboración propia

Tabla 62.*Detalle de descripción de puesto de Trabajo: Jefe de Operaciones*

JEFE DE OPERACIONES	
El jefe de esta área diseñará y pondrá en marcha el rendimiento operativo del área para que se brinde la calidad de servicio al usuario final. Sueldo: S/1800	
Requisitos:	<ul style="list-style-type: none"> • Bachiller en Ingeniería industrial, administración o afines • Experiencia mínima de 3 años de preferencia en rubro de educación. • Conocimientos en sistemas de plataforma digital.
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> • Administrar el monitoreo el servicio del aula virtual. • Asignar usuarios a los docentes con sus credenciales para el uso del aula virtual y plataforma zoom. • Planificar, organizar, controlar y coordinar los horarios de clases, asesorías y otros servicios educativos con el personal docente. • Coordinar con la empresa de desarrollo de software los reportes de conciliación en los pagos realizados en la pasarela del aula virtual. • Gestionar la infraestructura, Maquinarias y Equipos del personal docente.

Nota: Elaboración Propia

Tabla 63.*Detalle de descripción de puesto de Trabajo: Jefe Administrativo*

JEFE ADMINISTRATIVO	
Encargado de analizar, planificar y controlar recursos administrativos y financieros de la empresa. Sueldo S/2300	
Requisitos:	<ul style="list-style-type: none"> • Profesional de administración, contabilidad, finanzas o afines. • Experiencia mínima de 3 años en el puesto. • Experiencia en rubro educativo. • Manejo de comunicación y procesos de planeamiento
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> • Supervisar labores de subordinados. • Realizar y diseñar el presupuesto anual comercial y gastos de ventas. • Preparar y analizar propuestas comerciales para la evaluación de Gerencia. • Diseñar y preparar los análisis de los Proyectos de negocio en conjunto con el área de Operaciones.

Nota: Elaboración Propia

Tabla 64.*Detalle de descripción de puesto de Trabajo: Analista de Marketing*

ANALISTA DE MARKETING	
Encargado de velar por los cumplimientos de las estrategias de marketing, el cual diseñará y planificará acciones para que se logre con los objetivos planteados durante el año. Sueldo: S/1500	
Requisitos:	<ul style="list-style-type: none"> • Profesional de marketing. • Deseable Especialización en Community Manager y gestión de medios digitales • Experiencia mínima de 2 años desempeñándose en el puesto.
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar el spot publicitario para la publicación en redes sociales. • Realizar y diseñar campañas publicitarias del servicio. • Diseñar nuevos servicios en función a la demanda

Nota: Elaboración propia

Tabla 65.*Detalle de descripción de puesto de Trabajo: Docentes*

DOCENTES	
Encargado de brindar el servicio de dictado de clases a los alumnos, con la metodología de estudio y malla curricular elaborada por la organización. Sueldo: S/ 1560 a mas	
Requisitos:	<ul style="list-style-type: none"> • Profesional técnico o licenciado de la escuela de música. • Deseable que tengan experiencia pedagógica para el servicio educativo. • Experiencia mínima de 3 años desempeñándose como docente calificado. <ul style="list-style-type: none"> • Experiencia en rubro educativo. • Contar con ambiente adecuado para el dictado de clases online, de acuerdo a parámetros de la empresa.
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir con los objetivos de aprendizaje de los alumnos. • Realizar actualizaciones de la malla curricular en coordinación con el responsable de operaciones. • Preparar y analizar las propuestas comerciales para la evaluación.

Nota: Elaboración Propia

Tabla 66.

Detalle de descripción de puesto de Trabajo: Asistente Administrativo.

ASISTENTE ADMINISTRATIVO	
Encargado de ejecutar las disposiciones dadas por la jefatura de administración, además de desempeñarse en procesos de recursos humanos y realización de tareas básicas de administración. Sueldo S/1000.	
Requisitos:	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios Técnicos o últimos ciclos de las carreras de administración, contabilidad o afines. • Experiencia mínima de 2 años en el puesto. • Experiencia en archivamientos de documentos, temas administrativos, recursos humanos. Manejo de caja chica. • Alto nivel de comunicación entre los directivos y personal de la empresa. • Manejo de Microsoft Office. (Nivel Intermedio) • Contar con buena redacción y ortografía
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar cronogramas de cobranzas y pagos. • Realización de contratos con proveedores de servicios. • Responder solicitudes y documentos que disponga la gerencia para que puedan ser firmados. • Realizar los registros de seguimientos de los cobros de clientes. • Envío de publicidad para contratar personal. • Elaborará informes y reportes solicitados por la gerencia.

Nota: Elaboración Propia

Tabla 67.

Detalle de descripción de puesto de Trabajo: Ejecutivo de Atención al Cliente

EJECUTIVO DE ATENCION AL CLIENTE	
Es el encargado de la comunicación directa con los clientes (padres de familia), además de captar nuevos clientes a fin de generar nuevas ventas. Sueldo: S/930.	
Requisitos:	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios truncos o técnico en marketing, administración o afines. • Experiencia mínima de 2 años en el puesto. • Experiencia en Atención al cliente. • Manejo de fluidez verbal y habilidades blandas. • Deseable capacitación o curso en Ventas. • Manejo de Microsoft Office a nivel Intermedio: Excel, Word y Power Point.
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener excelentes relaciones comerciales con los clientes. • Brindar información respecto a cursos, matrícula, costos, entre otros. • Realizar reportes mensuales de las ventas realizadas. • Cumplir con los objetivos de Ventas mensuales. • Realizar base de datos de clientes que por diversos motivos no aceptaron inscribirse al servicio, para una futura llamada y venta. • Realizar base de datos de los pagos realizados por los alumnos para luego dárselos al jefe de administrativo.

Nota: Elaboración Propia

Tabla 68.

Detalle de descripción de puesto de Trabajo: Analista de Soporte al Usuario

ANALISTA DE SOPORTE AL USUARIO	
Encargado de brindar soporte técnico inmediato para la solución de problemas que presente las oficinas administrativas, así como los usuarios externos (alumnos, padres de familia o profesores) sobre nuestra plataforma. Sueldo S/1200.	
Requisitos:	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios técnicos o universitarios en computación o informática. • Especialización o conocimientos básicos en TI: Hardware y software • Experiencia mínima de 1 año en labores como soporte técnico • Deseable experiencia en atención al cliente • Deseable conocimientos de la herramienta Moodle
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> • Asistir al personal administrativo de la empresa en problemas técnicos • Dar soporte a los alumnos, padres de familia y profesores, en lo referente a problemas con la plataforma • Manejo de la plataforma virtual • Mantener comunicación constante con proveedores de servicio de plataforma del aula virtual.

Nota: Elaboración Propia

5.2.4 Descripción de actividades de los servicios tercerizados.

A continuación, se describe todos los servicios tercerizados

Tabla 69.

Detalle de Servicio Tercerizado de Asesoría Contable

ASESORIA CONTABLE	
Requisitos:	<ul style="list-style-type: none"> • Contador titulado y colegiado. • Experiencia mínima de 5 años en el puesto. • Conocimientos y experiencia en leyes tributarias, finanzas, facturación, leyes laborales y control presupuestal. • Manejo de Microsoft Office (Nivel Intermedio).
Descripción del servicio:	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer las políticas contables de la empresa, para reflejarlos en los Estados financieros y en el control interno de la empresa. • Elaboración de estados financieros, informes y reportes contables. • Asesoría en cumplimiento tributario y declaraciones mensuales, PDT. • Análisis contable, liquidación de impuestos mensuales y anuales. • Devolución de IGV, atención a fiscalizaciones tributarias y reportes gerenciales, cierres contables mensuales, libros contables. • Informar los cambios tributarios que se presentan en el tiempo, para lograr que todos estén actualizados y su desempeño profesional sea lo más eficiente posible.

Nota: Elaboración propia

Tabla 70.*Detalle de Servicio Tercerizado de Limpieza*

SERVICIO DE LIMPIEZA	
Encargado de la limpieza del local administrativo. Sueldo S/1200.	
Requisitos:	<ul style="list-style-type: none"> • Educación mínima secundaria completa • Experiencia certificado mínima de 3 años. • Conocimiento de materiales, implementos y herramientas para la limpieza.
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> • Garantizar la limpieza y mantenimiento diario de las oficinas, baños, áreas comunes, y áreas verdes del centro laboral.

Nota: Elaboración propia

5.2.5 Aspectos laborales**a. Forma de contratación de puestos de trabajo y servicios tercerizados.**

El personal estará sujeto a contratos a plazo indefinido y a plazo fijo (según puestos), el periodo de contratación será de 6 meses y 1 año, los cuales podrán ser renovados, de acuerdo al desempeño del empleado y según la necesidad del empleador.

Los trabajadores tendrán descanso de dos días a la semana, así como descanso de los días festivos calendario.

Para el caso de las actividades a tercerizar como contabilidad, será mediante contrato de locación de servicios y de forma semestral.

Tabla 71.*Forma de contratación según personal de la empresa*

Puestos	Tipo de contrato
Gerente General	Indefinido
Analista de Marketing	Plazo Fijo
Jefe Administrativo	Indefinido
Jefe de Operaciones	Indefinido
Profesores de Música	Part Time y Recibos por Honorarios
Analista de Soporte al Usuario	Plazo Fijo
Ejecutivo de Atención al Cliente	Plazo Fijo

b. Régimen laboral de puestos de trabajo.

La Escuela de Música y Canto DOREMI SAC se acogerá al régimen laboral MYPE de acuerdo con la Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña empresa.

Derechos laborales de los trabajadores en la pequeña empresa:

- Jornada laboral máxima de 8 horas diarias o 48 horas semanales.
- Descanso semanal y en días feriados.
- Remuneración por trabajo en sobretiempo.
- 15 días de vacaciones por año de trabajo o parte proporcional.
- CTS equivalente a 15 días de remuneración, por año de servicio.
- Cobertura de Seguro de Vida Ley y SCTR.
- Cobertura de salud, ESSALUD.
- Derecho a participar en las utilidades de la empresa.
- Gratificaciones en Julio y Diciembre, correspondiente a ½ sueldo en dichos meses.
- Indemnización por despido arbitrario (20 remuneraciones diarias por cada año completo de servicio, con un máximo de 120 remuneraciones diarias.
- Essalud 9% de la remuneración (aporta empleador).

c. Planilla para todos los años del proyecto.

Para la elaboración de la planilla se está considerando los beneficios que corresponden al régimen MYPE. Asimismo, para el caso de los profesores tendrán un contrato part time en épocas escolares de Marzo a Diciembre. Ellos según ley tendrán descanso en los meses de Enero y febrero, aquellos meses no se les abonaran el sueldo respectivo.

Los meses de Enero y Febrero se contrataran profesores por horas, y se le pagara por recibos por honorarios.

Tabla 72.

Planilla para el año 2022

2022									
Puesto	Cantidad	Sueldo básico Mensual	Asignación Familiar	Sueldo básico Anual	Gratificaciones (Jul / Dic)	SUB-Total	ESSALUD	CTS	Planilla Anual Total
Gerente General	1	S/. 4,200	S/. 93	S/. 51,516	S/. 4,679.37	S/. 56,195.37	S/. 4,636	S/. 4,487.97	S/. 65,319.78
Jefe Administrativo	1	S/. 2,300	S/. 93	S/. 28,716	S/. 2,608.37	S/. 31,324.37	S/. 2,584	S/. 2,501.68	S/. 36,410.49
Jefe de Operaciones	1	S/. 1,800	S/. 93	S/. 22,716	S/. 2,063.37	S/. 24,779.37	S/. 2,044	S/. 1,978.97	S/. 28,802.78
Analista de Marketing	1	S/. 1,500	S/. 93	S/. 19,116	S/. 1,736.37	S/. 20,852.37	S/. 1,720	S/. 1,665.35	S/. 24,238.16
Asistente Administrativo	1	S/. 1,000	S/. 93	S/. 13,116	S/. 1,191.37	S/. 14,307.37	S/. 1,180	S/. 1,142.64	S/. 16,630.45
Profesores de Música									
Guitarra	3	S/. 2,160	S/. 0	S/. 64,800	S/. 7,063.20	S/. 71,863.20	S/. 6,998	S/. 0.00	S/. 78,861.60
Piano	2	S/. 2,400	S/. 0	S/. 48,000	S/. 5,232.00	S/. 53,232.00	S/. 5,184	S/. 0.00	S/. 58,416.00
Violín	1	S/. 1,560	S/. 0	S/. 15,600	S/. 1,700.40	S/. 17,300.40	S/. 1,685	S/. 0.00	S/. 18,985.20
Canto	2	S/. 2,040	S/. 0	S/. 40,800	S/. 4,447.20	S/. 45,247.20	S/. 4,406	S/. 0.00	S/. 49,653.60
Analista de Soporte al Usuario	1	S/. 1,200	S/. 93	S/. 15,516	S/. 1,409.37	S/. 16,925.37	S/. 1,396	S/. 1,351.72	S/. 19,673.53
Ejecutivo de Atención al Cliente	1	S/. 930	S/. 93	S/. 12,276	S/. 1,115.07	S/. 13,391.07	S/. 1,105	S/. 1,069.46	S/. 15,565.37
TOTAL	15	S/. 21,090	S/. 651	S/. 332,172	S/. 33,246.09	S/. 365,418.09	S/. 32,941.08	S/. 14,197.80	S/. 412,556.97

Tabla 73.

Planilla para el año 2023

2023									
Puesto	Cantidad	Sueldo básico Mensual	Asignación Familiar	Sueldo básico Anual	Gratificaciones (Jul / Dic)	SUB-Total	ESSALUD	CTS	Planilla Anual Total
Gerente General	1	S/. 4,200	S/. 93	S/. 51,516	S/. 4,679.37	S/. 56,195.37	S/. 4,636	S/. 4,487.97	S/. 65,319.78
Jefe Administrativo	1	S/. 2,300	S/. 93	S/. 28,716	S/. 2,608.37	S/. 31,324.37	S/. 2,584	S/. 2,501.68	S/. 36,410.49
Jefe de Operaciones	1	S/. 1,800	S/. 93	S/. 22,716	S/. 2,063.37	S/. 24,779.37	S/. 2,044	S/. 1,978.97	S/. 28,802.78
Analista de Marketing	1	S/. 1,500	S/. 93	S/. 19,116	S/. 1,736.37	S/. 20,852.37	S/. 1,720	S/. 1,665.35	S/. 24,238.16
Asistente Administrativo	1	S/. 1,000	S/. 93	S/. 13,116	S/. 1,191.37	S/. 14,307.37	S/. 1,180	S/. 1,142.64	S/. 16,630.45
Profesores de Música									
Guitarra	3	S/. 2,160	S/. 0	S/. 64,800	S/. 7,063.20	S/. 71,863.20	S/. 6,998	S/. 0.00	S/. 78,861.60
Piano	2	S/. 2,400	S/. 0	S/. 48,000	S/. 5,232.00	S/. 53,232.00	S/. 5,184	S/. 0.00	S/. 58,416.00
Violín	1	S/. 1,560	S/. 0	S/. 15,600	S/. 1,700.40	S/. 17,300.40	S/. 1,685	S/. 0.00	S/. 18,985.20
Canto	2	S/. 2,040	S/. 0	S/. 40,800	S/. 4,447.20	S/. 45,247.20	S/. 4,406	S/. 0.00	S/. 49,653.60
Analista de Soporte al Usuario	1	S/. 1,200	S/. 93	S/. 15,516	S/. 1,409.37	S/. 16,925.37	S/. 1,396	S/. 1,351.72	S/. 19,673.53
Ejecutivo de Atención al Cliente	1	S/. 930	S/. 93	S/. 12,276	S/. 1,115.07	S/. 13,391.07	S/. 1,105	S/. 1,069.46	S/. 15,565.37
TOTAL	15	S/. 21,090	S/. 651	S/. 332,172	S/. 33,246.09	S/. 365,418.09	S/. 32,941.08	S/. 14,197.80	S/. 412,556.97

Tabla 74.

Planilla para el año 2024

2024									
Puesto	Cantidad	Sueldo básico Mensual	Asignación Familiar	Sueldo básico Anual	Gratificaciones (Jul / Dic)	SUB-Total	ESSALUD	CTS	Planilla Anual Total
Gerente General	1	S/. 4,200	S/. 93	S/. 51,516	S/. 4,679.37	S/. 56,195.37	S/. 4,636	S/. 4,487.97	S/. 65,319.78
Jefe Administrativo	1	S/. 2,300	S/. 93	S/. 28,716	S/. 2,608.37	S/. 31,324.37	S/. 2,584	S/. 2,501.68	S/. 36,410.49
Jefe de Operaciones	1	S/. 1,800	S/. 93	S/. 22,716	S/. 2,063.37	S/. 24,779.37	S/. 2,044	S/. 1,978.97	S/. 28,802.78
Analista de Marketing	1	S/. 1,500	S/. 93	S/. 19,116	S/. 1,736.37	S/. 20,852.37	S/. 1,720	S/. 1,665.35	S/. 24,238.16
Asistente Administrativo	1	S/. 1,000	S/. 93	S/. 13,116	S/. 1,191.37	S/. 14,307.37	S/. 1,180	S/. 1,142.64	S/. 16,630.45
Profesores de Música									
Guitarra	3	S/. 2,160	S/. 0	S/. 64,800	S/. 7,063.20	S/. 71,863.20	S/. 6,998	S/. 0.00	S/. 78,861.60
Piano	2	S/. 2,400	S/. 0	S/. 48,000	S/. 5,232.00	S/. 53,232.00	S/. 5,184	S/. 0.00	S/. 58,416.00
Violín	1	S/. 1,560	S/. 0	S/. 15,600	S/. 1,700.40	S/. 17,300.40	S/. 1,685	S/. 0.00	S/. 18,985.20
Canto	2	S/. 2,040	S/. 0	S/. 40,800	S/. 4,447.20	S/. 45,247.20	S/. 4,406	S/. 0.00	S/. 49,653.60
Analista de Soporte al Usuario	1	S/. 1,200	S/. 93	S/. 15,516	S/. 1,409.37	S/. 16,925.37	S/. 1,396	S/. 1,351.72	S/. 19,673.53
Ejecutivo de Atención al Cliente	1	S/. 930	S/. 93	S/. 12,276	S/. 1,115.07	S/. 13,391.07	S/. 1,105	S/. 1,069.46	S/. 15,565.37
TOTAL	15	S/. 21,090	S/. 651	S/. 332,172	S/. 33,246.09	S/. 365,418.09	S/. 32,941.08	S/. 14,197.80	S/. 412,556.97

Tabla 75.

Planilla para el año 2025

2025									
Puesto	Cantidad	Sueldo básico Mensual	Asignación Familiar	Sueldo básico Anual	Gratificaciones (Jul / Dic)	SUB-Total	ESSALUD	CTS	Planilla Anual Total
Gerente General	1	S/. 4,200	S/. 93	S/. 51,516	S/. 4,679.37	S/. 56,195.37	S/. 4,636	S/. 4,487.97	S/. 65,319.78
Jefe Administrativo	1	S/. 2,300	S/. 93	S/. 28,716	S/. 2,608.37	S/. 31,324.37	S/. 2,584	S/. 2,501.68	S/. 36,410.49
Jefe de Operaciones	1	S/. 1,800	S/. 93	S/. 22,716	S/. 2,063.37	S/. 24,779.37	S/. 2,044	S/. 1,978.97	S/. 28,802.78
Analista de Marketing	1	S/. 1,500	S/. 93	S/. 19,116	S/. 1,736.37	S/. 20,852.37	S/. 1,720	S/. 1,665.35	S/. 24,238.16
Asistente Administrativo	1	S/. 1,000	S/. 93	S/. 13,116	S/. 1,191.37	S/. 14,307.37	S/. 1,180	S/. 1,142.64	S/. 16,630.45
Profesores de Música									
Guitarra	4	S/. 2,160	S/. 0	S/. 86,400	S/. 9,417.60	S/. 95,817.60	S/. 9,331	S/. 0.00	S/. 105,148.80
Piano	2	S/. 2,400	S/. 0	S/. 48,000	S/. 5,232.00	S/. 53,232.00	S/. 5,184	S/. 0.00	S/. 58,416.00
Violín	1	S/. 1,560	S/. 0	S/. 15,600	S/. 1,700.40	S/. 17,300.40	S/. 1,685	S/. 0.00	S/. 18,985.20
Canto	2	S/. 2,040	S/. 0	S/. 40,800	S/. 4,447.20	S/. 45,247.20	S/. 4,406	S/. 0.00	S/. 49,653.60
Analista de Soporte al Usuario	1	S/. 1,200	S/. 93	S/. 15,516	S/. 1,409.37	S/. 16,925.37	S/. 1,396	S/. 1,351.72	S/. 19,673.53
Ejecutivo de Atención al Cliente	1	S/. 930	S/. 93	S/. 12,276	S/. 1,115.07	S/. 13,391.07	S/. 1,105	S/. 1,069.46	S/. 15,565.37
TOTAL	16	S/. 21,090	S/. 651	S/. 353,772	S/. 35,600.49	S/. 389,372.49	S/. 35,273.88	S/. 14,197.80	S/. 438,844.17

Tabla 76.*Planilla para el año 2026*

2026									
Puesto	Cantidad	Sueldo básico Mensual	Asignación Familiar	Sueldo básico Anual	Gratificaciones (Jul / Dic)	SUB-Total	ESSALUD	CTS	Planilla Anual Total
Gerente General	1	S/. 4,200	S/. 93	S/. 51,516	S/. 4,679.37	S/. 56,195.37	S/. 4,636	S/. 4,487.97	S/. 65,319.78
Jefe Administrativo	1	S/. 2,300	S/. 93	S/. 28,716	S/. 2,608.37	S/. 31,324.37	S/. 2,584	S/. 2,501.68	S/. 36,410.49
Jefe de Operaciones	1	S/. 1,800	S/. 93	S/. 22,716	S/. 2,063.37	S/. 24,779.37	S/. 2,044	S/. 1,978.97	S/. 28,802.78
Analista de Marketing	1	S/. 1,500	S/. 93	S/. 19,116	S/. 1,736.37	S/. 20,852.37	S/. 1,720	S/. 1,665.35	S/. 24,238.16
Asistente Administrativo	1	S/. 1,000	S/. 93	S/. 13,116	S/. 1,191.37	S/. 14,307.37	S/. 1,180	S/. 1,142.64	S/. 16,630.45
Profesores de Música									
Guitarra	4	S/. 2,160	S/. 0	S/. 86,400	S/. 9,417.60	S/. 95,817.60	S/. 9,331	S/. 0.00	S/. 105,148.80
Piano	2	S/. 2,400	S/. 0	S/. 48,000	S/. 5,232.00	S/. 53,232.00	S/. 5,184	S/. 0.00	S/. 58,416.00
Violín	1	S/. 1,560	S/. 0	S/. 15,600	S/. 1,700.40	S/. 17,300.40	S/. 1,685	S/. 0.00	S/. 18,985.20
Canto	2	S/. 2,040	S/. 0	S/. 40,800	S/. 4,447.20	S/. 45,247.20	S/. 4,406	S/. 0.00	S/. 49,653.60
Analista de Soporte al Usuario	1	S/. 1,200	S/. 93	S/. 15,516	S/. 1,409.37	S/. 16,925.37	S/. 1,396	S/. 1,351.72	S/. 19,673.53
Ejecutivo de Atención al Cliente	1	S/. 930	S/. 93	S/. 12,276	S/. 1,115.07	S/. 13,391.07	S/. 1,105	S/. 1,069.46	S/. 15,565.37
TOTAL	16	S/. 21,090	S/. 651	S/. 353,772	S/. 35,600.49	S/. 389,372.49	S/. 35,273.88	S/. 14,197.80	S/. 438,844.17

Para la temporada de verano se requerirá enseñanza de los cursos de música y se pagara por recibos por honorarios.

Tabla 77.

Personal honorarios

PROFESORES	N°	2022	N°	2023	N°	2024	N°	2025	N°	2026
GUIARRA	2	14,400	2	14,400	2	14,400	2	14,400	2	14,400
PIANO	1	9,600	1	9,600	1	9,600	2	19,200	2	19,200
VIOLIN	1	4,800	1	4,800	1	4,800	1	4,800	1	4,800
CANTO	1	7,200	1	7,200	1	7,200	1	7,200	1	7,200
TOTAL	5	36,000	5	36,000	5	36,000	6	45,600	6	45,600

d. Gastos por servicios tercerizados para todos los años del proyecto.

DOREMI SAC optara por la tercerización en determinadas actividades de soporte a la cadena de valor, estos gastos han sido proyectados en la tabla siguiente:

Tabla 78.

Gastos por servicios tercerizados por año

Servicios Tercerizados	2022	2023	2024	2025	2026
Servicios Contables	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
Servicios de Limpieza	14,400	14,400	14,400	14,400	14,400
TOTAL	20,400	20,400	20,400	20,400	20,400

Nota: Elaboración Propia

e. Horario de trabajo de puestos de trabajo.

Cumpliendo con las normativas vigentes del Ministerio de trabajo se ha confeccionado el siguiente horario de trabajo. Las horas laborables de los profesores son calculados según la demanda de clases virtuales por lo que se muestran los horarios disponibles según los días.

El rango de horario de los profesores en invierno es de Lunes a Viernes de 4:00pm a 8:00pm y sábados de 9:00 am a 12:00 pm, mientras los horarios de verano son de Lunes a Domingo de 9:00 am a 12:00 pm y 4:00 pm a 8:00 pm.

Tabla 79.

Horarios de trabajo

Puesto	Lunes - Viernes	Sábado	Domingo
Gerente General	09:00 am.- 17:00 pm		
Analista de Marketing	09:00 am - 18:00 pm		
Jefe Administrativo	09:00 am - 18:00 pm		
Jefe de Operaciones	09:00 am - 18:00 pm		
Asistente Administrativo	09:00 am - 18:00 pm	09:00 am - 13:00 pm	
Analista de Soporte al Usuario	09:00 am - 18:00 pm	09:00 am - 13:00 pm	
Ejecutivo de Atención al Cliente	09:00 am - 18:00 pm	09:00 am - 13:00 pm	
Profesores de Música	09:00 am - 12:00 pm / 4:00 pm a 8:00pm	09:00 am - 12:00 pm	09:00 am - 12:00 pm

Nota: Elaboración Propia

Capítulo VI: Estudio Técnico

6.1 Tamaño del Proyecto

6.1.1 Capacidad Instalada

La capacidad instalada del proyecto, se basa en el número de profesores que tendremos disponibles para impartir las clases de música online a los alumnos, la evaluación se realizó teniendo en cuenta los años en que el proyecto estará vigente.

a. Criterios.

Para calcular la capacidad instalada se consideró los siguientes criterios:

- Demanda anual proyectada de ventas más estacionalidad.
- Demanda mensual y semanal.
- Cantidad de alumnos por grupo (máximo 5).
- Horarios disponibles.

b. Cálculos.

Para obtener cuantos profesores necesitaremos anualmente, trabajamos con la demanda por curso, estacionalidad y mes. Luego lo dividimos entre 5 porque los grupos de clases son de la cantidad indicada, para luego transformarlo a horas mensuales y horas diarias.

Tabla 80.

Demanda por año

DISTRITOS	2022	2023	2024	2025	2026
JESUS MARIA	281	293	305	319	333
LINCE	204	212	221	231	242
PUEBLO LIBRE	324	337	351	367	383
MAGDALENA	224	234	244	254	266
SAN MIGUEL	598	623	649	678	709
MIRAFLORES	367	382	398	416	434
SAN ISIDRO	227	237	247	258	269
SAN BORJA	427	445	464	484	506
SURCO	1380	1437	1498	1564	1635
LA MOLINA	539	561	585	610	638
DEMANDA	4570	4759	4962	5180	5415

Nota: Elaboración Propia

Luego procederemos a hallar la capacidad utilizada en horas.

Tabla 93.

Capacidad Utilizada en horas

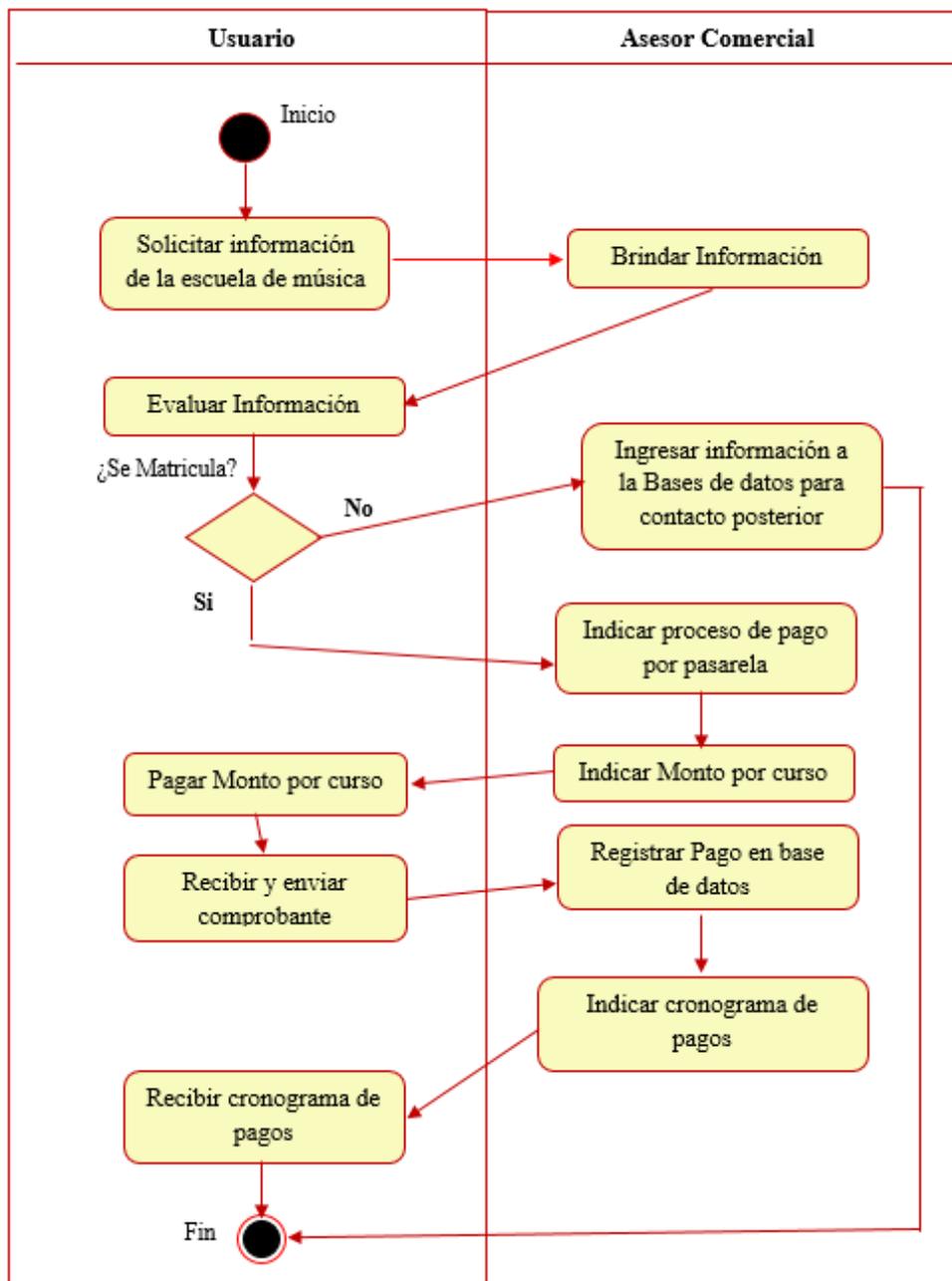
AÑO	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
2022	907	857	714	554	596	622	630	613	596	596	596	596
2023	941	890	756	571	630	647	655	638	622	622	622	630
2024	983	932	773	596	647	672	689	655	647	647	647	647
2025	1016	966	815	630	689	697	714	689	664	664	664	689
2026	1067	1008	840	647	714	722	756	722	689	689	689	714

6.2 Procesos

6.2.1 Diagrama de flujo de proceso de producción

Figura 53.

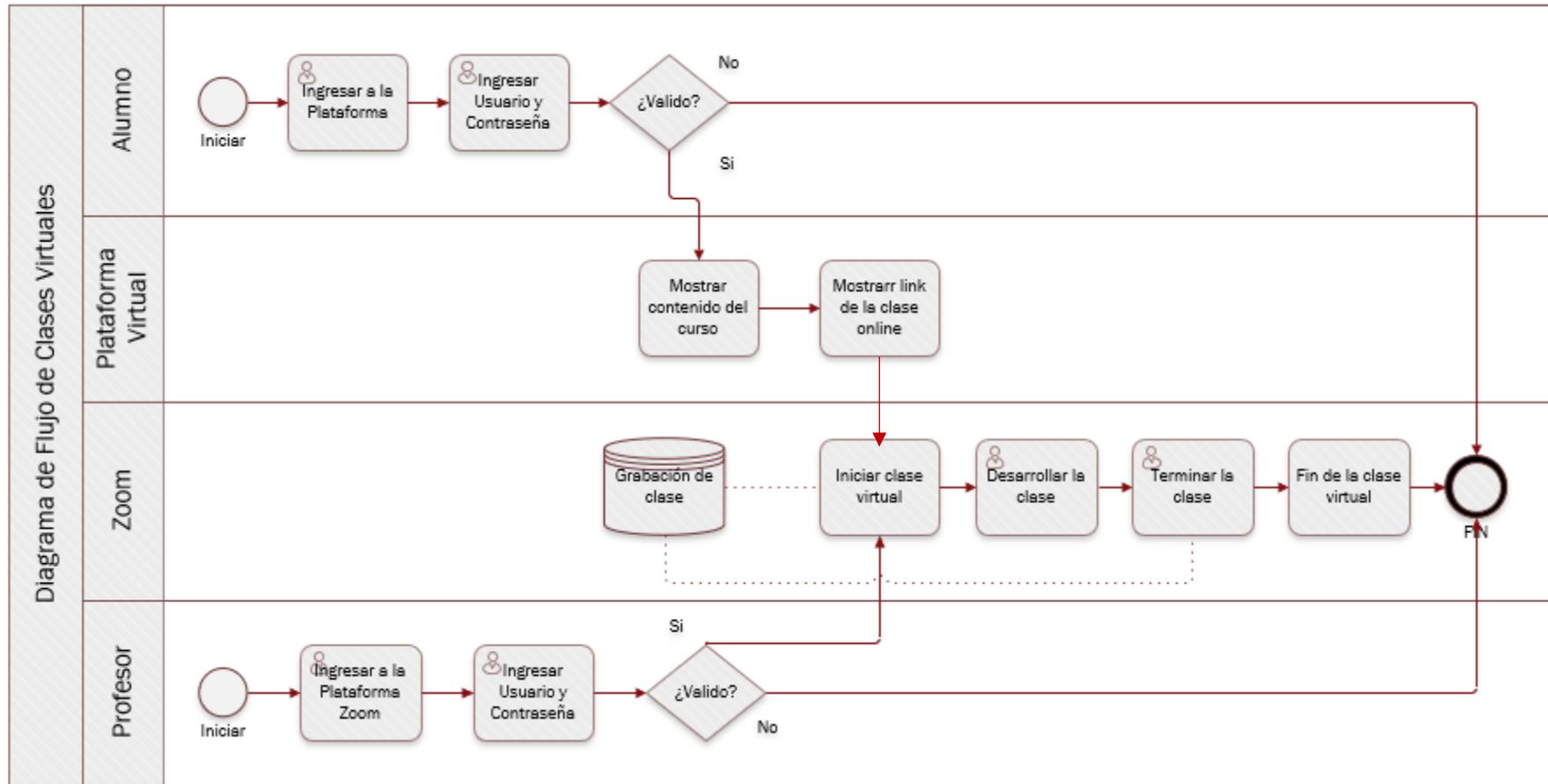
Diagrama de Proceso de Venta de servicio



Nota: Elaboración propia

Figura 54.

Diagrama de flujo de Clases Virtuales



Nota: Elaboración Propia

Plataforma Virtual:

El modelo propuesto consiste en conectar a alumnos que desean aprender música y a profesores a través de una plataforma virtual para el dictado de clases. El acceso al servicio se realizará a través de la página web de la empresa, que contara con su aula virtual en Moodle que integrara zoom para las clases que se dictaran.

1. Hardware

Está conformado por los equipos físicos necesarios para la prestación del servicio tales como servidores de almacenamiento de información, sensores, accesorios de red, equipos de cómputo a nivel usuario, impresoras entre otros. Parte de esta infraestructura puede manejarse a través de la modalidad de computación en la nube, esta modalidad actualmente es utilizada por varias empresas en el mercado debido a que ofrece muchas ventajas respecto a contar con una infraestructura propia, tales como:

- Ahorro de costos de adquisición de hardware propio
- Flexibilidad y escalabilidad, se cuenta con alta capacidad de respuesta ante los cambios del mercado.
- Seguridad, las grandes corporaciones que ofrecen este tipo de servicio cumplen con altos estándares de seguridad de la información para brindar la confianza a sus clientes.

2. Software.

Se decidió por la opción de adquirir una licencia de una plataforma digital especializada porque proporciona mayores ventajas, ahorros de costos a diferencia si se realiza un desarrollo propio, si bien es cierto esto conlleva a asumir un riesgo de continuidad del negocio al depender de un único proveedor, este riesgo puede ser minimizado significativamente al realizar una evaluación cuidadosa de la licencia a adquirir, como por

ejemplo que cuente con el respaldo de una institución con experiencia en el mercado y presencia internacional.

Moodle:

Moodle es un sistema de Software Libre diseñado para crear y gestionar espacios de aprendizaje online adaptados a las necesidades de profesores, estudiantes y administradores.

El carácter gratuito y abierto de Moodle lo convierten en una herramienta muy atractiva, que además cuenta con muchas más ventajas:

- Herramienta estable y de confianza
- Intuitiva y fácil de usar
- Siempre actualizada, es continuamente revisado y mejorado para adaptarse a las necesidades de los usuarios a lo largo del tiempo.
- Flexible y personalizable
- Escalable a cualquier tamaño, puede dar servicio desde unos cuantos estudiantes a miles de ellos, tanto en organizaciones pequeñas como en grandes.
- Accesible desde cualquier dispositivo, puede accederse a él desde cualquier lugar del mundo, en cualquier momento y desde cualquier dispositivo. Su interfaz es compatible con móviles y todos los navegadores de internet.
- Comprometidos con la seguridad de los datos y la privacidad del usuario, por eso los controles de seguridad de la plataforma son actualizados constantemente.
- Con funcionalidades ampliables, sus funcionalidades pueden extenderse gracias a la instalación de plugins y complementos.
- Traducido a más de 120 idiomas

3. Diseño de la Pagina Web:

El desarrollo de la página Web será creado en WordPress, entendiendo como tal una página donde se podrá informar sobre nuestra empresa: quiénes somos, servicios, clientes, etc.

Tiene muchas plantillas disponibles, diseños muy variados para nuestra web, que podrían ir desde una web con diseño minimalista y que muestre poca a información, a webs completas que carguen muchos datos en cada página.

Ventajas:

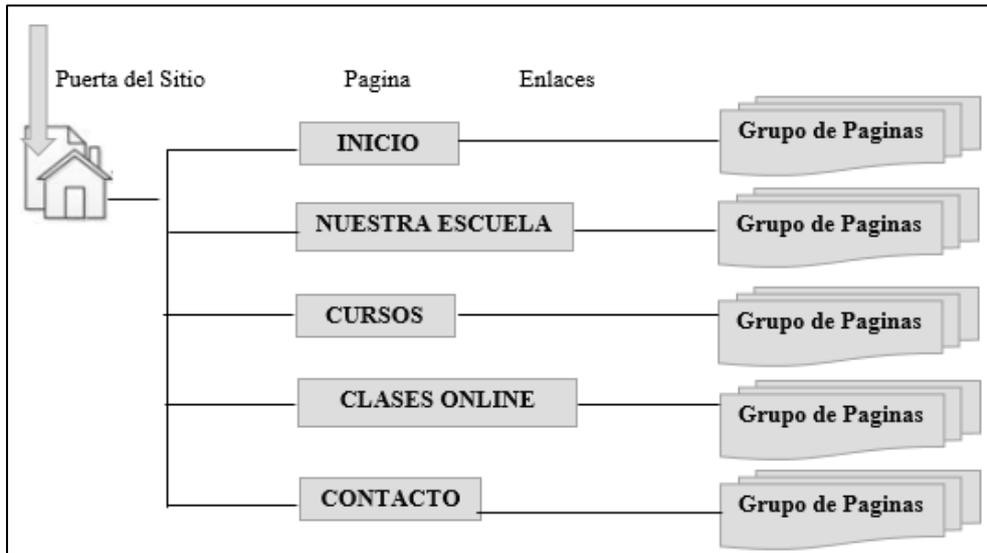
- Es un software de código abierto
- Es fácil de usar y su instalación es sencilla.
- Posee una gran variedad de diseños atractivos
- Se adapta a la pantalla de dispositivos móviles
- Permite obtener estadísticas en tiempo real a través de plugins

Contenidos Deseables: Los contenidos deseables serán informativos. Los que se identificaron para el diseño son los siguientes:

Figura 55.

Contenidos Deseables

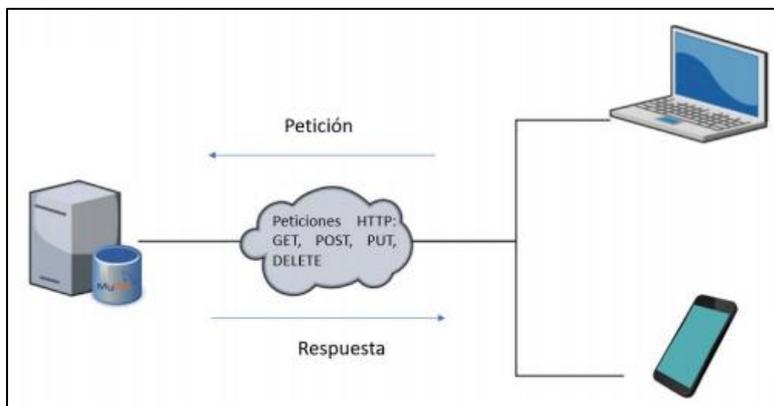
	Contenidos Deseables
	1. Inicio 2. Nuestra Escuela 2.1. Misión 2.2. Visión 2.3. Metodología 3. Cursos 3.1. De 3 a 6 años 3.2. De 7 a 11 años 3.3. De 12 a 16 años 4. Clases Online 4.1 Aula Virtual 4.2 Testimonios 4.3 Videos 4.4 Preguntas Frecuentes 5. Contacto

Figura 56.*Plano de Arquitectura*

Nota: Elaboración Propia

Diseño Arquitectura del Sistema:

Se ha decidido usar una arquitectura API REST porque permite crear servicios y aplicaciones que pueden ser usadas por cualquier dispositivo o cliente que entienda HTTP, ya que es un tipo de arquitectura de desarrollo web que se apoya totalmente en el estándar HTTP. Esta arquitectura es ideal para el sistema dado que desde el backend se desarrollan una serie de recursos que son aprovechados por el frontend (portal web y la aplicación móvil).

Figura 57.*Arquitectura del sistema API REST*

Nota: Elaboración Propia

Esbozo del Diseño:

Figura 58.

Página Web de la empresa – Interfaz Principal



Nota: Elaboración Propia

Figura 59.

Página Web de la empresa – Interfaz Informativa



Nota: Elaboración propia

Pasarela de Pagos:

La página web informativa de la empresa también contará con la opción Pasarela de pagos, donde el padre de familia podrá matricular a su hijo usando diversos métodos de pago.

Figura 60.

Pasarela de pago

The screenshot displays the PayU payment gateway interface. At the top, there is a header with the company logo on the left and 'Paga seguro con PayU' on the right. Below the header is an orange banner with the text 'Transacción en modo de pruebas'. The main content area is divided into two columns. The left column contains a form with the following sections: 'Tus datos' (with a 'Modificar mis datos' link), 'Selecciona el medio de pago', and 'Paga en un clic con'. Under 'Paga en un clic con', there are sections for 'Tarjeta de crédito' (with a 'Pagar' button), 'Tarjeta débito', and 'Otros medios de pago' (including 'Tarjeta de crédito' and 'Débito bancario PSE'). The right column contains a 'Resumen de la compra' table with the following data:

Resumen de la compra	
Referencia:	02.ene.2017 11:23:15
Descripción:	Test PayU
Valor original	USD \$10.00
Total compra	COP \$24.500.00
IVA	COP \$4.600.00
Total a pagar	COP \$29.100.00

PayU es la pasarela de pago elegida por nuestra empresa, nos permitirá recibir pagos online de forma eficiente y segura en el Perú, también cuenta con múltiples opciones de tarifas y pagos. Permite recibir pagos de Visa, MasterCard, American Express, Diners Club y Pago Efectivo.

4. Plataforma Aula Virtual

La plataforma de aprendizaje a utilizar será Moodle. La página web principal tendrá 2 formas de ingreso a la sección de usuarios y contraseña:

- La primera opción será haciendo un click al botón que indica Aula virtual que estará en la parte superior derecha de la página encima de los encabezados.
- La segunda opción está dentro de los encabezados en la sección clases online/Aula Virtual.

Figura 61.

Ingreso a sección Aula Virtual



Nota: Elaboración propia

Figura 62.

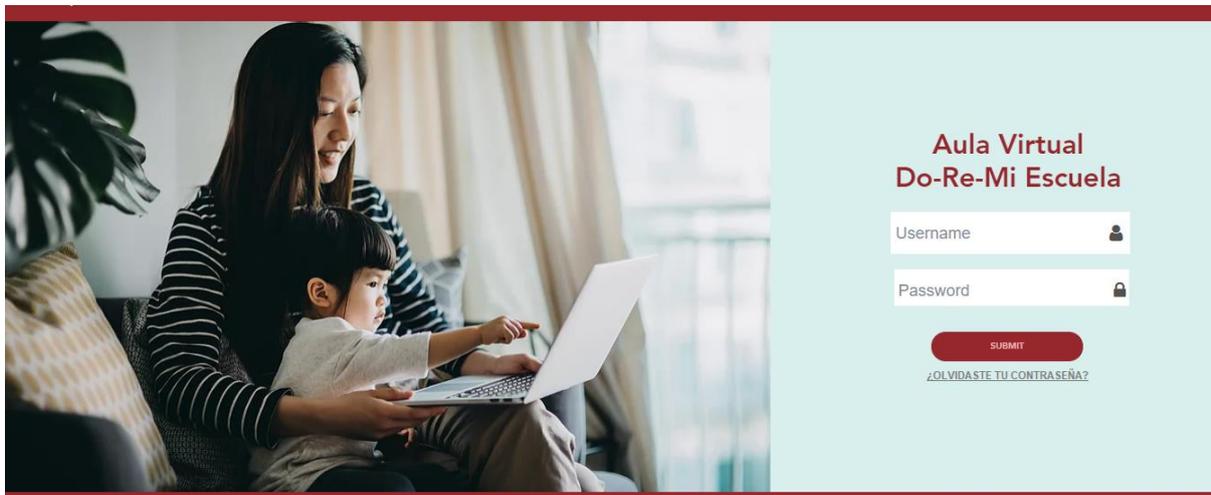
Ingreso a sección Aula Virtual



Nota: Elaboración propia

Interfaz Plataforma Virtual:

- Iniciar sesión de Plataforma:** Para acceder a la plataforma se deberá ingresar mediante un usuario y contraseña según los permisos entregados, ya sea: Alumno, Profesor, Padre de familia responsable o Administrador.

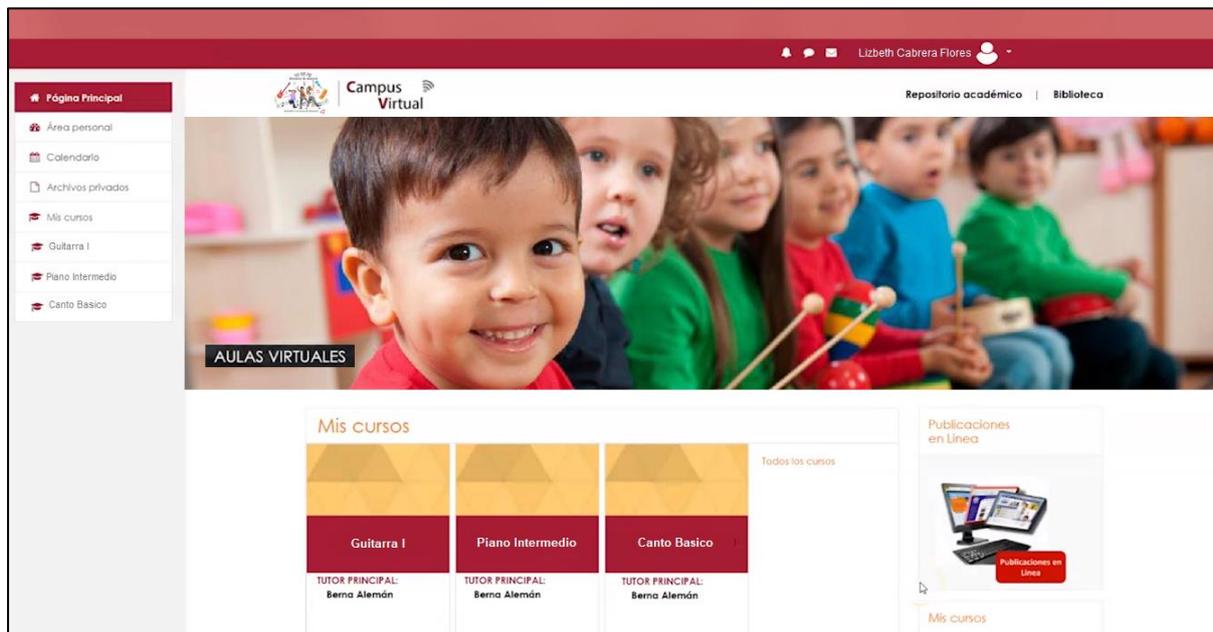
Figura 63.*Plataforma Virtual*

Nota: Elaboración Propia

a) Alumnos

La Plataforma muestra un interfaz amigable para el usuario de Alumnos. Los alumnos podrán visualizar:

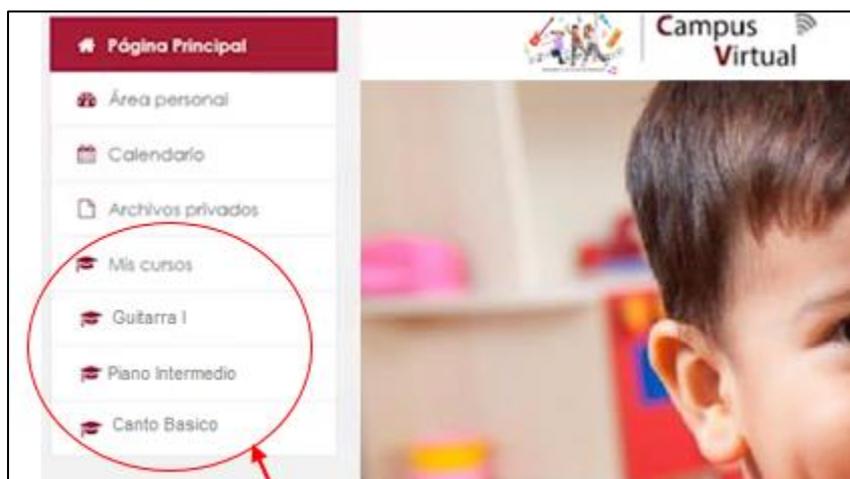
- ✓ El o los cursos a los que se matriculo, Área personal.
- ✓ Un perfil con los datos del alumno
- ✓ Calendario
- ✓ Archivos
- ✓ Noticias sobre la academia
- ✓ Biblioteca con algunos libros de consulta
- ✓ Repositorio académico con trabajos musicales
- ✓ Mensajería y otros.

Figura 64.*Interfaz Principal Alumno*

Nota: Elaboración Propia

Funcionalidades Plataforma:

- **Opción de visualizar los cursos matriculados:** El alumno tendrá la opción de visualizar el o los cursos a los que se matriculo. Los cursos podrán visualizarse en la sección superior izquierda, Página Principal o Área Personal.

Figura 65.*Cursos – Sección Superior Izquierda*

Nota: Elaboración Propia

Figura 66.*Cursos – Área Personal*

Nota: Elaboración Propia

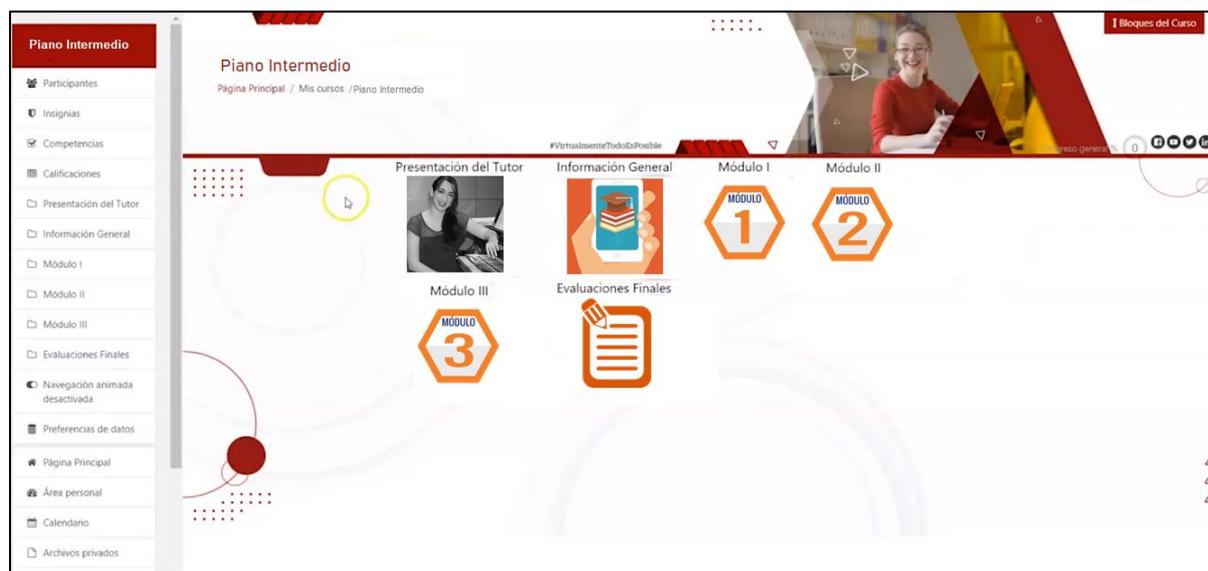
Figura 67.*Cursos Página Principal*

Nota: Elaboración Propia

- **Opción de visualizar contenido de los cursos:** El alumno podrá visualizar contenido de los cursos inscritos.

Figura 68.

Visualizar Contenidos del curso

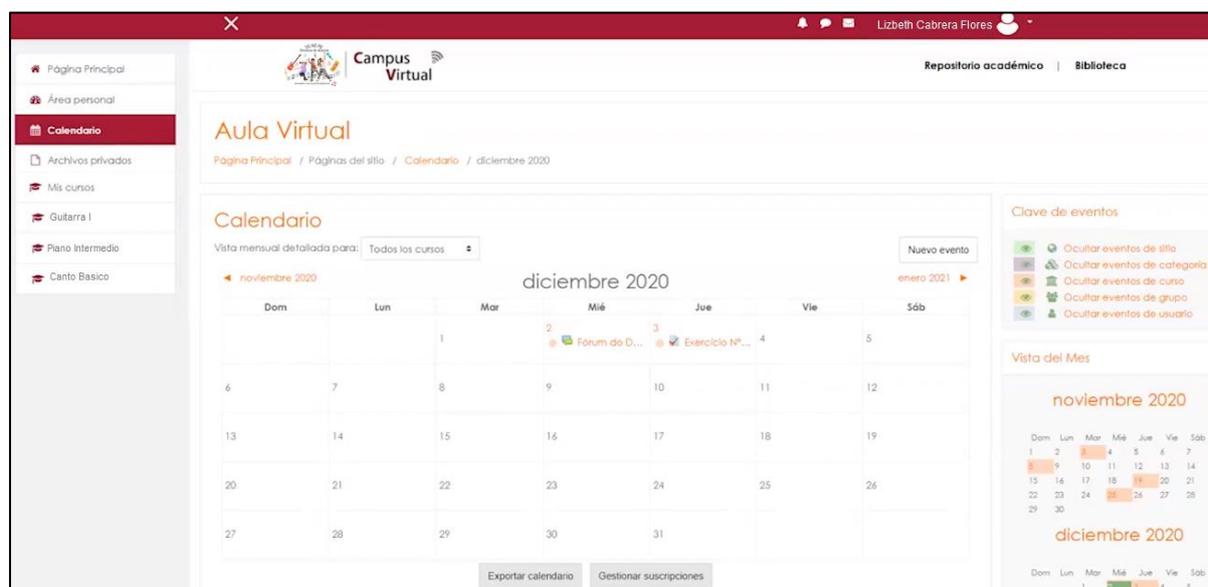


Nota: Elaboración propia

- **Opción de Visualizar Calendario:** El alumno podrá visualizar su calendario del curso.

Figura 69.

Calendario Alumno

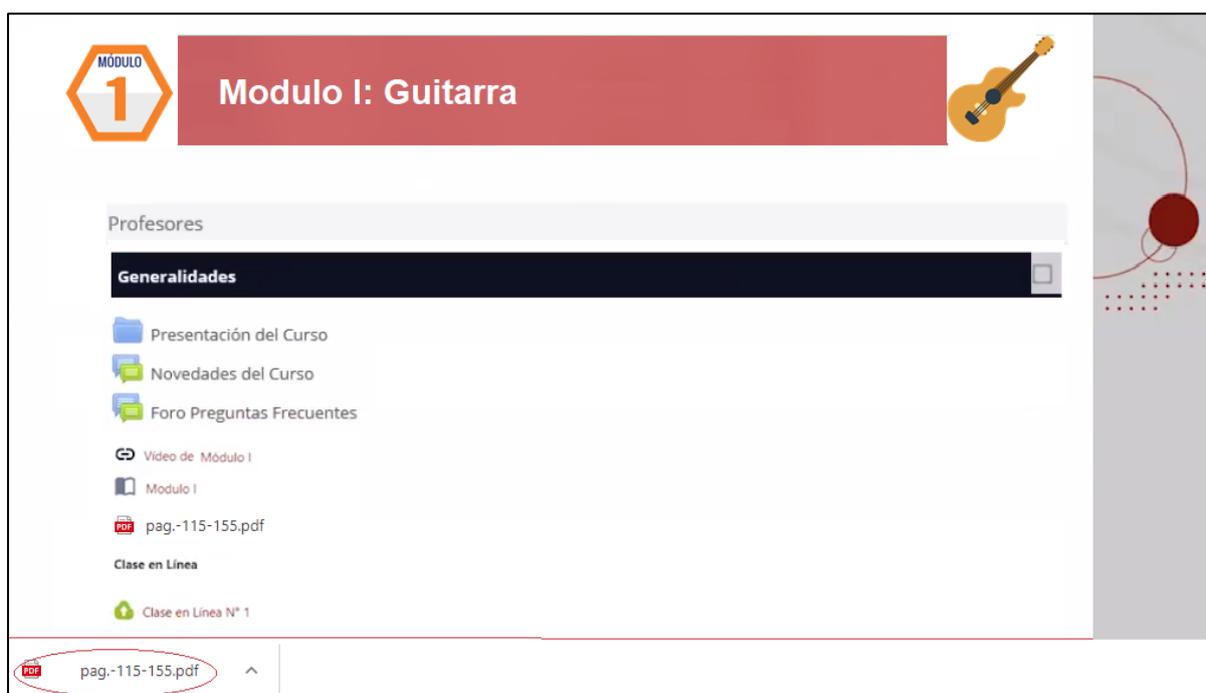


Nota: Elaboración propia

- **Opción de descargar las clases:** El alumno a través de su usuario podrá acceder a la grabación de todas sus clases recibidas en la plataforma para poder volverlas a revisar en cualquier momento.
- **Opción de descargas de material de refuerzo:** El alumno a través de su usuario podrá descargar material adicional para su aprendizaje como videos, partituras, etc
- **Material de enseñanza:** Los alumnos tendrán una opción por módulos de material de enseñanza que serán visualizados en pdfs. Aquello será semanal: PDF Semana 1, PDF Semana 2, etc.

Figura 70.

Módulos de enseñanza

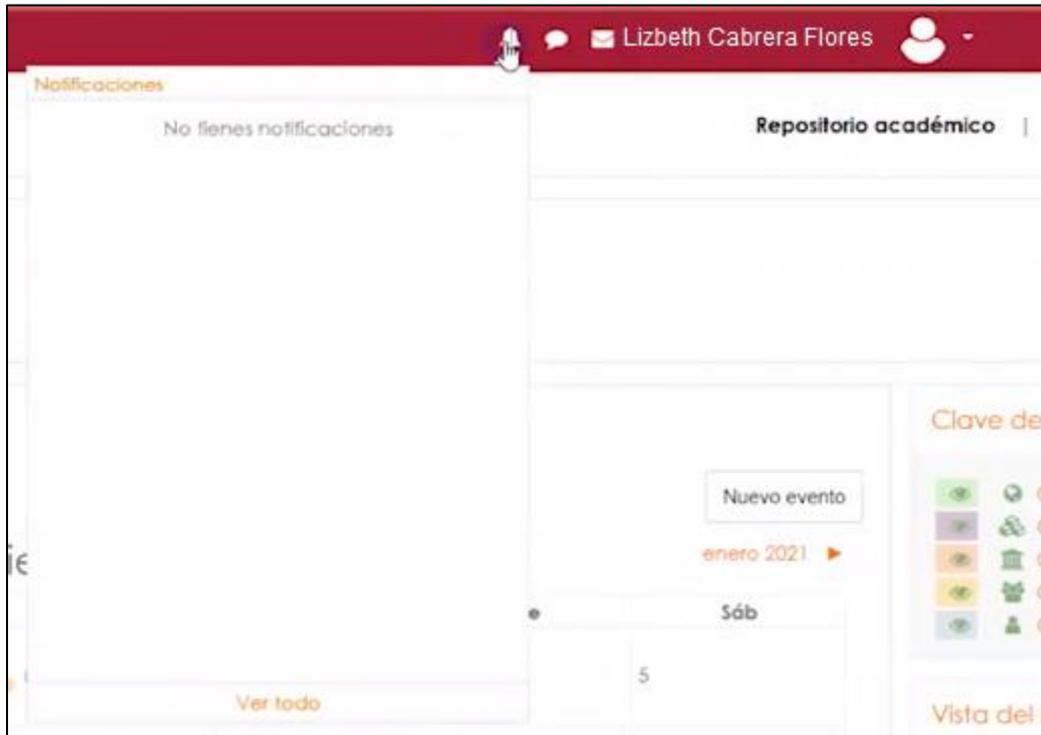


- **Notificaciones, Chat y Mensajería Interna:** Estas opciones se encuentran en la parte superior de la plataforma.
 - ✓ Las notificaciones son enviadas por la escuela de música al alumno sobre eventos, subidas de notas, etc.
 - ✓ El chat les permitirá comunicarse internamente con sus compañeros de clases.

- ✓ La mensajería interna que son los mensajes y recordatorios enviados por el profesor del curso o el coordinador general de los cursos de la escuela.

Figura 71.

Notificaciones



Nota: Elaboración propia

Figura 72.

Chat interno de la plataforma



Nota: Elaboración Propia

Figura 73.*Mensajería Interna*

Nota: Elaboración propia

- **Editar Mi Perfil:** Los alumnos pueden editar su perfil como estudiante, colocar información general y sus preferencias. Esta información podrá ser vista por el resto de participantes del curso.

Figura 74.*Editar Perfil*

Nota: Elaboración propia

Figura 75.*Editar Perfil*

General

Nombre !

Apellido(s) !

Dirección de correo !

Mostrar correo ?

Ciudad

Seleccione su país

Zona horaria

Descripción ?

Nota: Elaboración propia

- **Visualización de perfil del profesor:** El perfil del educador incluirá su foto, resumen de su experiencia y video de clase modelo de 20 minutos.
- **Clase modelo del profesor antes de iniciar las clases:** Los perfiles de los profesores disponibles incluirán una clase modelo de 20 minutos para que el alumno pueda generar una empatía con el profesor antes de iniciar sus clases.

Figura 76.*Perfil de profesores por curso*

Participantes

Insignias

Competencias

Calificaciones

Presentación

Información General

Módulo I

Módulo II

Módulo III

Evaluaciones Finales

Navegación animada desactivada

Preferencias de datos

Página Principal

Área personal

Calendario

Archivos privados

Presentacion de Profesores

#VirtualmenteTodoEsPosible

Don Francis

Ashley Jones

Tessa Brown

Lisa Rose

PROFESORES

Bloques del Curso

Nota: Elaboración propia

Figura 77.*Perfil del profesor*

Presentacion de Profesores

#VirtualmenteTodoEsPosible

Alex Young
Profesor de Piano

Phone: 123-456-7890
Email: info@myinfo.com
Address: 500 Terry Francois Street, San Francisco, CA 94158
Date of Birth: March 14th, 1984

Músico por la Universidad San Martín de Porres. Experto en guitarra, ukulele, piano, charango e iniciación musical. Productor, compositor, cantante e intérprete. Protagoniza diversos proyectos musicales con los que realiza giras nacionales e internacionales. Ha realizado distintas producciones discográficas y videoclips en colaboración con Sony Music.

Experiencia

June 2025 - April 2026	This is a Job Description. Briefly describe your specific position, including details about important achievements and milestones. Make sure to include relevant skills and highlights, and don't forget to adjust the Sineframe in the subtitle.
July 2024 - May 2025	This is a Job Description. Briefly describe your specific position, including details about important achievements and milestones. Make sure to include relevant skills and highlights, and don't forget to adjust the Sineframe in the subtitle.

Nota: Elaboración propia

- **Foro de consultas:** Los alumnos tendrán habilitado un foro para su aula para realizarle las consultas al profesor respecto al curso, etc.

Figura 78.*Foro de plataforma virtual*

Foro de Consultas N°1

Search for a Question

Mostrar respuestas anidadas

Foro de Consultas N°1
de William Henry Vegazo Muro - Lunes, 15 de mayo de 2017, 18:22

Estimado estudiante:

Aprovechamos la oportunidad de participar en este foro de consultas para resolver sus dudas e inquietudes respecto al desarrollo de los temas del presente módulo.

Para participar, primero haga clic en el enlace **"Responder"**, ubicado en la parte inferior derecha de este enunciado; luego, digite su comentario y, al finalizar esta acción, presione **"Enviar al foro"**.

Atentamente,
Su tutor

Enlace permanente | **Responder**

Jesse Chavez
1 days ago

Is Node.js knowledge is required at all?

I help ambitious graphic designers and hand letterers level-up their skills and creativity. Grab freebies + tutorials here! >> <https://every-tuesday.com>

Gene Bass
1 days ago

Nota: Elaboración propia

- **Evaluaciones teóricas en línea:** Los alumnos tendrán la opción de rendir evaluaciones teóricas mediante la plataforma.

Figura 79.*Evaluaciones teóricas en línea*

The screenshot shows a user interface for an online exam. At the top, there is a dark red header with a notification bell, a chat bubble, an envelope icon, and the user's name 'Lizbeth Cabrera Flores' next to a profile icon. Below the header, on the right, is a 'Tablero curso' button with a gear icon. The main content area has the title 'Mi Primer Examen' in large black font. Below the title, it says 'Intentos permitidos: 1'. Two lines of text provide the exam schedule: 'Este cuestionario está abierto en viernes, 3 de julio de 2020, 19:44' and 'Este cuestionario se cerrará el viernes, 3 de julio de 2020, 20:00'. At the bottom center, there is a prominent yellow button that says 'Intente resolver el cuestionario ahora'.

*Nota: Elaboración propia***Figura 80.***Evaluaciones teóricas en línea*

The screenshot shows the question page of the online exam. The top header is identical to Figure 79. On the right, the 'Tablero curso' button is present. On the left, a sidebar for 'Pregunta 1' is visible, containing the text 'Sin responder aún', 'Puntúa como 8,00', and a 'Marcar pregunta' button with a flag icon. The main area is titled 'Responda sobre induccion musical de la guitarra:'. Below this title, there are two dropdown menus. The first is labeled 'Metodos de coger el instrumento musical' and the second is 'Posicion corporal para tocar el istrumento musical'. Both dropdowns currently show 'Elegir...' and a downward arrow. At the bottom right of the main area, there is a yellow button labeled 'Siguiete página'.

Nota: Elaboración propia

Figura 81.*Evaluaciones teóricas en línea*

Mi Primer Examen

Resumen del intento

Pregunta	Estatus
1	Respuesta guardada
2	Respuesta guardada
3	Respuesta guardada
4	Respuesta guardada
5	Respuesta guardada

Volver al intento

Este intento debe ser presentado por viernes, 8 de mayo de 2020, 19:52.

Enviar todo y terminar

*Nota: Elaboración propia***Figura 82.***Evaluaciones teóricas en línea*

Mi Primer Examen

Este cuestionario está abierto en jueves, 30 de abril de 2020, 19:52

Este cuestionario se cerrará el viernes, 8 de mayo de 2020, 19:52

Método de calificación: Calificación más alta

Resumen de sus intentos previos

Intento	Estado	Calificación / 20,00	Revisión
1	Finalizado	20,00	No permitido

Enviado: jueves, 30 de abril de 2020, 20:40

Calificación más alta: 20,00

Reintentar el cuestionario

Nota: Elaboración propia

- **Visualización de calificaciones:** Los alumnos podrán visualizar sus calificaciones de las evaluaciones que realizaran los profesores.

Figura 83.

Calificaciones

	Peso calculado	Calificación	Rango	Porcentaje	Retroalimentación	Aporta al total del curso
Evaluaciones						
Guitarra I						
Inducción Musical	-	-	0-20	-	-	-
Técnicas de Instrumento Musical	-	-	0-20	-	-	-
Tarea 1	-	-	0-20	-	-	-
Total Media de calificaciones.	-	-	0-20	-	-	-

Nota: Elaboración Propia

- **Marcar Asistencia:** Los alumnos podrán marcar la asistencia a clases.

Figura 84.

Asistencia del alumno

Nombre / Apellido(s)	Roles	Asistencia	Último acceso al curso
Lizbeth Cabrera Flores	ESTUDIANTE	Asistiendo	27 días 22 horas

Nota: Elaboración propia

- **Encuestas de satisfacción al profesor por el servicio recibido:** Mensualmente se tendrá la opción de calificar la enseñanza del profesor, así como de colocar algún comentario adicional.

Figura 85.

Encuestas

Encuesta valoración de Moodle

Modo: Anónima

Primera parte de la encuesta

¿Qué te han parecido los exámenes en Moodle?

No seleccionada
 Muy útiles
 Útiles
 Normal, no sé si los utilizaré
 Complejos
 Muy complejos

¿Qué has encontrado menos útil en Moodle?

Los mensajes

¿Qué puntuación le pones a Moodle? (1 - 10)

Enviar sus respuestas

Nota: Elaboración propia

- **Entrega de tareas:** Los alumnos tendrán la opción de subir tareas a la plataforma, así como también verificar la calificación de la misma. Revisar la descripción de la tarea, fecha de entrega y si aún está disponible el botón “Agregar entrega”. Las tareas tienen una fecha límite de entrega. Si el docente configura dicha restricción, el sistema desactivará el botón de “Agregar entrega”.

Figura 86.

Estado de Tarea

Estado de la entrega	No entregado
Estado de la calificación	Sin calificar
Fecha de entrega	viernes, 8 de mayo de 2020, 00:00
Tiempo restante	6 días 10 horas
Última modificación	-
Comentarios de la entrega	▶ Comentarios (0)

Agregar entrega

Todavía no has realizado una entrega

Nota: Elaboración propia

- **Visualizar clases virtuales en avisos plataforma:** Podrán visualizarla en avisos o también llegara al correo electrónico.

Figura 87.

Visualizar Clases Virtuales

Eventos próximos

🎓 Clase virtual

Hoy, 12:20 » 13:00

[Ir al calendario...](#)

Nota: Evaluación propia

- **Registro de clases online por zoom:** Los alumnos tendrán la opción de visualizar los videos de las clases online que tengan con sus profesores por zoom.

Figura 88.

Registro de clases online

ZOOM	Start Time	Topic	Meeting ID	Recording
	Sat, May 1 (Recurring) 2:30 PM	CLASES DE GUITARRA 1 HOST - DIANA PRINCIPE	988 7620 2256	Recording Details
	Fri, Apr 30 7:00 PM	CLASES DE PIANO INTERMEDIO HOST - LIZBETH CABRERA	997 2154 1122	Recording Details

Nota: Elaboración propia

b) Profesores

- **Opción de visualizar curso:** El profesor podrá visualizar la carpeta del curso que dictara.
- **Creación de Módulos o temas:** El profesor podrá ejecutar la creación de módulos y temas que servirán al alumno para el aprendizaje de sus clases. Este contenido solo será visualizado por los alumnos que se matriculen con el docente en el curso.
Para cualquier actividad del cursos deberá dar un click en el botón activar edición y luego guardar los cambios.
- **Ingreso de Material de clases y de refuerzo:** Los profesores podrán ejecutar la subida de archivos para las clases que dictaran, videos, pdfs, etc. Para ejecutar la subida del material tendrá que ir a la sección actividades, luego activar edición y por ultimo guardar cambios.

Figura 89.*Creación de Módulos*

Nota: Elaboración propia

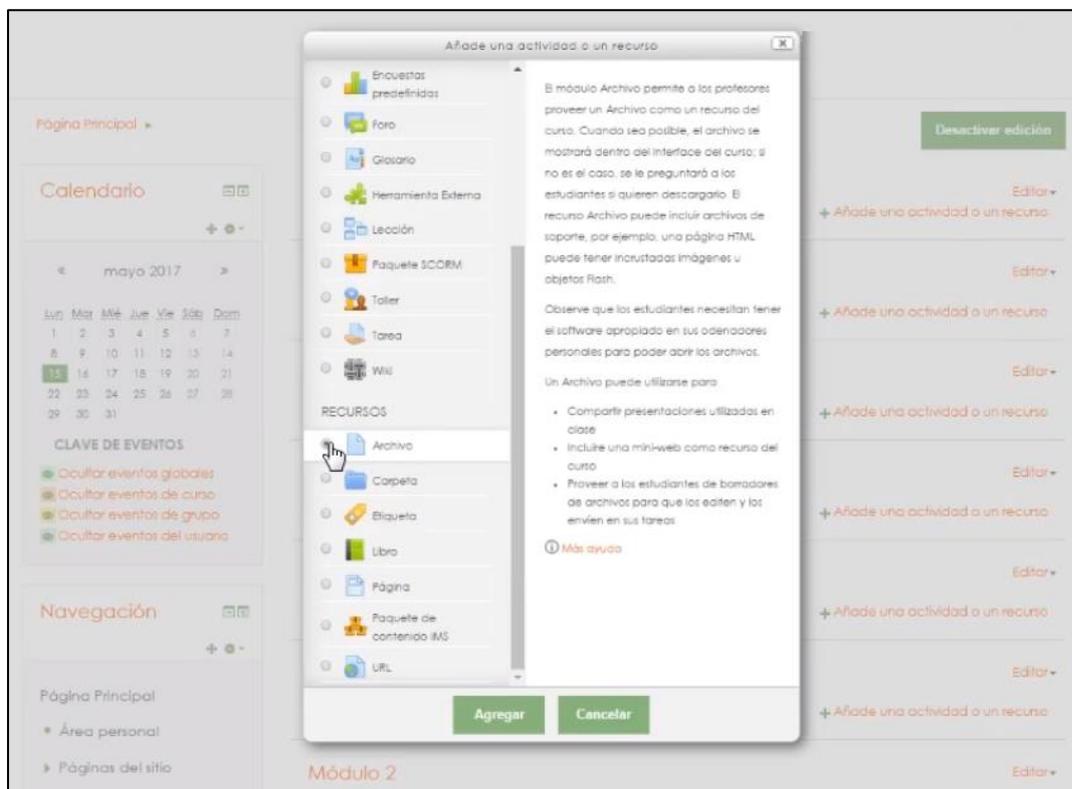
Figura 90.*Agregar contenido*

Figura 91.*Subir Archivo*

Agregando un nuevo Archivo a Módulo 1 Expandir todo

▼ General

Nombre*

Descripción

Muestra la descripción en la página del curso

Seleccionar archivos Tamaño máximo para archivos nuevos: 5MB

Puede arrastrar y soltar archivos aquí para añadirlos

Figura 92.*Subir Archivo*

Selector de archivos

Archivos locales

Archivos recientes

Subir un archivo

Descargar URL

Archivos privados

Wikimedia

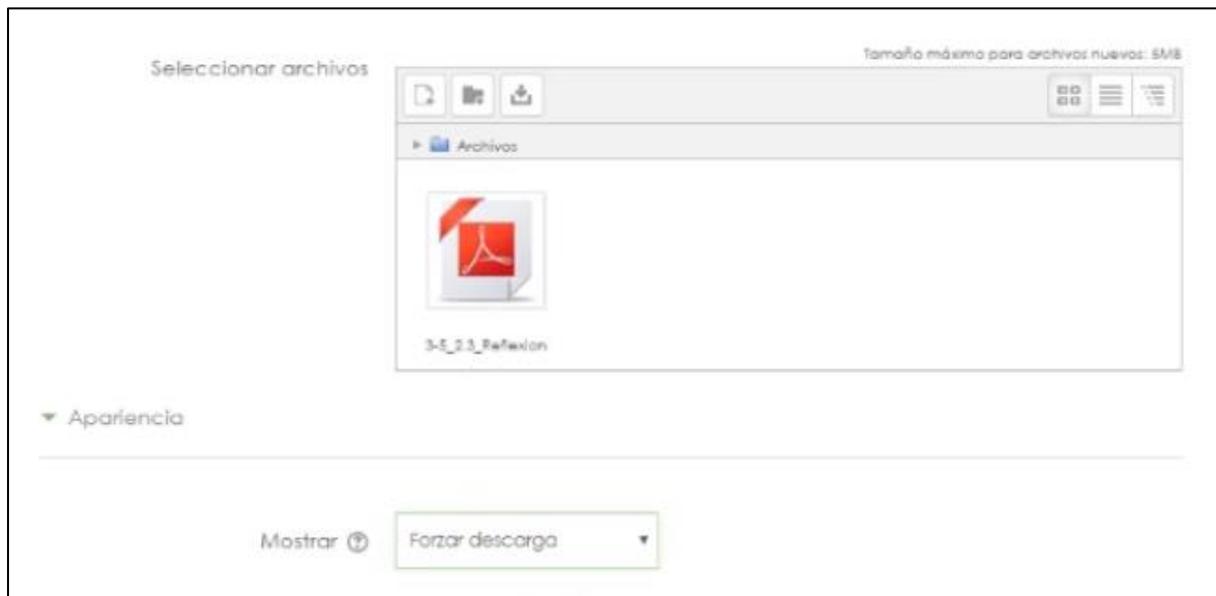
backup

Adjunto Ningún archivo seleccionado

Guardar como

Autor

Seleccionar licencia

Figura 93.*Subir Archivo***Figura 94.***Subir Archivo***Figura 95.***Subir Archivo*

- **Ingreso de calificaciones:** Los profesores tienen la opción de subir las notas de las evaluaciones del curso.
- **Creación de Evaluaciones:** Para los alumnos de ciertos grados de edad y nivel será necesario que rindan exámenes teóricos, como extra a la evaluación con el instrumento. Por ende, los profesores tendrán opción a crear exámenes en la plataforma virtual.

El profesor tendrá que ingresar a la opción actividades y buscar el icono de Cuestionario, crear las preguntas y luego guardar los cambios.

Figura 96.

Creación Evaluación

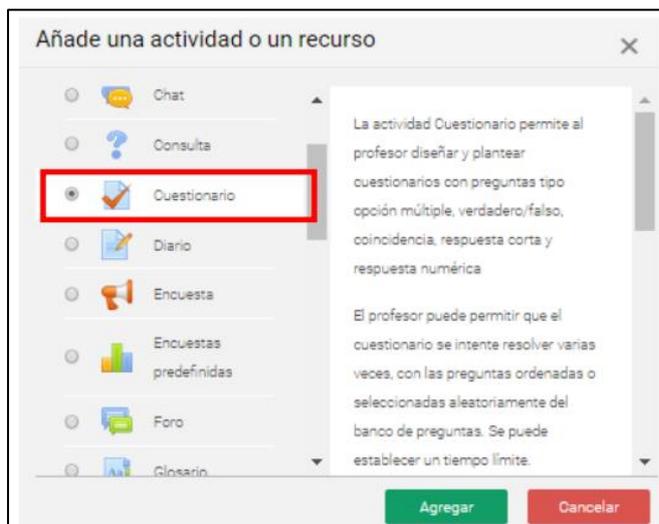


Figura 97.

Creación Evaluación

Figura 98.*Creación Evaluación*

▼ **Temporalización**

Abrir cuestionario ? 26 enero 2016 11 50 Habilitar

Cerrar cuestionario 26 febrero 2016 11 50 Habilitar

Límite de tiempo ? 30 minutos Habilitar

Cuando el tiempo ha terminado ? El envío debe hacerse antes de que el tiempo termine, de lo contrario, no se contabilizará

Periodo de gracia para el envío ? 1 días Habilitar

► Calificación

► Esquema

Figura 99.*Editar Evaluación*

Intentos permitidos: 1

Límite de tiempo: 30 minutos

Aún no se han agregado preguntas

Editar cuestionario

Volver al curso

Figura 100.*Editar Evaluación*

Editando cuestionario: Examen 1 Herramientas tecnológicas ?

Preguntas:0 | Este cuestionario está abierto

Calificación máxima 10,00 Guardar

Paginar de nuevo Seleccionar varios elementos

Total de calificaciones: 0,00

Reordenar las preguntas al azar ?

Agregar ▼

Figura 101.*Calificación de Evaluación*

Nombre / Apellido(s)		Dirección de correo	Estado	Comenzado el	Finalizado	Tiempo requerido	Calificación/100,00	P. 1 /25,00	P. 2 /25,00	P. 3 /25,00
<input type="checkbox"/>	Marco Vargas	ervarmon@gmail.com	Finalizado	28 de marzo de 2020 17:08	28 de marzo de 2020 17:10	2 minutos 8 segundos	Sin calificar aún	✓ 25,00	✓ 25,00	✓ 25,00
Promedio general							-	25,00 (1)	25,00 (1)	25,00 (1)

[Seleccionar todos / Omitir todos](#)
[Volver a calificar los intentos seleccionados](#)
[Eliminar los intentos seleccionados](#)

Figura 102.*Calificación de Evaluación*

Marco Vargas

Comenzado el sábado, 28 de marzo de 2020, 17:08

Estado Finalizado

Finalizado en sábado, 28 de marzo de 2020, 17:10

Tiempo empleado 2 minutos 8 segundos

Calificación Sin calificar aún

Pregunta 1

Correcta

Puntúa 25,00 sobre 25,00

[Editar pregunta](#)

Zoon es una herramienta para hacer trabajos de hoja de cálculo?

Seleccione una:

Verdadero

Falso ✓

Correcto: Zoom es una herramienta para hacer videos conferencia

Zoom es una herramienta para hacer videos conferencia

La respuesta correcta es 'Falso'

- **Creación de Foros:** Los profesores tendrán opción de crear foros por aulas ya sea para consultas u opiniones con calificación.

Figura 103.

Creación de foros

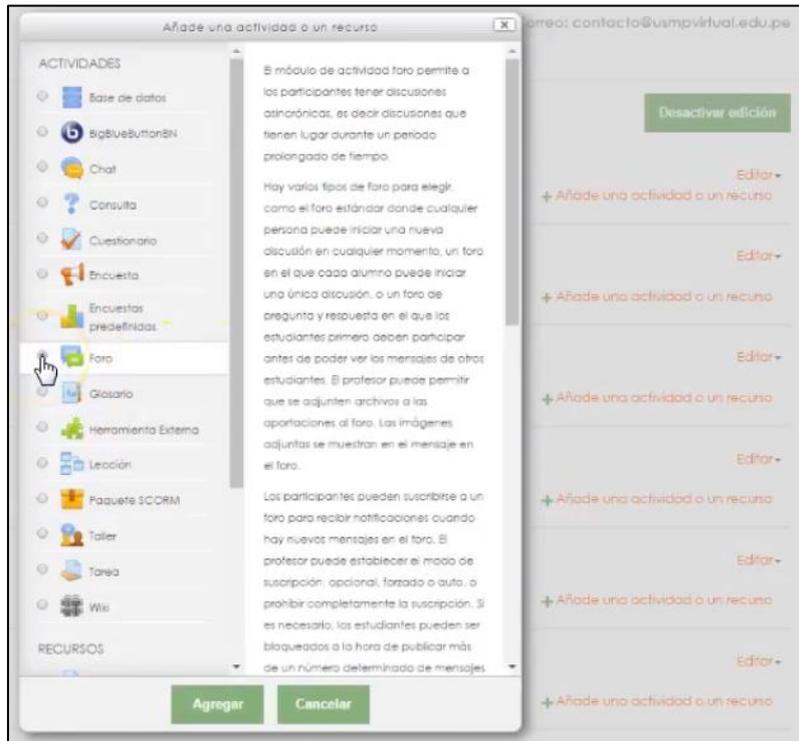


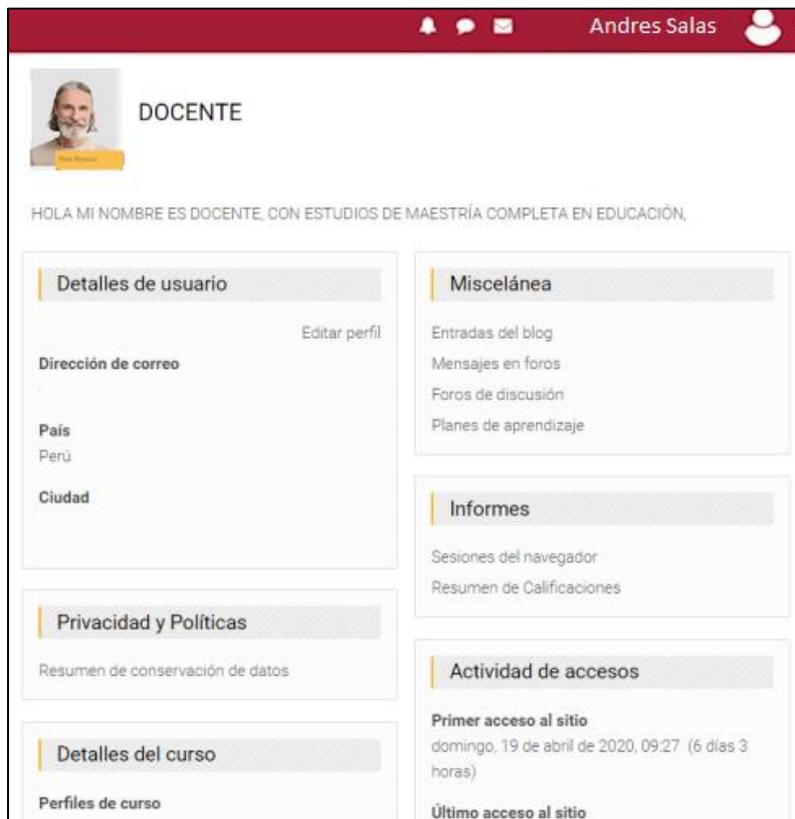
Figura 104.

Creación de Foros



Figura 105.*Creación de Foros*

- **Ingreso de perfil y video de presentación:** Los profesores tendrán opción de subir una breve descripción de su experiencia. Además, de un pequeño video de una clase modelo de 20 minutos, con el fin que el alumno elija al profesor de su preferencia.

Figura 106.*Perfil del profesor*

- **Programación de la videoconferencia de clases:** Los profesores podrán programar sus clases de videoconferencia que será por zoom de 2 formas:
 - ✓ Opción de programar avisos al Gmail desde la plataforma Moodle.
 - ✓ Crear botón de zoom en la descripción del curso.

Figura 107.

Creación Botón Zoom - Videoconferencia



Figura 108.

Creación Botón Zoom - Videoconferencia

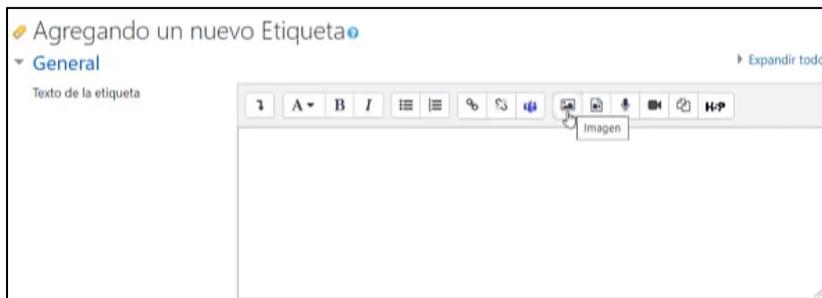


Figura 109.

Creación Botón Zoom - Videoconferencia

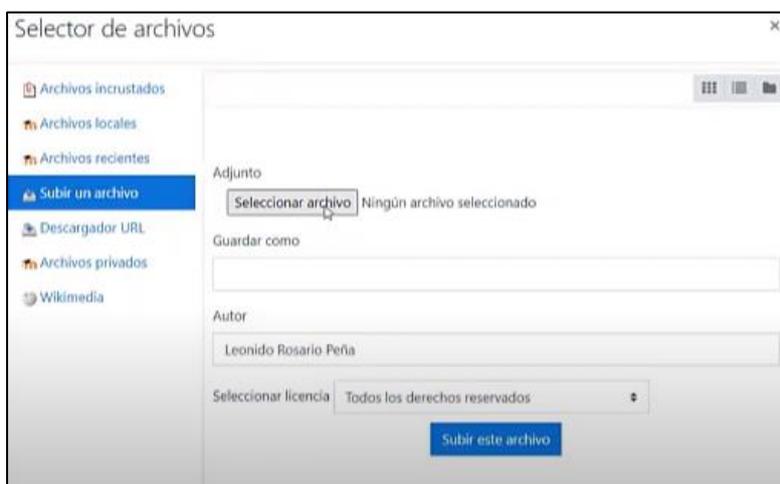


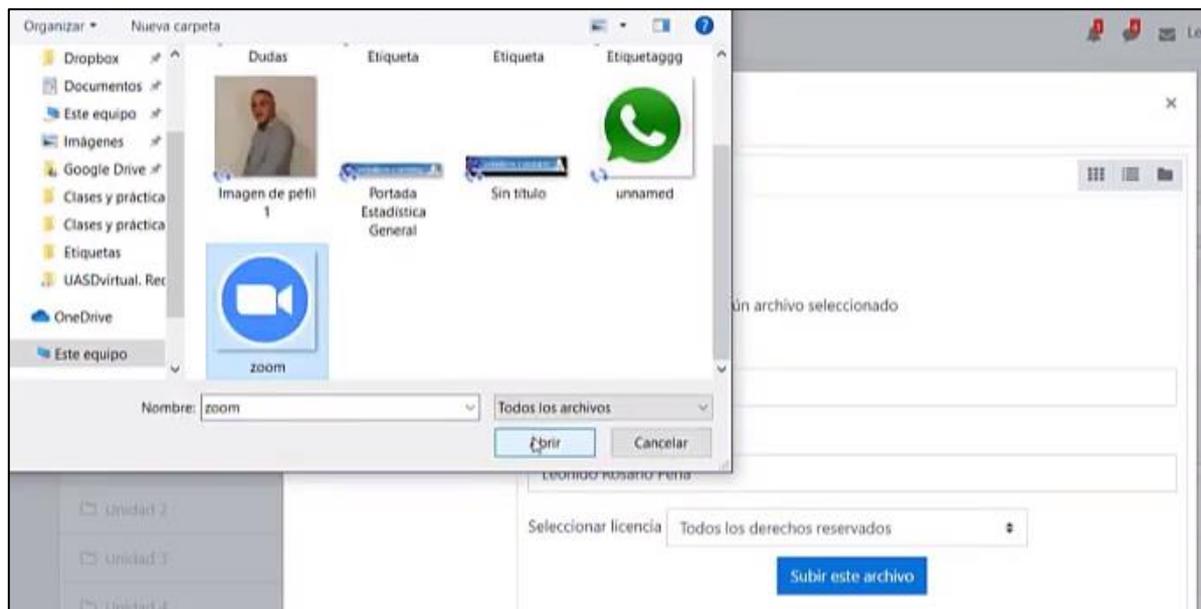
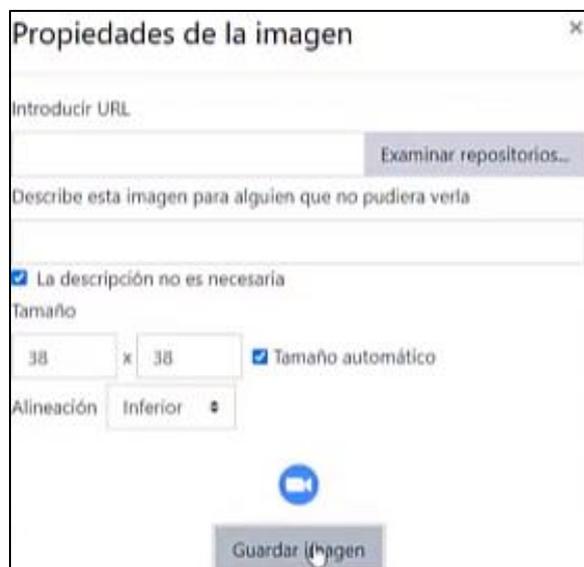
Figura 110.*Creación Botón Zoom - Videoconferencia***Figura 111.***Creación Botón Zoom - Videoconferencia*

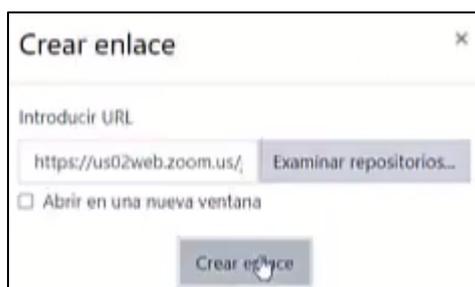
Figura 112.*Creación Botón Zoom - Videoconferencia***Figura 113.***Creación Botón Zoom - Videoconferencia***Figura 114.***Creación Botón Zoom - Videoconferencia*

Figura 115.

Otra opción de envío de enlace Zoom por Moodle

Se ha programado su reunión

INVITACIÓN A LA REUNIÓN

Dámaso Velázquez Álvarez le está invitando a una reunión de Zoom programada.

Tema: Clase de pruebas
 Hora: 13 mar 2020 12:00 PM Madrid

Unirse a la reunión Zoom
[https://zoom.us/j/951629085?
 pwd=ZDV5OGY5bWpQUUJwcDdBMn85M1U3QT09](https://zoom.us/j/951629085?pwd=ZDV5OGY5bWpQUUJwcDdBMn85M1U3QT09)

ID de reunión: 959 629 085
 Contraseña: 002822

Móvil con un toque
 +34917870058,,959629085# España
 +34917873431,,959629085# España

Marcar según su ubicación
 +34 91 787 0058 España
 +34 917 873 431 España
 +34 84 368 5025 España
 ID de reunión: 959 629 085
 Encuentre su número local: <https://zoom.us/j/aoTBu4SPb>

Figura 116.

Otra opción de envío de enlace Zoom por Moodle

calendario pruebas

[Área personal](#) / [Mis cursos](#) / [pruebas](#)

Eventos próximos ▾

pruebas ▾

Nuevo evento

Eventos próximos

No hay eventos próximos

Exportar calendario

Gestionar suscripciones

Figura 117.

Otra opción de envío de enlace Zoom por Moodle

The screenshot shows the 'Nuevo evento' (New event) form in Moodle. The form fields are as follows:

- Título del evento:** Clase virtual
- Fecha:** 13 de marzo de 2020 a las 12:20
- Tipo de evento:** Curso
- Curso:** Pruebas
- Descripción:** Para conectarte a la clase, debes utilizar el siguiente enlace:
<https://zoom.us/j/959629085?pwd=ZDVSOG5lbmxvQUJwcDdBMnB5M1U3QT09>

Figura 118.

Otra opción de envío de enlace Zoom por Moodle

The screenshot shows the 'Eventos próximos' (Upcoming events) page in Moodle. The event details are as follows:

- Evento:** Clase virtual
- Fecha:** Hoy, 12:20 » 13:00
- Tipo de evento:** Evento de curso
- Descripción:** Para conectarte a la clase, debes utilizar el siguiente enlace:
<https://zoom.us/j/959629085?pwd=ZDVSOG5lbmxvQUJwcDdBMnB5M1U3QT09>
- Categoría:** Pruebas

Buttons at the bottom: Exportar calendario, Gestionar suscripciones

- **Ingreso de progreso del alumno:** Los profesores tendrán la opción para ingresar un comentario semanal sobre el progreso de los estudiantes para que puedan ser leído por los padres de familia a través de su usuario. El profesor accederá a la opción participantes (usuarios padres de familia) del curso. Luego escribir mensaje, por ultimo enviar mensaje.
- **Envío de Recordatorios a los alumnos:** Los profesores enviaron recordatorios de las actividades con los alumnos. Aquello será editado en la sección avisos.

Figura 119.

Mensaje del Profesor

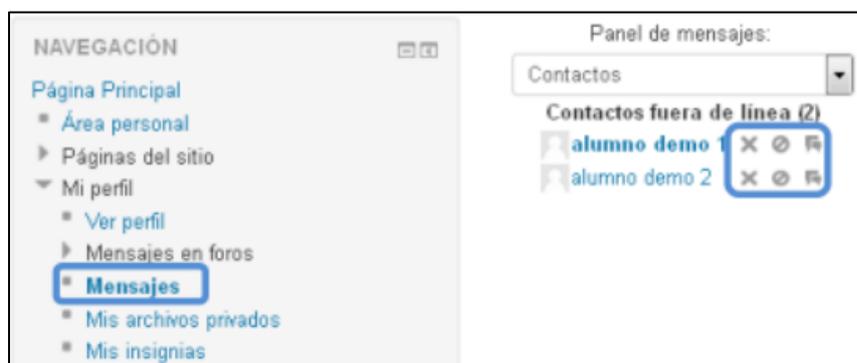


Figura 120.

Mensaje del Profesor



- **Crear una tarea:** Los profesores tendrán opción de crear tareas para poder evaluar el desempeño de sus alumnos.

Figura 121.

Creación Tareas

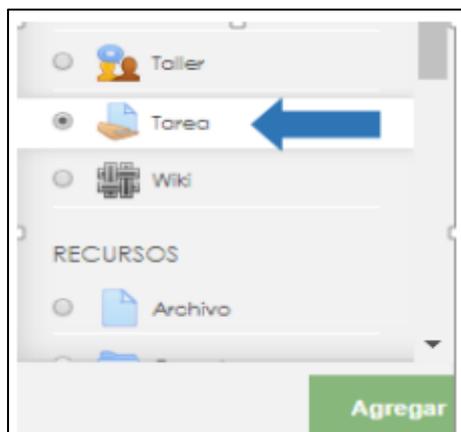


Figura 122.

Creación Tarea

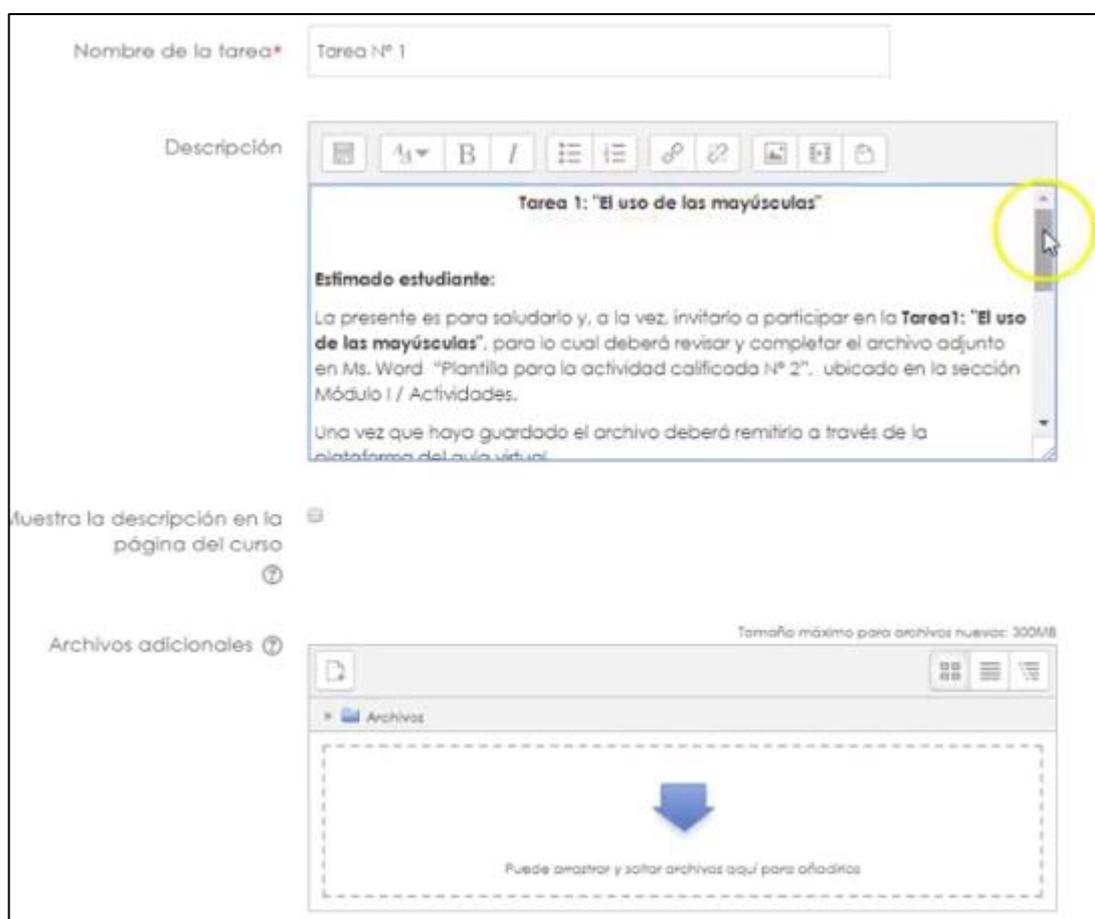
A screenshot of the 'Creación Tarea' form. The 'Nombre de la tarea*' field contains 'Tarea Nº 1'. The 'Descripción' field contains a rich text editor with the title 'Tarea 1: "El uso de las mayúsculas"' and the text: 'Estimado estudiante: La presente es para saludarlo y, a la vez, invitarlo a participar en la Tarea1: "El uso de las mayúsculas", para lo cual deberá revisar y completar el archivo adjunto en Ms. Word: "Planfilla para la actividad calificada Nº 2", ubicado en la sección Módulo I / Actividades. Una vez que haya guardado el archivo deberá remitirlo a través de la plataforma del aula virtual.' A yellow circle highlights the vertical scrollbar on the right side of the description field. Below the description field, there is a checkbox 'Muestra la descripción en la página del curso' which is checked. At the bottom, there is a section for 'Archivos adicionales' with a note 'Tamaño máximo para archivos nuevos: 300MB' and a dashed box containing a blue arrow pointing down and the text 'Puede arrastrar y soltar archivos aquí para añadidos'.

Figura 123.*Creación Tarea*

- **Registro de asistencia:** El profesor tendrá la opción de pasar asistencia y registrarla. Tendrá que seleccionar en las actividades el icono de registro de asistencia y luego configurar las fechas y horas de las clases a dictar. Además tiene la opción de un informe final de asistencia de sus alumnos.

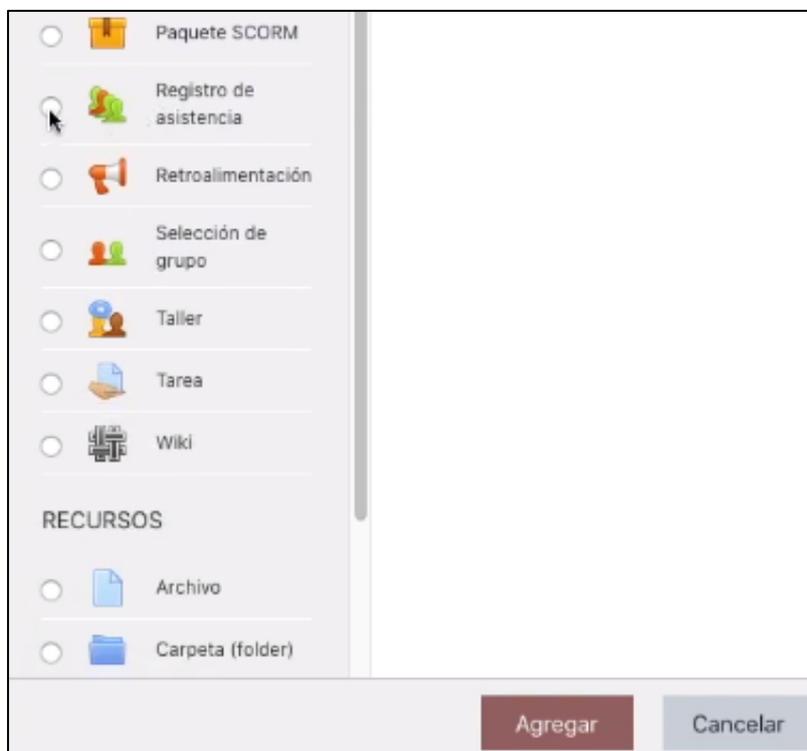
Figura 124.*Registrar asistencia*

Figura 125.*Registrar asistencia*

Agregando un nuevo Registro de asistencia Expandir todo

General

Nombre Registro de asistencia

Descripción

Mostrar descripción en la página del curso

Calificación

Calificación

Tipo Puntaje

Calificación máxima 100

Categoría de calificación Sin categorizar

Calificación aprobatoria

Figura 126.*Registrar asistencia*

Añadir sesión

Tipo Todos los estudiantes

Fecha 11 mayo 2020

Hora desde: 15 00 hasta: 17 00

Descripción

Crear evento de calendario para sesión

Sesiones múltiples

Grabación del estudiante

Calificación automática Deshabilitado

Mostrar más...

Añadir **Cancelar**

Figura 127.*Registrar asistencia*

Sesiones					
Añadir sesión Reporte Exportar Estatus configurado Usuarios temporales					
Todos <input type="button" value="Todos los pasados"/> <input type="button" value="Meses"/> <input type="button" value="Semanas"/> <input type="button" value="Días"/>					
#	Fecha	Hora	Tipo	Descripción	Acciones
1	lun 11 may 2020	3PM - 5PM	Todos los estudiantes	Sesión de clase regular	<input type="checkbox"/>
2	mié 13 may 2020	3PM - 5PM	Todos los estudiantes	Sesión de clase regular	<input type="checkbox"/>
3	lun 18 may 2020	3PM - 5PM	Todos los estudiantes	Sesión de clase regular	<input type="checkbox"/>
4	mié 20 may 2020	3PM - 5PM	Todos los estudiantes	Sesión de clase regular	<input type="checkbox"/>
5	lun 25 may 2020	3PM - 5PM	Todos los estudiantes	Sesión de clase regular	<input type="checkbox"/>
6	mié 27 may 2020	3PM - 5PM	Todos los estudiantes	Sesión de clase regular	<input type="checkbox"/>
7	lun 1 jun 2020	3PM - 5PM	Todos los estudiantes	Sesión de clase regular	<input type="checkbox"/>
8	mié 3 jun 2020	3PM - 5PM	Todos los estudiantes	Sesión de clase regular	<input type="checkbox"/>
9	lun 8 jun 2020	3PM - 5PM	Todos los estudiantes	Sesión de clase regular	<input type="checkbox"/>
10	mié 10 jun 2020	3PM - 5PM	Todos los estudiantes	Sesión de clase regular	<input type="checkbox"/>

Figura 128.*Registrar asistencia*

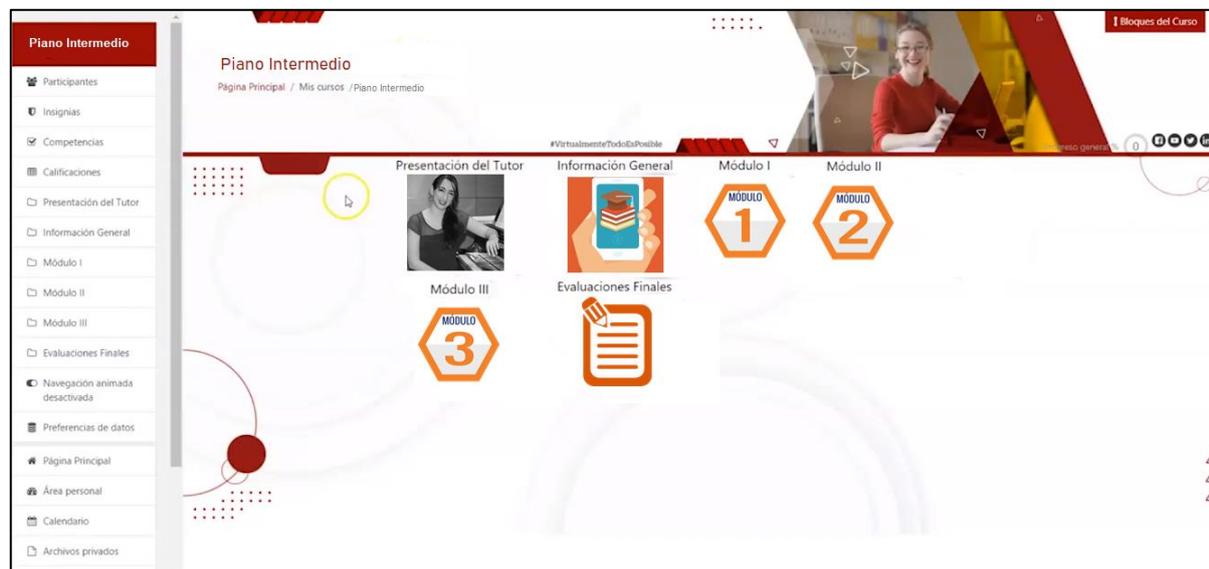
11 de mayo de 2020 3PM - 5PM							
Sesión de clase regular							
Página 1 de 1 Modo de vista Lista ordenada <input type="button" value="v"/>							
50 <input type="button" value="v"/>							
#	Nombre / Apellido(s)	Dirección Email	P	J	R	F	Observaciones
Configurar estatus para <input type="button" value="v"/> todos <input type="button" value="v"/>							
1	Sara Hernández	sara.h@ux.edu.mx	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
2	Sara Hernández	sara.a.hh@hotmail.com	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
<input type="button" value="Guardar asistencia"/>							
Presente = 0 Justificado = 0 Retardo = 0 Falta = 0							

c) Padres de familia

- **Visualización de las clases:** La clases de los alumnos siempre son acompañadas con un adulto responsable; pero además, se tendrá la opción de visualizar todas las clases brindadas en la plataforma. Aquello permitirá que si algún padre de familia no sea el
- adulto responsable que acompañe en las clases en vivo, pueda visualizarlas luego. Así podrán verificar la seguridad con la que se lleva la clase a través de las grabaciones históricas ingresando a su usuario.

Figura 129.

Visualizar los cursos del hijo inscrito

**Figura 130.**

Visualizar videos de las clases online

Start Time	Topic	Meeting ID	Recording
Sat, May 1 (Recurring) 2:30 PM	CLASES DE GUITARRA I HOST - DIANA PRINCIPE	988 7620 2256	Recording Details
Fri, Apr 30 7:00 PM	CLASES DE PIANO INTERMEDIO HOST - LIZBETH CABRERA	997 2154 1122	Recording Details

- **Visualizar la clase modelo de los profesores:** Los padres de familia podrán apreciar la calidad del servicio de los profesores que se encuentran en la plataforma a través de un breve video de 20 minutos.
- **Visualizar el perfil del profesor:** Los padres de familia tendrán acceso a información de perfil que indica los años de experiencia del educador, así como su especialidad.

Figura 131.

Visualizar perfil del profesor y clase model

Presentación de Profesores

#VirtualmenteTodoEsPosible

Alex Young
Profesor de Piano

Phone: 123-456-7890
Email: info@myakez.com
Address: 500 Terry Francois Street, San Francisco, CA 94158
Date of Birth: March 14th, 1984

Músico por la Universidad San Martín de Porres. Experto en guitarra, ukelele, piano, charango e iniciación musical. Productor, compositor, cantante e intérprete. Protagoniza diversos proyectos musicales con los que realiza giras nacionales e internacionales. Ha realizado distintas producciones discográficas y videoclips en colaboración con Sony Music.

Experiencia

June 2025 - April 2026	This is a Job Description. Briefly describe your specific position, including details about important achievements and milestones. Make sure to include relevant skills and highlights, and don't forget to adjust the timeframe in the subtitle.
July 2024 - May 2025	This is a Job Description. Briefly describe your specific position, including details about important achievements and milestones. Make sure to include relevant skills and highlights, and don't forget to adjust

- **Calificaciones:** Los padres de familia podrán visualizar las calificaciones de sus hijos.

Figura 132.

Calificaciones

Ítem de calificación	Peso calculado	Calificación	Rango	Porcentaje	Retroalimentación	Aporta al total del curso
Evaluaciones						
Guitarra I						
Inducción Musical	0-20	-	0-20	-	-	-
Técnicas de Instrumento Musical	0-20	-	0-20	-	-	-
Tarea 1	0-20	-	0-20	-	-	-
Total Media de calificaciones.	0-20	-	0-20	-	-	-

- **Encuestas de satisfacción:** Los padres de familia tendrán la opción de colocar sus apreciaciones en la encuesta mensual.

Figura 133.*Encuestas de satisfacción a padres de familia*

Relevancia						
Respuestas	Aún no se ha dado respuesta	Casi nunca	Rara vez	Alguna vez	A menudo	Casi siempre
En esta unidad en línea...						
1 mi aprendizaje se centra en asuntos que me interesan.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2 lo que aprendo es importante para mi práctica profesional.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3 aprendo cómo mejorar mi práctica profesional.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4 lo que aprendo tiene relación con mi práctica profesional	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pensamiento reflexivo						
Respuestas	Aún no se ha dado respuesta	Casi nunca	Rara vez	Alguna vez	A menudo	Casi siempre
En esta unidad en línea...						
5 Pienso críticamente sobre cómo aprendo.	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

- **Visualizar Horario de clases:** Los padres de familia podrán visualizar el horario de clases del alumno.

Figura 134.*Horario*

The screenshot shows the 'Aula Virtual' interface. The top navigation bar includes 'Página Principal', 'Área personal', 'Calendario', 'Archivos privados', 'Mis cursos', 'Guitarra I', 'Piano Intermedio', and 'Canto Básico'. The main content area displays the 'Calendario' for December 2020, with a filter set to 'Todos los cursos'. The calendar grid shows dates from 1 to 31, with events scheduled for the 2nd, 3rd, and 4th. The right sidebar contains a 'Clave de eventos' section with filters for 'Ocultar eventos de sitio', 'Ocultar eventos de categoría', 'Ocultar eventos de curso', 'Ocultar eventos de grupo', and 'Ocultar eventos de usuario'. Below this is a 'Vista del Mes' section showing a monthly overview for November 2020 and December 2020.

- **Asistencia:** Los padres podrán visualizar la asistencia a clases del alumno.

Figura 135.

Asistencia

Tablero / Mis cursos / TMI / General / Registro de asistencia / Reporte de asistencia

Este curso

Todos

Fecha	Descripción	Estatus	Puntos	Observaciones
lun 11 may 2020 3PM - 5PM	Sesión de clase regular	?	? / 1	
mié 13 may 2020 5PM - 7PM	Sesión de clase regular	?	? / 1	
lun 18 may 2020 3PM - 5PM	Sesión de clase regular	?	? / 1	
mié 20 may 2020 5PM - 7PM	Sesión de clase regular	?	? / 1	
lun 25 may 2020 3PM - 5PM	Sesión de clase regular	?	? / 1	
mié 27 may 2020 5PM - 7PM	Sesión de clase regular	?	? / 1	

- **Visualizar Perfil del padre de familia responsable:** Se tendrá la opción de colocar datos del responsable del alumno.

Figura 136.

Perfil padre de familia

Andres Salas

Andres Salas

Detalles de usuario

[Editar perfil](#)

Dirección de correo
andres@gmail.com

País
Perú

Ciudad
Lima

Miscelánea

Entradas del blog
Mensajes en foros
Foros de discusión
Planes de aprendizaje

Informes

d) **Administrador:** El administrador será la persona destinada de ejecutar las siguientes funciones:

Gestión de los cursos y alumnos del centro: el sistema tendrá que llevar a cabo una serie de gestiones necesarias para que pueda funcionar.

Estas gestiones serán las siguientes:

- **Configuración de portada:** El administrador tiene opción de realizar configuraciones en la portada del aula virtual. Así la escuela decidirá como desea que se muestren los cursos y las novedades para los usuarios que ya ingresaron y para los que todavía no han ingresado. Esto podrá cambiarse después en cualquier momento.

Figura 137.

Configuración portada

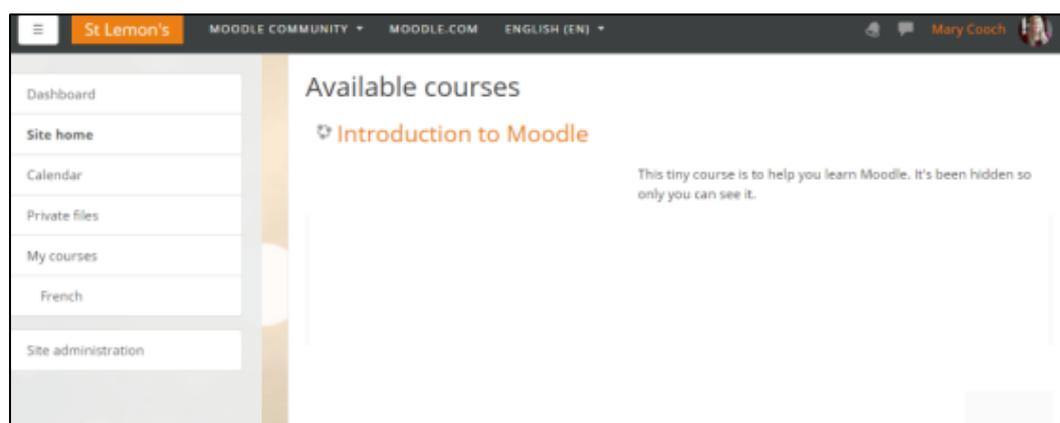
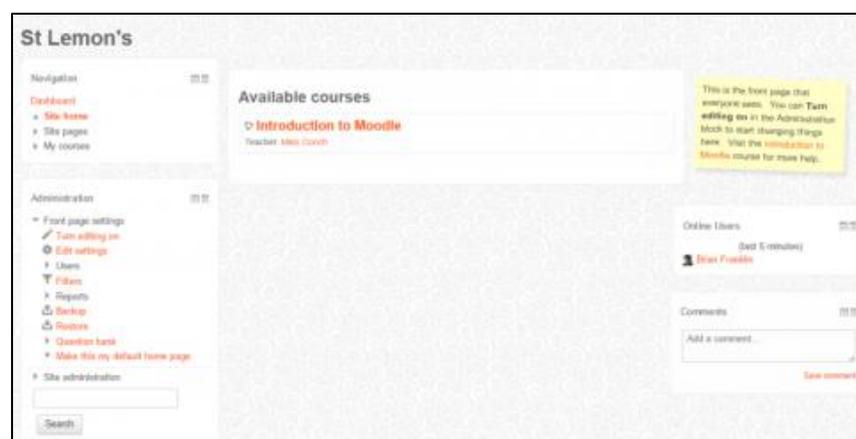


Figura 138.

Configuración portada



- **Añadir cursos:** El administrador podrá añadir un curso nuevo al hacer click en el botón para 'Añadir un curso nuevo' en la página de la Portada o mediante los enlaces para Gestionar cursos y Categorías en el área de Cursos de la Administración del sitio.

Figura 139.

Añadir cursos

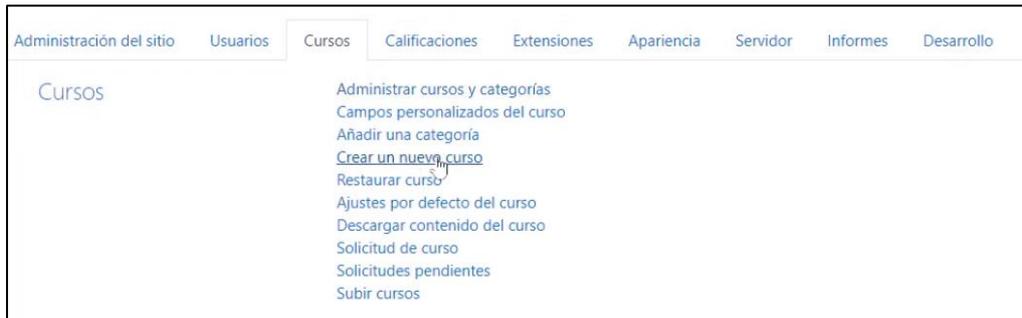


Figura 140.

Añadir cursos

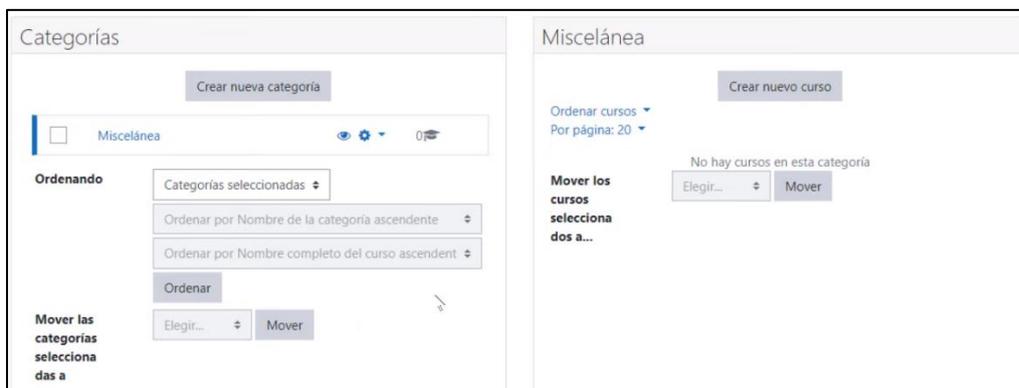


Figura 141.

Añadir curso

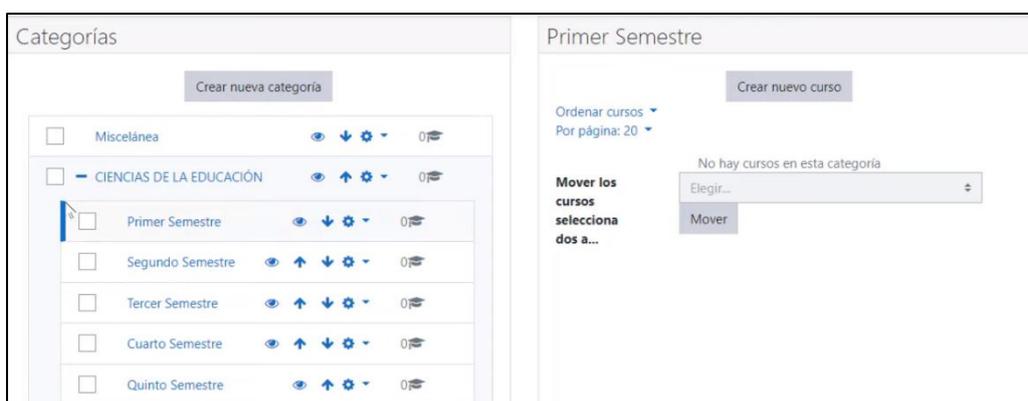


Figura 142.*Añadir cursos*

13	✓	30	Dehum	Desarrollo humano	Curso creado
14	✓	31	Cosmofilo	Cosmovisiones filosóficas y educativas	Curso creado
15	✓	32	Prod3	Producción de recursos 3	Curso creado
16	✓	33	Labinv	Laboratorio de investigación etnográfica	Curso creado
17	✓	34	Anted	Antropología de la educación	Curso creado

- Total de cursos: 17
- Cursos creados: 17
- Cursos actualizados: 0
- Cursos eliminados: 0
- Cursos con errores: 0

[Continuar](#)

- **Crear un nuevo usuario:** El administrador es el encargado de crear los usuarios de los estudiantes, profesores y padres de familia. También el administrador puede ejecutar una subida masiva de usuarios solo debe tener un archivo de Excel con los datos principales: Username, firstname, lastname, e-mail y contraseña. El archivo deberá subirse en el tipo CSV UTF-8.

Figura 143.*Crear usuarios*

Administración del sitio	Usuarios	Cursos	Calificaciones	Extensiones	Apariencia	Servidor
Informes	Desarrollo					
Usuarios						
Cuentas						
Examinar lista de usuarios Acciones de usuario masivas Crear un nuevo usuario Gestión de usuarios Preferencias predeterminadas del usuario Campos de perfil del usuario Cohortes Subir usuarios Subir imágenes de los usuarios						

Figura 144.*Crear usuarios*

General

Nombre de usuario ?

Escoger un método de identificación: ?

Cuenta de usuario suspendida ?

Generar contraseña y notificar al usuario

La contraseña debería tener al menos 8 caracter(es), al menos 1 dígito(s), al menos 1 minúscula(s), al menos 1 mayúscula(s), al menos 1 caracter(es) no alfanuméricos como *,-, o #

Nueva contraseña ? 👁

Pulsa enter para guardar los cambios

Forzar cambio de contraseña ?

Nombre !

- **Permisos:** El administrador definirá los roles para cada usuario, ya sea alumno, profesor o padre de familia. El administrador podrá editar las políticas de usuario, asignar roles, informe de permisos, etc.

Figura 145.*Crear usuarios*

Permisos

- [Políticas del usuario](#)
- [Administradores del sitio](#)
- [Definir roles](#)
- [Asignar roles globales](#)
- [Comprobar los permisos del sistema](#)
- [Asignaciones de rol no permitidas](#)
- [Asignar roles de usuario a cohorte](#)
- [Informe de permisos](#)

Figura 146.*Políticas de usuarios*

Políticas del usuario

Rol de los visitantes notloggedinroleid Valor por defecto: Invitado (guest)

Los usuarios que no están identificados en el sitio serán tratados como si tuvieran este rol en el contexto del sitio. 'Invitado' es aquí casi siempre lo que usted quiera, pero quizás desee crear roles que sean más o menos restrictivos. Cosas como colorar mensajes requieren aún que el usuario se autentifique adecuadamente.

Rol para invitado guestroleid Valor por defecto: Invitado (guest)

Este rol se le asigna automáticamente a los invitados. También se asigna, temporalmente, por medio del plugin de matriculación de invitados a los usuarios que no están inscritos en un curso.

Rol por defecto de todos los usuarios defaultuserroleid Valor por defecto: Usuario identificado (user)

A todos los usuarios identificados se les asignarán los permisos del rol que usted especifique aquí, en el nivel del sitio, ADEMÁS de cualesquiera otros roles que puedan tener. El rol por defecto es el de Usuario identificado. Adverta que esto no entrará en conflicto con otros roles que tengan a menos que prohíba permisos. Simplemente asegure que todos los usuarios tengan permisos que no son

Figura 147.*Definir roles*

Gestor	Los gestores pueden acceder a los cursos y modificarlos, por lo general no participan en los cursos.	manager	↓ ⚙️ 🗑️
Creador de curso	Los creadores de cursos pueden crear nuevos cursos.	coursecreator	↑ ↓ ⚙️ 🗑️
Profesor	Los profesores pueden realizar cualquier acción dentro de un curso, incluyendo cambiar actividades y calificar a los estudiantes.	editingteacher	↑ ↓ ⚙️ 🗑️
Profesor sin permiso de edición	Los profesores sin permiso de edición pueden enseñar en los cursos y calificar a los estudiantes, pero no pueden modificar las actividades.	teacher	↑ ↓ ⚙️ 🗑️
Estudiante	Los estudiantes tienen por lo general menos privilegios dentro de un curso.	student	↑ ↓ ⚙️ 🗑️
Invitado	Los invitados tienen privilegios mínimos y normalmente no están autorizados para escribir.	guest	↑ ↓ ⚙️ 🗑️
Usuario identificado	Todos los usuarios identificados.	user	↑ ↓ ⚙️ 🗑️

Figura 148.*Definir roles*

Editando el rol 'Gestor' ?

Nombre corto ?

Nombre completo personalizado ?

Descripción personalizada ?

I

Arquetipo de rol ?

Figura 149.*Definir roles*

Capacidad	Permiso  Riesgos
Bloque: Marcas del administrador	
Añadir un nuevo bloque de marcas del administrador al Área personal block/admin_bookmarks:myaddinstance	<input type="checkbox"/> Permitir
Bloque: Insignias recientes	
Añadir un nuevo bloque Mis últimas insignias al Área personal block/badges:myaddinstance	<input type="checkbox"/> Permitir 
Bloque: Calendario	
Añadir un nuevo bloque de calendario al Área personal block/calendar_month:myaddinstance	<input type="checkbox"/> Permitir
Bloque: Eventos próximos	
Añadir un nuevo bloque de eventos próximos al Área Personal block/calendar_upcoming:myaddinstance	<input type="checkbox"/> Permitir
Bloque: Comentarios	
Añadir un nuevo bloque de comentarios al Área Personal block/comments:myaddinstance	<input type="checkbox"/> Permitir
Bloque: Cursos	
Añadir un nuevo bloque de lista de cursos al Área Personal block/course_list:myaddinstance	<input type="checkbox"/> Permitir
Bloque: Búsqueda global	
Añadir nuevo bloque de búsqueda global al Área Personal block/globalsearch:myaddinstance	<input type="checkbox"/> Permitir

Figura 150.*Definir roles*

Seleccionar un usuario

Virginia Castillo (virginia@gmail.com)

Albert Catala (albert@gmail.com)

Joan Cisa (joan@gmail.com)

Cristina Codinachs (cristina@gmail.com)

Oliver Cruz (oliver@gmail.com)

Adriana Culleres (adriana@gmail.com)

Susana Días (susana@gmail.com)

María Fernández (maria@gmail.com)

Gemma Figueroa (gemma@gmail.com)

Eric Figuls (eric@gmail.com)

Mario Flores (mario@gmail.com)

Jordina Fontanet (jordina@gmail.com)

Toni Franch (toni@gmail.com)

Yoney Gallardo (yoney@gmail.com)

Silvia Galobart (silvia@gmail.com)

Aran Garcia (aran@gmail.com)

Javier Garcia (javier@gmail.com)

Raquel García (raquel@gmail.com)

Genesis Garrido (genesis@gmail.com)

Mireia Garrigassait (mireia@gmail.com)

Daniel Garzón (daniel@gmail.com)

Buscar Limpiar Opciones de búsqueda ▶

[Mostrar los permisos de este usuario](#)

- **Asociar y desasociar alumnos a un curso:** El administrador podrá adicionar a los alumnos correspondientes al curso.

Figura 151.*Asociar y desasociar alumnos al curso*

The screenshot displays a user management interface with two main panels: 'Usuarios actuales' (Current Users) and 'Usuarios potenciales' (Potential Users). The 'Usuarios actuales' panel lists 19 users, while the 'Usuarios potenciales' panel lists 81 users. Between the panels are 'Agregar' (Add) and 'Quitar' (Remove) buttons. Search bars and a 'Limpiar' (Clear) button are located at the bottom of each panel.

Usuarios actuales (19)

- Marian Abril (marianito@gmail.com)
- Antony Acuña (antony@gmail.com)
- Alba Aguilar (alba@gmail.com)
- Aleix Aguilar (aleix@gmail.com)
- Ferran Aguilar (ferran@gmail.com)
- Dimas Aguilera (dimas@gmail.com)
- Agustín Alis (agustin@gmail.com)
- Alejandro Aloy (alejandro@gmail.com)
- Miquel Alsina (miguel@gmail.com)
- David Alvarado (david@gmail.com)
- Milton Álvarez (milton@gmail.com)
- Robert Amic (robert@gmail.com)
- Josep Anguera (josep@gmail.com)
- Mirela Armencot (mirela@gmail.com)
- Carlos Armenteros (carlos@gmail.com)
- Estefania Arocas (estefania@gmail.com)
- Carla Asensio (carla@gmail.com)
- Natalia Avila (natalia@gmail.com)
- Jesus Ayala (jesus@gmail.com)

Usuarios potenciales (81)

- Joan Ayala (joanayala@gmail.com)
- Julio Bajona (juliobajona@gmail.com)
- Mariona Barriga (mariona@gmail.com)
- Esteban Bautista (esteban@gmail.com)
- Christian Belmonte (cristian@gmail.com)
- Xavier Benites (xavier@gmail.com)
- Damian Benitez (damian@gmail.com)
- Ramón Blanco (ramon@gmail.com)
- Virginia Castillo (virginia@gmail.com)
- Albert Catala (albert@gmail.com)
- Joan Cisa (joan@gmail.com)
- Cristina Codinachs (cristina@gmail.com)
- Oliver Cruz (oliver@gmail.com)
- Adriana Culleres (adriana@gmail.com)
- Susana Dias (susana@gmail.com)
- María Fernández (maria@gmail.com)
- Gemma Figueroa (gemma@gmail.com)
- Eric Figuls (eric@gmail.com)
- Maria Flores (maria@gmail.com)

Buttons: **Agregar**, **Quitar**

Search: **Buscar**

6.2.2 Programa de Producción

Tabla 94.

Programa de producción mensual por cursos - contratos

Año		2022												
		12%	11%	9%	7%	8%	8%	8%	8%	7%	7%	7%	8%	
MES	%	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	TOTAL
TOTAL	4,570													
Guitarra	38.20%	202	191	160	122	133	137	140	135	131	131	131	133	1746
Piano	26.97%	143	135	113	86	94	97	99	95	92	92	92	94	1232
Violín	14.04%	74	70	59	45	49	51	51	50	48	48	48	49	642
Canto	20.79%	110	104	87	66	72	75	76	74	71	71	71	72	950
Total	100.00%	530	500	418	319	348	360	366	354	342	342	342	348	4570

Año		2023												
		12%	11%	9%	7%	8%	8%	8%	8%	7%	7%	7%	8%	
MES	%	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	TOTAL
TOTAL	4,759													
Guitarra	38.20%	211	199	166	127	138	143	145	141	136	136	136	138	1818
Piano	26.97%	149	141	118	90	98	101	103	99	96	96	96	98	1283
Violín	14.04%	77	73	61	47	51	53	53	52	50	50	50	51	668
Canto	20.79%	115	108	91	69	75	78	79	77	74	74	74	75	989
Total	100.00%	552	521	436	332	363	375	381	369	356	356	356	363	4759

Año	2024													
	12%	11%	9%	7%	8%	8%	8%	8%	8%	7%	7%	7%	8%	
MES	%	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	TOTAL
TOTAL	4,962													
Guitarra	38.20%	220	208	174	132	144	149	152	147	142	142	142	144	1896
Piano	26.97%	155	147	123	93	102	105	107	104	100	100	100	102	1338
Violín	14.04%	81	76	64	49	53	55	56	54	52	52	52	53	697
Canto	20.79%	120	113	94	72	79	81	83	80	77	77	77	79	1031
Total	100.00%	575	543	454	346	378	391	397	384	372	372	372	378	4962

Año	2025													
	12%	11%	9%	7%	8%	8%	8%	8%	8%	7%	7%	7%	8%	
MES	%	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	TOTAL
TOTAL	5,180													
Guitarra	38.20%	229	217	181	138	151	156	158	153	148	148	148	151	1979
Piano	26.97%	162	153	128	97	106	110	112	108	105	105	105	106	1397
Violín	14.04%	84	80	67	51	55	57	58	56	54	54	54	55	728
Canto	20.79%	125	118	99	75	82	85	86	83	81	81	81	82	1077
Total	100.00%	600	567	474	361	395	408	415	401	388	388	388	395	5180

Año	2026													
	12%	11%	9%	7%	8%	8%	8%	8%	8%	7%	7%	7%	8%	
MES	%	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	TOTAL
TOTAL	5,415													
Guitarra	38.20%	240	227	189	144	158	163	166	160	155	155	155	158	2069
Piano	26.97%	169	160	134	102	111	115	117	113	109	109	109	111	1460
Violín	14.04%	88	83	70	53	58	60	61	59	57	57	57	58	761
Canto	20.79%	130	123	103	79	86	89	90	87	84	84	84	86	1126
Total	100.00%	628	593	496	378	412	426	433	419	406	406	406	412	5415

6.2.3. *Requerimiento de Mano de Obra directa*

El recurso humano es un elemento muy importante al momento de ofertar los servicios de la Escuela de música. Actualmente, Perú cuenta con diversas opciones de estudios superiores nivel musical, no solo la Universidad Nacional de Música (ex conservatorio), sino también diversas universidades privadas del Perú, han integrado a la música como una carrera universitaria.

Para determinar la cantidad del recurso humano necesario es preciso considerar los siguientes aspectos:

La cantidad del personal varía en función de la demanda existente de los servicios que se ofrecen (profesores).

Tabla 95.

Requerimiento Mano de Obra del 2022 al 2026

Año	Meses Vacaciones	Meses Escolares
2022	5 profesores R. Honorarios	8 profesores de part time
2023	5 profesores R. Honorarios	8 profesores de part time
2024	5 profesores R. Honorarios	8 profesores de part time
2025	6 profesores R. Honorarios	9 profesores de part time
2026	6 profesores R. Honorarios	9 profesores de part time

Nota: Elaboración Propia

6.3 Tecnología para el proceso

6.3.1 Maquinarias y Equipos

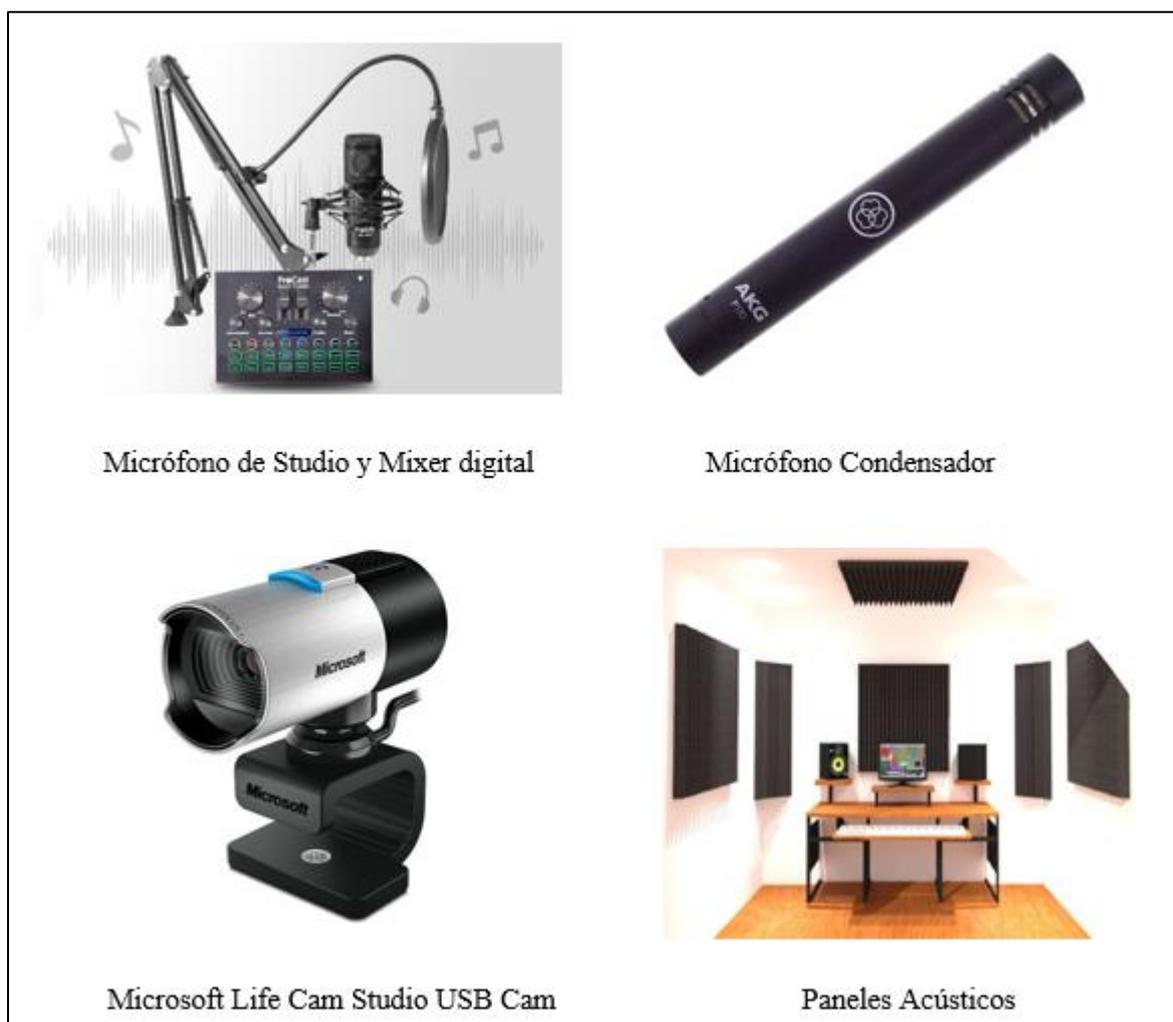
El ambiente de trabajo de los profesores de música debe estar implementado con una serie de equipos de alta calidad, que permitan transmitir de manera óptima sonidos musicales e imagen de video para las clases virtuales, siendo de suma importancia su adquisición.

Los equipos son los siguientes:

Tabla 96.*Maquinarias y Equipos*

Materiales	Unidad de Compra	Valor de Venta	Costo con IGV	IGV	Costo sin IGV
Micrófono de Studio y Mixer digital	1	S/399	S/399	S/60.86	S/338.14
Micrófono Condensador	1	S/275	S/275	S/41.95	S/233.05
Microsoft Life Cam Studio	2	S/322	S/644	S/98	S/545.76
Paneles acústicos	1 juego de 4mt2	S/519	S/519	S/79.17	S/439.83
Total			S/1,837	S/280.22	S/1,556.78

Nota: Elaboración propia

Figura 152.*Maquinarias y Equipos*

Nota: Elaboración propia

Este listado nos permitirá una excelente calidad de video y sonido. Respecto a los paneles acústicos aislarán la habitación del máximo de ruidos exteriores.

En lo que respecta aplicativos, será necesario que el profesor implemente los siguientes en su laptop o pc, y celular:

- Adobe Reader 9, para lectura de formatos PDF
- Adobe flash player, para reproducción multimedia
- Finale, programa de escritura y edición musical
- Zoom para comunicación de audio y video
- Metromono, para el compás durante las clases

Tabla 97.

Equipos de Oficina

Equipos de oficina	Cantidad	Valor Unitario	Total sin IGV	IGV	Total con IGV
Laptops	7	S/1,440.68	S/10,084.76	S/1,815.26	S/11,900.02
Teléfono	2	S/50.85	S/101.70	S/18.31	S/120.01
Monitor o pantalla	1	S/507.63	S/507.63	S/91.37	S/599.00
Impresora	1	S/1,330.42	S/1,330.42	S/239.48	S/1,569.90

Nota: Elaboración propia

Aquellas estarán en la oficina administrativa del proyecto. Son equipos de oficina necesarios para la jornada laboral.

6.3.2 Herramientas

Se decidió escoger como plataforma virtual Moodle, por las ventajas descritas en capítulos anteriores. Además se decidió integrar zoom a la plataforma Moodle para las clases virtuales. Como la herramienta Moodle es un software libre los expertos nos indican que con el espacio brindado por la empresa Goddady (encargados de brindarnos hosting y dominio), es suficiente para la instalación y para poner en marcha el aula virtual.

En la tabla 98 mostraremos un detalle de las herramientas tecnológicas que son necesarias:

Tabla 98.*Herramientas*

Herramientas	Tiempo	Cantidad	Precio	Valor sin IGV	IGV	Valor con IGV
Configuración y Mantenimiento de Plataforma Moodle Anual	Anual	1	S/1,567.80	S/1,567.80	S/282.20	S/1,850.00
Hosting, Dominio y Correos personalizados	3 Años	1	S/426.81	S/426.81	S/76.83	S/503.64
Desarrollo y Diseño Web Wordpress	Único Pago	1	S/1,271.19	S/1,271.19	S/228.81	S/1,500.00
Licencia zoom	Anual	3	S/470.03	S/1,410.09	S/253.82	S/1,663.91

Nota: Elaboración propia

a) Dominio y Hosting

Proveedor: Godaddy

- Plan Básico con opciones de Upgrade con contrato de 3 años – 36 meses
- Certificado SSL durante el tiempo que dure el hosting (autenticación para que los que visualicen vean que es certificada da confianza).
- Dominio www.doremiescuela.com
- Correo comercial (10 cuentas corporativas)
- “30 GB de almacenamiento”
- Ideal para hasta 25K visitantes mensuales
- Protección con respaldo de sitio web y restauración con un solo clic
- Análisis de malware diario automático

b) Diseño y desarrollo de página web

Proveedor: Espacio Digital

- El servicio incluye diseño propio.
- Contará con 6 páginas.
- El servicio de página web es trabajado bajo el CMS WordPress.

c) Configuración Aula Virtual Moodle

Proveedor: Espacio Digital

- Desarrollo del Aula Virtual
- Incluye soporte de 2do nivel en horario de oficina
- Capacitación al personal sobre la plataforma

d) Licencia Zoom:

Proveedor: Zoom

- Aumente el número de participantes hasta 1000 con el complemento Large Meetings
- Reuniones de grupo ilimitadas
- Transmisión en streaming en redes sociales
- 1 GB para grabación en la nube (por licencia)
- Se decide para empezar con 3 licencias, que irán aumentando conforme crezca la demanda.

6.3.3 Mobiliario

Los profesores brindaran las clases desde su domicilio, por ende el mobiliario a utilizar será en nuestras oficinas Administrativas. Se adquirirá mobiliario para el gerente general, además otro mobiliario en menor tamaño para el área administrativa.

Tabla 99.

Mobiliario

Muebles	Cantidad	Valor Unitario	Total sin IGV	IGV	Total con IGV
Escritorio Gerencial	1	S/719.49	S/719.49	S/129.51	S/849.00
Silla Gerencial	1	S/338.90	S/338.90	S/61.00	S/399.90
Escritorio Pequeño	6	S/185.59	S/1,113.54	S/200.44	S/1,313.98
Silla Giratoria	6	S/169.41	S/1,016.46	S/182.96	S/1,199.42
Archivador	1	S/261.86	S/261.86	S/47.13	S/308.99
Estantes	2	S/168.64	S/337.28	S/60.71	S/397.99

Nota: Elaboración propia

6.3.4 Útiles de Oficina

Tabla 100.

Útiles de Oficina

Útiles de oficina	Cantidad	Valor Unitario	Total sin IGV	IGV	Total con IGV
Hojas Bond A4 500 hojas	1	S/11.53	S/11.53	S/2.07	S/13.60
Lapiceros paquete de 3	3	S/2.63	S/7.88	S/1.42	S/9.30
Huellero dactilar	1	S/3.81	S/3.81	S/0.69	S/4.50
Perforador	1	S/7.46	S/7.46	S/1.34	S/8.80
Engrampador	1	S/10.17	S/10.17	S/1.83	S/12.00
Cajita de grapas x 5000	1	S/2.37	S/2.37	S/0.43	S/2.80
Cajita de clips x 100	1	S/0.93	S/0.93	S/0.17	S/1.10
Liquid paper	7	S/3.14	S/21.95	S/3.95	S/25.90
Notas Adhesivas 500 hojas	7	S/5.85	S/40.93	S/7.37	S/48.30
Carpeta A4	3	S/3.81	S/11.44	S/2.06	S/31.50
Plumones	2	S/1.36	S/2.71	S/0.49	S/3.20
Pizarra acrílica	1	S/44.15	S/44.15	S/7.95	S/52.10
			S/165.34	S/29.76	S/213.10

Nota: Elaboración Propia

6.3.5 Programa de mantenimiento de maquinaria y equipos

El mantenimiento de las maquinarias será ejecutado por parte de los profesores, aquello hace referencia a los instrumentos musicales. Se recomienda 1 vez al año. Referente a los equipos que se acondicionaran en el domicilio del profesor, tienen una vida útil de aproximadamente 8 años. Para los equipos administrativos el mantenimiento lo ejecutara el personal de Analista de soporte a usuario.

Tabla 101.

Mantenimiento de Maquinaria

Materiales	Duración
Micrófono de Studio y Mixer digital	3 a 8 años
Micrófono Condensador	3 a 8 años
Microsoft Life Cam Studio USB Cam	3 a 8 años
Paneles acústicos	Ilimitada

Nota: Elaboración propia

Tabla 102.*Equipos de Oficina*

Equipos de oficina	Duración	Mantenimiento
Laptops	3 años	2 vez al año
Teléfono	3 años	1 vez al año
Monitor o pantalla	3 a 5 años	1 vez al año
Impresora	3 a 5 años	1 vez al año

Nota: Elaboración propia

6.3.6 Programa de reposición de herramientas y utensilios por uso.

La empresa brinda servicios online por ende la tecnología con la que se ejecuta la plataforma y otro aspecto tecnológico no se repone, sino se cambia. A futuro, y si se visualiza un aumento de demanda, procederemos a cambiar otro proveedor de plataforma, por ejemplo Blackboard, o alguna otra herramienta digital que nos pueda brindar más beneficios.

6.3.7 Programa de compras posteriores (durante los años de operación) de maquinarias, equipos, herramientas, utensilios, mobiliario por incremento de ventas.

Realizaremos un resumen de las compras posteriores, durante el año de operaciones (cogeremos el horizonte de 5 años). Se observa una compra de equipos para los profesores en el año 2025 debido al aumento de la demanda.

Tabla 103.*Programa de compras posteriores*

	2022	2023	2024	2025	2026
Micrófono de Studio y Mixer digital				S/676.28	
Micrófono Condensador				S/466.10	
Microsoft Life Cam Studio				S/1,091.52	
Paneles acústicos				S/879.66	
Plataforma Moodle	S/1,850.00	S/1,850.00	S/1,850.00	S/1,850.00	S/1,850.00
Dominio y Hosting				S/503.64	
Zoom	S/1,663.91	S/1,663.91	S/1,663.91	S/1,880.12	S/1,880.12
Total Compra sin IGV	S/3,513.91	S/3,513.91	S/5,070.69	S/7,347.32	S/3,730.12
IGV	S/632.50	S/632.50	S/912.72	S/1,322.52	S/671.42
Total Compra con IGV	S/4,146.41	S/4,146.41	S/4,146.41	S/8,669.84	S/4,401.54

Nota: Elaboración propia

6.4. Localización

6.4.1. Macro localización.

La escuela de música contará con una oficina de representación, donde realizarán sus labores el personal administrativo y de soporte al usuario (alumnos). Para ello, se hará una evaluación de cuatro distritos, con la finalidad de determinar la localización idónea de la oficina.

Figura 153.

Variables Macro Localización

Variables	Peso
Costo de alquiler	0.30
Calidad de fibra óptica	0.25
Cercanía a proveedores	0.20
Permisos municipales	0.15
Avenidas Principales	0.10
Totales	1.00

Figura 154.

Macro Localización Evaluación distritos

Distritos Evaluados							
Santiago de Surco		San Isidro		Jesús María		Miraflores	
Calif	Pond.	Calif	Pond.	Calif	Pond.	Calif	Pond.
10	3	9	2.7	8	2.4	9	2.7
8	2.0	10	2.5	8	2	8	2
9	1.8	8	1.6	7	1.4	7	1.4
8	1.2	8	1.2	8	1.2	9	1.35
8	0.8	9	0.9	10	1	7	0.7
Total	8.8		8.9		8		8.15

Con el estudio de la macro localización obtenemos que el distrito de San Isidro es la primera opción.

6.4.2. *Micro localización.*

De acuerdo a los resultados obtenidos de la macro localización, el distrito más óptimo según las variables es San Isidro.

Figura 155.

Variables Micro Localización

Variables	Peso
Costo de alquiler	0.35
Gasto de acondicionamiento	0.25
Seguridad	0.20
Transporte publico	0.10
Estacionamientos	0.10
Totales	1.00

Tabla 104.

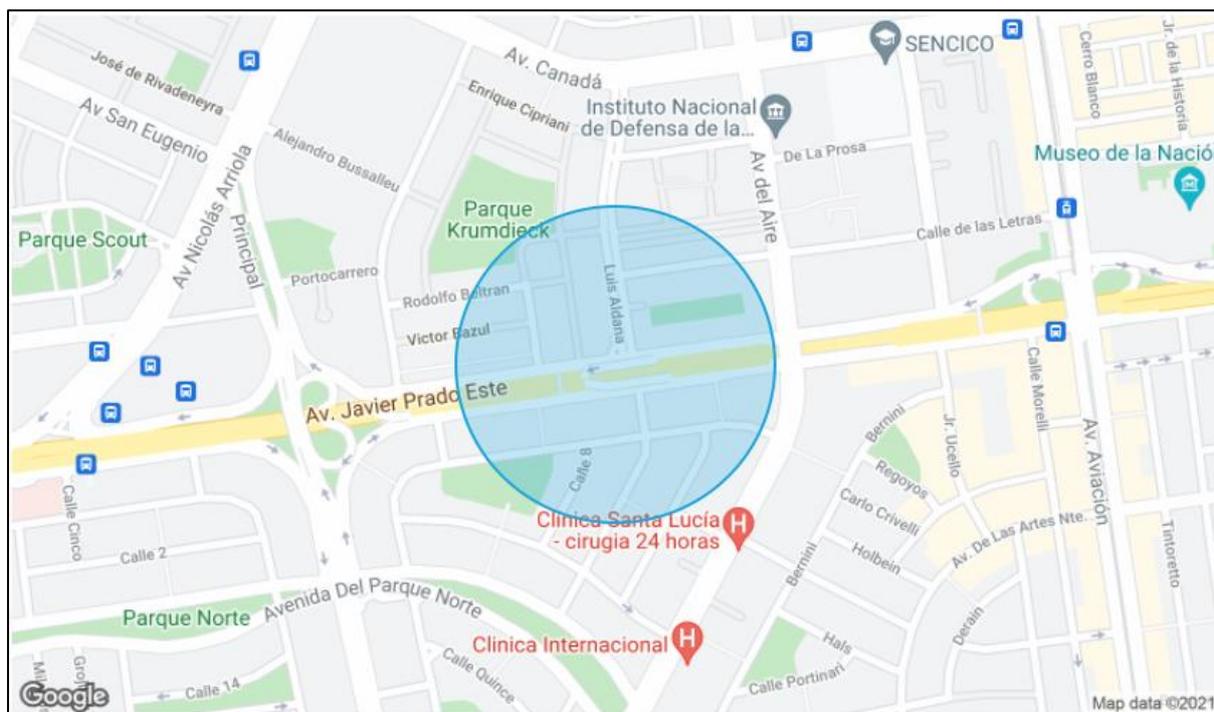
Macro localización Evaluación

Zonas de San Isidro							
R. Angulo		Begonias		Camino Real		Dos de Mayo	
Calif	Pond.	Calif	Pond.	Calif	Pond.	Calif	Pond.
9	3.15	9	3.15	8	2.8	8	2.8
8	2	8	2	9	2.25	9	2.25
9	1.8	9	1.8	9	1.8	8	1.6
8	0.8	8	0.8	8	0.8	8	0.8
8	0.8	7	0.7	6	0.6	6	0.6
Total	8.55		8.45		8.25		8.05

La localización del local administrativo sería en Corpac San Isidro en la misma Avenida Javier Prado Este. La oficina es de 70.5m² en el 3er piso, cuenta con ascensor, piso de parquet, 3 ambientes siendo uno bastante amplio que sería usado para gerencia, el segundo ambiente para los jefes administrativos de operaciones, y el otro para el resto de trabajadores. Además cuenta con 1 baño y dos archiveros empotrados. Balcón con jardinera y vista externa.

Figura 156.

Ubicación en google Maps

**Figura 157.**

Fotos del Local Administrativo



Figura 158.

Fotos del Local Administrativo

**Figura 159.**

Fotos del Local Administrativo

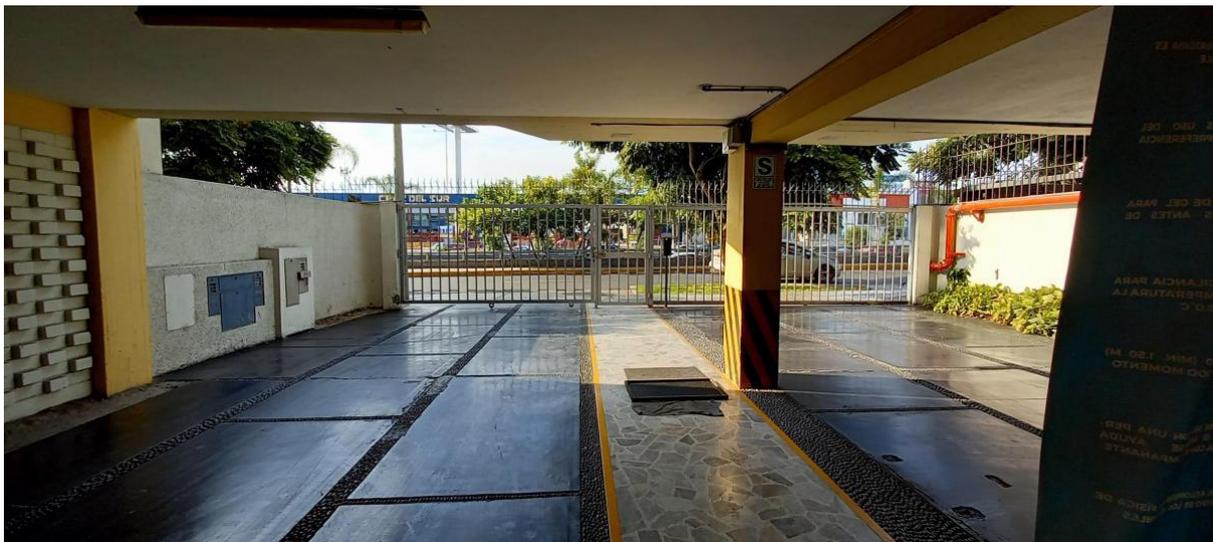


Figura 160.

Fotos del Local Administrativo

**Figura 161.**

Fotos del Local Administrativo



6.4.3. Gastos de adecuación.

Tabla 105.

Gastos de adecuación

Descripción	Cant.	Valor Unitario	Costo sin IGV	IGV	Costo con IGV
Luminarias	1	S/169.49	S/169.49	S/30.51	S/200.00
Láminas de protección	3	S/75.42	S/226.26	S/40.73	S/266.99
Trabajos de instalación	1	S/254.24	S/254.24	S/45.76	S/300.00
Total			S/649.99	S/117.00	S/766.99

6.4.4. Gastos de servicios.

Tabla 106.

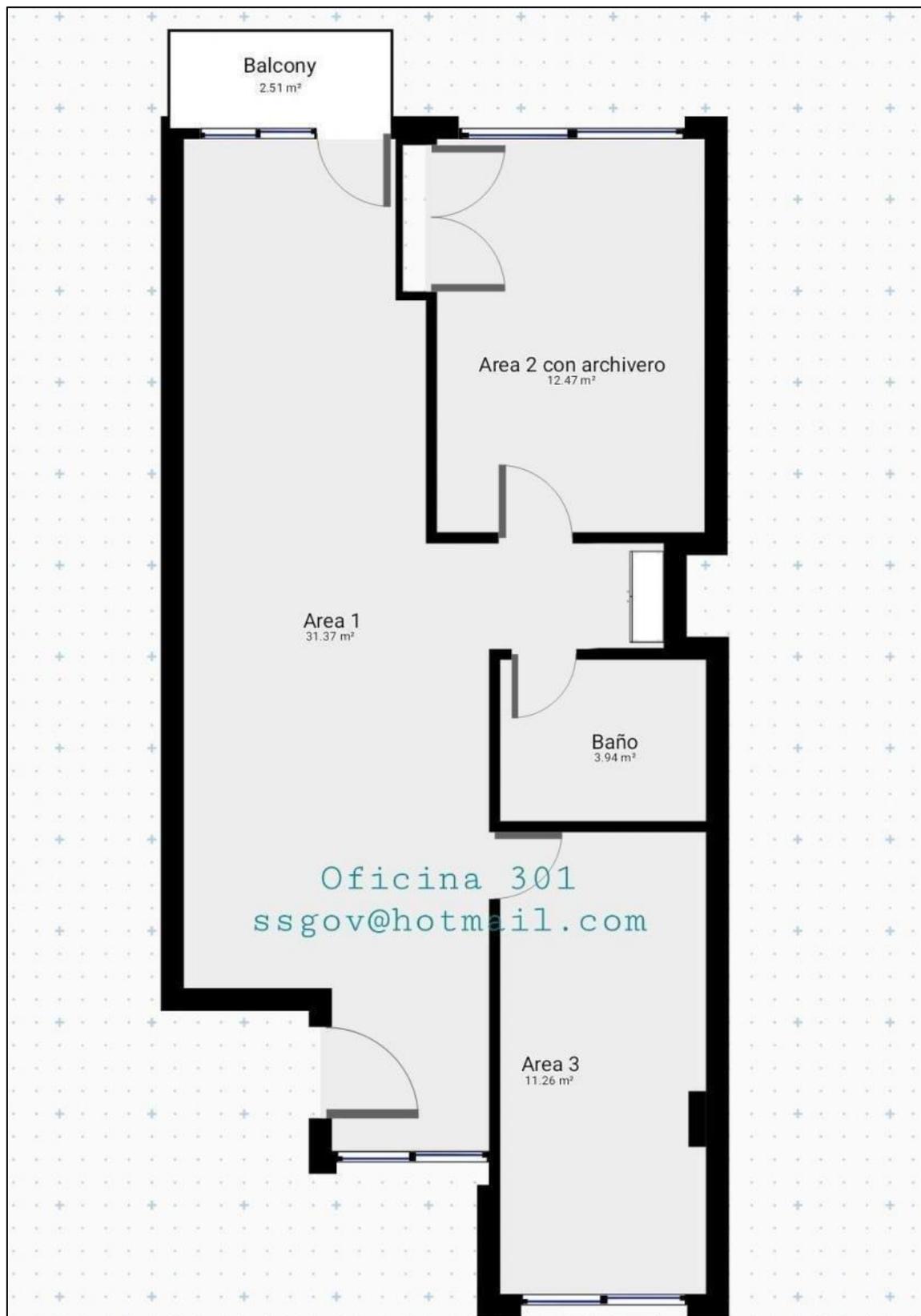
Gastos de Servicios

Servicios	2022	2023	2024	2025	2026
Servicio de Alquiler	S/12,800.00	S/12,800.00	S/12,800.00	S/12,800.00	S/12,800.00
Energía Eléctrica	S/1,084.75	S/1,084.75	S/1,084.75	S/1,084.75	S/1,084.75
Agua	S/372.88	S/372.88	S/372.88	S/372.88	S/372.88
Servicio de Telefonía + Internet	S/677.97	S/677.97	S/677.97	S/677.97	S/677.97
Total sin Igv	S/14,935.59	S/14,935.59	S/14,935.59	S/14,935.59	S/14,935.59
IGV	S/2,688.41	S/2,688.41	S/2,688.41	S/2,688.41	S/2,688.41
Total con Igv	S/17,624.00	S/17,624.00	S/17,624.00	S/17,624.00	S/17,624.00

6.4.5. Plano del centro de operaciones.

Figura 162.

Plano



6.4.6. Descripción del centro de operaciones.

El local administrativo de la empresa DO RE MI escuela de música, ha de desarrollarse en un ambiente adecuado. En la figura 162: “plano”, se muestra la distribución de los espacios y que se detallan a continuación.

El área 2 será la oficina del gerente general, y en el área 1 estarán todo el resto de trabajadores administrativos. El área 3 será un pequeño comedor para que los trabajadores puedan almorzar con tranquilidad.

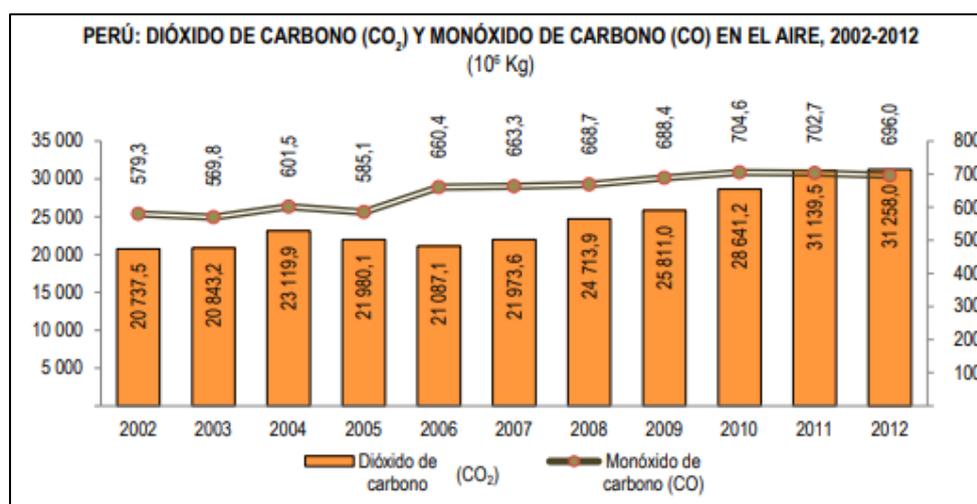
6.5. Responsabilidad social frente al entorno

6.5.1. Impacto ambiental.

DOREMI SAC, es una escuela de música que impartirá clases de forma online, por tanto, sus alumnos no tendrán la necesidad de movilizarse en auto, de esta manera indirectamente la empresa contribuye al medio ambiente en la reducción de monóxido de carbono, entre otras emisiones generadas por vehículos automotores, las cuales tienen un impacto negativo en la salud pública.

Figura 163.

Niveles de Contaminación



Nota: Las emisiones han sido estimadas a partir del consumo de combustibles por sectores a nivel nacional

La escuela de música DO RE MI, al ser un servicio virtual no genera residuos sólidos o emisiones que impacten negativamente sobre el ambiente, y las actividades propias como el consumo de energía eléctrica sería reducido por el tipo de servicio. Esto desencadena en un impacto positivo directo para el medio ambiente.

En el ámbito de los impactos controlados, se educara al personal sobre cuidado del medio ambiente, para lo cual se ha dispuesto una forma de reciclaje a través de tachos de color de la siguiente manera:

- Tacho color azul para papel y cartón.
- Tacho color verde para vidrios y plásticos.
- Tacho color rojo para plásticos.
- Tacho Amarillo para metal.

Figura 164.

Iniciativas Cuidado medio Ambiente



6.5.2. Con los trabajadores.

La escuela de música DOREMI, considera a sus trabajadores parte fundamental del negocio, respetando sus derechos laborales según ley, la empresa además invertirá en pequeñas celebraciones de fechas importantes y de integración.

Además, se invertirá en capacitaciones para que el servicio brindado sea el más eficiente. Mostramos un detalle de los gastos que tendrá la empresa para cubrir este punto:

Tabla 107.

Responsabilidad Social

Responsabilidad Social	Cantidad	Precio	2022	Cantidad	Precio	2023	Cantidad	Precio	2024
Eventos de Integración de Trabajadores	16	S/. 25.42	S/. 406.72	16	S/25.42	S/406.78	17	S/25.42	S/432.20
Compartir Navideño	16	S/25.42	S/406.78	16	S/25.42	S/406.78	17	S/25.42	S/432.20
Celebración de Cumpleaños	16	S/25.42	S/406.78	16	S/25.42	S/406.78	17	S/25.42	S/432.20
Celebración día de la Madre y Padre	16	S/25.42	S/406.78	16	S/25.42	S/406.78	17	S/25.42	S/432.20
Celebración día del Trabajador	16	S/25.42	S/406.78	16	S/25.42	S/406.78	17	S/25.42	S/432.20
Canasta Navideña por persona	16	S/25.42	S/406.78	16	S/25.42	S/406.78	17	S/25.42	S/432.20
Celebración Fin de Año	16	S/93.22	S/1,491.53	16	S/93.22	S/1,491.53	17	S/93.22	S/1,584.75
Capacitaciones para Profesores	16	S/25.42	S/406.78	16	S/25.42	S/406.78	17	S/25.42	S/432.20
Total Responsabilidad Social sin IGV	9	S/347.46	S/3,127.12	9	S/347.46	S/3,127.12	10	S/347.46	S/3,474.58
IGV	2	S/1,271.18	S/2,542.36	2	S/1,271.18	S/2,542.36	2	S/1,271.18	S/2,542.36
Total Responsabilidad Social con IGV			S/9,601.68			S/9,601.68			S/10,194.90

Responsabilidad Social	Cantidad	Precio	2025	Cantidad	Precio	2026
Eventos de Integración de Trabajadores	18	S/25.42	S/457.63	18	S/25.42	S/457.63
Compartir Navideño	18	S/25.42	S/457.63	18	S/25.42	S/457.63
Celebración de Cumpleaños	18	S/25.42	S/457.63	18	S/25.42	S/457.63
Celebración día de la Madre y Padre	18	S/25.42	S/457.63	18	S/25.42	S/457.63
Celebración día del Trabajador	18	S/25.42	S/457.63	18	S/25.42	S/457.63
Canasta Navideña por persona	18	S/25.42	S/457.63	18	S/25.42	S/457.63
Celebración Fin de Año	18	S/93.22	S/1,677.97	18	S/93.22	S/1,677.97
Capacitaciones para Profesores	18	S/25.42	S/457.63	18	S/25.42	S/457.63
Total Responsabilidad Social sin IGV	11	S/347.46	S/3,822.03	11	S/347.46	S/3,822.03
IGV	2	S/1,271.18	S/2,542.36	2	S/1,271.18	S/2,542.36
Total Responsabilidad Social con IGV			S/10,788.12			S/10,788.12

6.5.3. Con la comunidad.

La empresa se siente comprometido con la comunidad, por ello se creará el programa “Creciendo con la Música”, que consistirá en la entrega de una beca integral durante todo un año para aquellos niños de menos recursos y que manifiesten ciertas habilidades para la música. Además, de la mano de los municipios se realizará campañas de difusión sobre la importancia y los beneficios de la música en nuestros niños y adolescente, mediante presentaciones online de instrumentos y canto, en la que podamos incentivar a más personas a acercarse a este arte musical.

Figura 165.

Campaña “Creciendo con la Música”

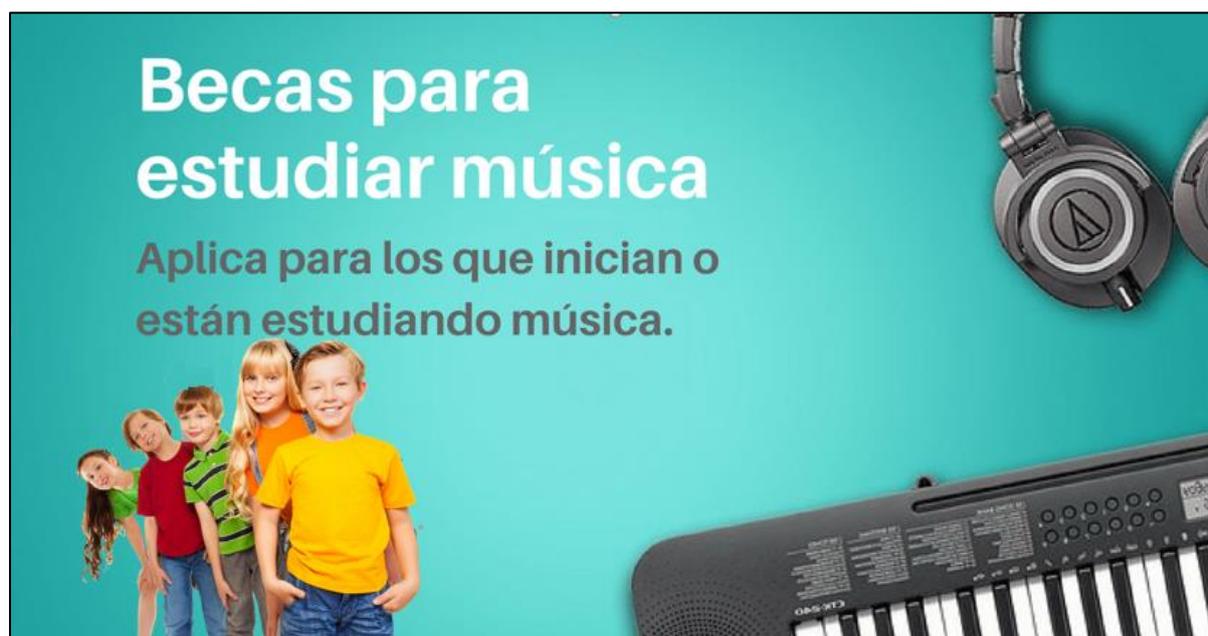


Tabla 108.

Responsabilidad Social con la Comunidad

Responsabilidad Social	Cantidad	Precio	Por Año
Proyecto Social Beca Talentos	2	S/1,271.18	S/2,542.36
Total Responsabilidad Social sin IGV			S/2,542.36
IGV			S/457.62
Total Responsabilidad Social con IGV			S/2,999.98

Nota: Elaboración propia

Capítulo VII: Estudio económico y financiero

7.1. Inversiones

7.1.1. Inversión en Activo Fijo Depreciable.

En la inversión de los activos fijos tangible, estamos considerando todos los equipos, mobiliarios y herramientas, necesarios para el área de operaciones (profesores de música), indispensables para dar sus clases en óptimas condiciones y también para nuestra área administrativa y de ventas en el cumplimiento de sus funciones en las operaciones de nuestro proyecto.

Tabla 109.

Inversión Activo Fijo Operaciones

INVERSION EN ACTIVOS FIJOS AÑO 0						
Descripción	Unidad de Compra	Cantidad	Costo Unitario S/	Total Costo (sin IGV)	IGV 18%	Total Costo (con IGV)
Micrófono de Studio y Mixer digital	Unidad	13	338.14	4,395.82	791.25	5,187.07
Micrófono Condensador	Unidad	13	233.05	3,029.65	545.34	3,574.99
Microsoft Life Cam Studio	Unidad	26	272.88	7,094.88	1,277.08	8,371.96
Paneles acústicos	1 juego de 4mt2	13	439.83	5,717.79	1,029.20	6,746.99
Total Activo Fijo Operaciones				20,238.14	3,642.87	23,881.01

Tabla 110.*Inversión Activo Fijo Administración*

INVERSION EN ACTIVOS FIJOS AÑO 0						
Descripción	Unidad de Compra	Cantidad	Costo Unitario S/	Total Costo (sin IGV)	IGV 18%	Total Costo (con IGV)
Escritorio pequeño	Unidad	6	185.59	1,113.54	200.44	1,313.98
Silla giratoria	Unidad	6	169.41	1,016.46	182.96	1,199.42
Laptops	Unidad	6	1,440.68	8,644.08	1,555.93	10,200.01
Impresora	Unidad	1	1,330.42	1,330.42	239.48	1,569.90
TOTAL ACTIVO FIJO ADMINISTRACION				12,104.50	2,178.81	14,283.31

Tabla 111.*Inversión Activo Fijo Ventas*

INVERSION EN ACTIVOS FIJOS AÑO 0						
Laptop	Unidad	1	1,440.68	1,440.68	259.32	1,700.00
TOTAL ACTIVO FIJO VENTAS				1,440.68	259.32	1,700.00

El escritorio y silla del personal de ventas, se está considerando en los activos del área de administración, dado que se está realizando la compra por sets completos.

Tabla 112.

Resumen Activos Fijos Depreciables

INVERSION EN ACTIVOS FIJOS AÑO 0			
Descripción	Total Costo (sin IGV)	IGV 18%	Total Costo (con IGV)
TOTAL ACTIVOS FIJOS - OPERACIONES	20,238.14	3,642.87	23,881.01
TOTAL ACTIVOS FIJOS - ADMINISTRACION	12,104.50	12,104.50	2,178.81
TOTAL ACTIVOS FIJOS - VENTAS	1,440.68	259.32	1,700.00
TOTAL ACTIVO FIJO TANGIBLE	33,783.32	6,081.00	39,864.32

7.1.2. Inversión en Activo Intangible.

En los activos intangibles, se está considerando todo lo relacionado a la constitución de la empresa, marcas y patentes, licencias y al software indispensable para las operaciones de nuestro modelo de negocio.

Tabla 113.

Inversión Activo Intangible

INVERSION EN ACTIVOS INTANGIBLES					
Descripción	Cantidad	Costo Unitario S/	Total Valor Venta	IGV 18%	Total Precio de Venta
CONSTITUCION DE LA EMPRESA			487.29	87.71	575
Búsqueda de nombre	1	4.24	4.24	0.76	5
Reserva nombre SUNARP	1	16.95	16.95	3.05	20
Minuta de constitución	1	254.24	254.24	45.76	300
Legalización libros contables	1	169.49	169.49	30.51	200
Apertura de cuenta corriente	1	42.37	42.37	7.63	50
MARCAS Y PATENTES			906.76	163.22	1,069.98
Registro de marca	1	453.38	453.38	81.61	534.99
Registro de lema comercial	1	453.38	453.38	81.61	534.99
LICENCIAS			542.37	97.63	640
Tramite licencia funcionamiento	1	118.64	118.64	21.36	140
Elaboración de plano de ubicación y seguridad	1	423.73	423.73	76.27	500
SOFTWARE			4,675.89	841.66	5,517.55
Desarrollo y Diseño web	1	1,271.19	1,271.19	228.81	1,500.00
Hosting, dominio y correos personalizados	1	426.81	426.81	76.83	503.64
Configuración y mantenimiento plataforma	1	1,567.80	1,567.80	282.2	1,850.00
Licencia Zoom	3	470.03	1,410.09	253.82	1,663.91
TOTAL INVERSION INTANGIBLE			6612.31	1190.22	7802.53

Tabla 114.*Resumen Activos Tangibles*

INVERSION EN ACTIVOS FIJOS AÑO 0			
Descripción	Total Valor Venta	IGV 18%	Total Precio de Venta
Constitución de la empresa	S/487.29	S/87.71	S/575.00
Marcas y patentes	S/906.76	S/163.22	S/1,069.98
Licencias	S/542.37	S/97.63	S/640.00
Software	S/4,675.89	S/841.66	S/5,517.55
Total inversión intangible	S/6,612.31	S/1,190.22	S/7,802.53

Tabla 115.*Amortización*

AMORTIZACION DE INTANGIBLES						
Amortización	Producción		Administración		Ventas	
Año 1	% Dist.	Total	%Dist.	Total	% Dist.	Total
1,271.19	50%	635.6	30%	381.36	20%	254.24
1,567.80	50%	783.9	30%	470.34	20%	313.56
1,410.09	50%	705.05	30%	423.03	20%	282.02

Tabla 116.*Resumen Amortización por Área*

AMORTIZACION DEL ACTIVO INTANGIBLE	
Producción	2,124.54
Gastos administrativos	1,274.72
Gastos Ventas	849.82
TOTAL AMORTIZACION ANUAL	4,249.08

7.1.3. Inversión en Gastos Pre-Operativos.

Se detalla todos los gastos que se producen antes del inicio de las operaciones, tales como: Contratación del personal de operaciones, administrativo y de ventas, el adelanto de alquiler, los gastos por adecuación de oficina, servicios, entre otros que se detallan en tabla

Tabla 117.

Gastos Pre Operativos

GASTOS PRE-OPERATIVOS					
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Total Valor Venta	IGV 18%	Total Precio de Venta
Gastos de personal			S/47,850.00		S/47,850.00
Gerente General	1	S/4,200.00	S/4,200.00		S/4,200.00
Jefe Administrativo	1	S/2,300.00	S/2,300.00		S/2,300.00
Jefe de Operaciones	1	S/1,800.00	S/1,800.00		S/1,800.00
Asistente Administrativo	1	S/1,000.00	S/1,000.00		S/1,000.00
Analista de Marketing	1	S/1,500.00	S/1,500.00		S/1,500.00
Analista de Soporte al Usuario	1	S/1,200.00	S/1,200.00		S/1,200.00
Ejecutivo de Atención al Cliente	1	S/930.00	S/930.00		S/930.00
Profesores Música (Fijo - Part time)					
Profesores Guitarra	3	S/2,160.00	S/6,480.00		S/6,480.00
Profesores Piano	2	S/2,400.00	S/4,800.00		S/4,800.00
Profesores Violín	1	S/1,560.00	S/1,560.00		S/1,560.00
Profesores Canto	2	S/2,040.00	S/4,080.00		S/4,080.00
Profesores Música (R. Honorarios)					
Profesores Guitarra	2	S/3,600.00	S/7,200.00		S/7,200.00
Profesores Piano	1	S/4,800.00	S/4,800.00		S/4,800.00
Profesores Violín	1	S/2,400.00	S/2,400.00		S/2,400.00
Profesores Canto	1	S/3,600.00	S/3,600.00		S/3,600.00
Marketing de lanzamiento			S/1,238.14	S/222.87	S/1,461.01
Campaña de lanzamiento de marca	1	S/910.17	S/910.17	S/163.83	S/1,074.00
Campaña de Intriga	1	S/327.97	S/327.97	S/59.03	S/387.00
Alquiler pre operativo			S/2,450.00		S/2,450.00
Adelanto de alquiler	1	S/2,100.00	S/2,100.00		S/2,100.00
Mantenimiento (agua, luz, etc.)	1	S/350.00	S/350.00		S/350.00
Adecuación de oficina			S/649.99	S/117.00	S/766.99
Luminarias	1	S/169.49	S/169.49	S/30.51	S/200.00
Láminas de protección	3	S/75.42	S/226.26	S/40.73	S/266.99
Trabajos de instalación	1	S/254.24	S/254.24	S/45.76	S/300.00
Servicios			S/1,610.17	S/289.83	S/1,900.00
Servicios Contabilidad	1	S/423.73	S/423.73	S/76.27	S/500.00
Teléfono + internet	1	S/169.49	S/169.49	S/30.51	S/200.00
Servicio de limpieza	1	S/1,016.95	S/1,016.95	S/183.05	S/1,200.00
Bienes no depreciables			S/2,447.45	S/440.54	S/2,887.99
Escritorio gerencial	1	S/719.49	S/719.49	S/129.51	S/849.00
Silla Gerencial	1	S/338.90	S/338.90	S/61.00	S/399.90
Estantes	2	S/168.64	S/337.28	S/60.71	S/397.99
Archivador	1	S/261.86	S/261.86	S/47.13	S/308.99
Teléfono	2	S/50.85	S/101.70	S/18.31	S/120.01
Monitor o pantalla	1	S/507.63	S/507.63	S/91.37	S/599.00
Útiles de oficina	1	S/180.59	S/180.59	S/32.51	S/213.10
TOTAL Gastos Pre-Operativos			S/56,245.75	S/1,070.24	S/57,315.99

7.1.4 Inversión en capital de trabajo (método déficit acumulado).

Para hallar la inversión en capital de trabajo, se consideró el método déficit acumulado, el cual nos permite proyectar los ingresos y egresos de forma mensual por cada año.

De acuerdo a los resultados, nuestro proyecto no requiere de esta inversión, por contar con un saldo acumulado positivo en todos los meses del primer año.

Tabla 118.

Inversión Capital de Trabajo del 2022

2022	Ventas:											
	Sin IGV	Con IGV										
	S/1,007,028	S/1,188,293										
Año 1												
Ingresos Efectivo	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
<i>Estacionalidad</i>	11.60%	11.00%	9.20%	7.00%	7.60%	7.90%	8.00%	7.70%	7.50%	7.50%	7.50%	7.60%
CURSOS	S/116,733	S/110,278	S/92,203	S/70,255	S/76,711	S/79,293	S/80,584	S/78,002	S/75,419	S/75,419	S/75,419	S/76,711
Guitarra	S/44,595	S/42,129	S/35,224	S/26,839	S/29,305	S/30,292	S/30,785	S/29,798	S/28,812	S/28,812	S/28,812	S/29,305
Piano	S/31,479	S/29,738	S/24,864	S/18,945	S/20,686	S/21,382	S/21,730	S/21,034	S/20,338	S/20,338	S/20,338	S/20,686
Violín	S/16,395	S/15,489	S/12,950	S/9,867	S/10,774	S/11,137	S/11,318	S/10,955	S/10,593	S/10,593	S/10,593	S/10,774
Canto	S/24,265	S/22,923	S/19,166	S/14,604	S/15,945	S/16,482	S/16,751	S/16,214	S/15,677	S/15,677	S/15,677	S/15,945
VENTAS (SIN IGV)	S/116,733	S/110,278	S/92,203	S/70,255	S/76,711	S/79,293	S/80,584	S/78,002	S/75,419	S/75,419	S/75,419	S/76,711
IGV	S/21,012	S/19,850	S/16,597	S/12,646	S/13,808	S/14,273	S/14,505	S/14,040	S/13,576	S/13,576	S/13,576	S/13,808
VENTAS (CON IGV)	S/137,745	S/130,128	S/108,800	S/82,901	S/90,518	S/93,565	S/95,089	S/92,042	S/88,995	S/88,995	S/88,995	S/90,518
(-) 5% Comisión TC	-S/6,887	-S/6,506	-S/5,440	-S/4,145	-S/4,526	-S/4,678	-S/4,754	-S/4,602	-S/4,450	-S/4,450	-S/4,450	-S/4,526
Total Ingresos Efectivo	S/130,858	S/123,622	S/103,360	S/78,756	S/85,993	S/88,887	S/90,334	S/87,440	S/84,545	S/84,545	S/84,545	S/85,993

Responsabilidad Social												
Programa Creciendo con la Musica	S/0.00	S/2,542.37										
Eventos de integracion trabajadores	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/381.36	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Compartir navideño	S/0.00	S/381.36										
Celebracion dia de la madre y padre	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/190.68	S/190.68	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Canasta navideña por persona	S/0.00	S/1,398.31										
Celebracion fin de año	S/0.00	S/381.36										
Capacitaciones para profesores	S/0.00	S/2,779.66	S/0.00									
Aniversario de la empresa	S/0.00	S/381.36	S/0.00									
Celebracion de cumpleaños			S/381.36									
Celebracion dia del trabajador	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/381.36	S/0.00						
IGV Responsabilidad Social	S/0.00	S/500.34	S/68.64	S/0.00	S/102.97	S/34.32	S/68.64	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/68.64	S/846.61
Promocion y Publicidad												
Eventos	S/377.64											
Publicidad en facebook	S/2,265.81											
Publicidad en Google Ads	S/3,776.35											
Volantes	S/377.64											
Souvenirs	S/377.64											
Sorteos	S/377.64											
IGV Promocion y Publicidad	S/1,359.49											
IMPUESTOS												
Pago IGV (al estado)- Del modulo de IGV	S/10,580.26	S/17,259.41	S/14,414.75	S/10,555.63	S/11,614.62	S/12,125.16	S/12,346.11	S/11,949.97	S/11,462.31	S/11,485.19	S/11,416.55	S/10,848.09
Pago a cuenta Impuesto a la Renta (1.5%)	S/1,751.00	S/1,654.17	S/1,383.05	S/1,053.83	S/1,150.66	S/1,189.39	S/1,208.76	S/1,170.02	S/1,131.29	S/1,131.29	S/1,131.29	S/1,150.66
PRESTAMOS												
Cuotas prestamo activo fijo	S/3,629.19											
Cuotas prestamo capital de trabajo	S/0.00											
TOTAL EGRESOS EFECTIVO	S/63,989.74	S/73,852.06	S/66,976.28	S/62,187.93	S/71,117.66	S/64,268.03	S/81,206.39	S/63,698.48	S/63,322.08	S/63,194.96	S/70,675.22	S/84,900.27
Saldo de caja (ingresos - egresos)	S/66,868.47	S/49,769.75	S/36,383.62	S/16,568.21	S/14,874.88	S/24,619.07	S/9,127.99	S/23,741.34	S/21,223.18	S/21,350.30	S/13,870.04	S/1,092.26
Saldo de caja inicial		S/66,868.47	S/116,638.23	S/153,021.84	S/169,590.05	S/184,464.93	S/209,084.00	S/218,211.99	S/241,953.33	S/263,176.51	S/284,526.80	S/298,396.84
Saldo de caja final (acumulado)	S/66,868.47	S/116,638.23	S/153,021.84	S/169,590.05	S/184,464.93	S/209,084.00	S/218,211.99	S/241,953.33	S/263,176.51	S/284,526.80	S/298,396.84	S/299,489.11

Tabla 119.

Inversión Capital de Trabajo del 2023

	2023		Año 2										
	Ventas:		Sin IGV										
			S/1,048,638.23										
			Con IGV	S/1,237,393.12									
Año 2													
INGRESOS EFECTIVO	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	
<i>Estacionalidad</i>	11.60%	11.00%	9.20%	7.00%	7.60%	7.90%	8.00%	7.70%	7.50%	7.50%	7.50%	7.60%	
CURSOS	S/121,557	S/114,835	S/96,013	S/73,158	S/79,880	S/82,569	S/83,913	S/81,225	S/78,536	S/78,536	S/78,536	S/79,880	
Guitarra	S/46,437	S/43,869	S/36,679	S/27,948	S/30,516	S/31,543	S/32,057	S/31,030	S/30,002	S/30,002	S/30,002	S/30,516	
Piano	S/32,779	S/30,967	S/25,891	S/19,728	S/21,541	S/22,266	S/22,628	S/21,903	S/21,178	S/21,178	S/21,178	S/21,541	
Violín	S/17,073	S/16,128	S/13,485	S/10,275	S/11,219	S/11,597	S/11,786	S/11,408	S/11,030	S/11,030	S/11,030	S/11,219	
Canto	S/25,267	S/23,870	S/19,958	S/15,207	S/16,604	S/17,163	S/17,443	S/16,884	S/16,325	S/16,325	S/16,325	S/16,604	
VENTAS (SIN IGV)	S/121,557	S/114,835	S/96,013	S/73,158	S/79,880	S/82,569	S/83,913	S/81,225	S/78,536	S/78,536	S/78,536	S/79,880	
IGV	S/21,880	S/20,670	S/17,282	S/13,168	S/14,378	S/14,862	S/15,104	S/14,620	S/14,136	S/14,136	S/14,136	S/14,378	
VENTAS (CON IGV)	S/143,437	S/135,505	S/113,296	S/86,327	S/94,259	S/97,431	S/99,018	S/95,845	S/92,672	S/92,672	S/92,672	S/94,259	
(-) 5% Comisión TC	-S/7,172	-S/6,775	-S/5,665	-S/4,316	-S/4,713	-S/4,872	-S/4,951	-S/4,792	-S/4,634	-S/4,634	-S/4,634	-S/4,713	
Total Ingresos Efectivo	S/136,265	S/128,730	S/107,631	S/82,010	S/89,546	S/92,560	S/94,067	S/91,053	S/88,039	S/88,039	S/88,039	S/89,546	

Responsabilidad Social													
Programa Creciendo con la Musica	S/0.00	S/2,542.37											
Eventos de integracion trabajadores	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/381.36	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Compartir navideño	S/0.00	S/381.36											
Celebracion dia de la madre y padre	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/190.68	S/190.68	S/0.00						
Canasta navideña por persona	S/0.00	S/1,398.31											
Celebracion fin de año	S/0.00	S/381.36											
Capacitaciones para profesores	S/0.00	S/2,779.66	S/0.00										
Aniversario de la empresa	S/0.00	S/381.36	S/0.00										
Celebracion de cumpleaños			S/381.36										
Celebracion dia del trabajador	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/381.36	S/0.00							
IGV Responsabilidad Social	S/0.00	S/500.34	S/68.64	S/0.00	S/102.97	S/34.32	S/68.64	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/68.64	S/846.61
Promocion y Publicidad													
Eventos	S/393.24												
Publicidad en facebook	S/2,359.44												
Publicidad en Google Ads	S/3,932.39												
Volantes	S/393.24												
Souvenirs	S/393.24												
Sorteos	S/393.24												
IGV Promocion y Publicidad	S/1,415.66												
IMPUESTOS													
Pago IGV (al estado)- Del modulo de IGV	S/19,733.75	S/18,023.44	S/15,044.35	S/11,021.98	S/12,128.99	S/12,658.73	S/12,889.29	S/12,473.94	S/11,967.08	S/11,989.96	S/11,921.31	S/11,362.46	S/11,362.46
Pago a cuenta Impuesto Renta (1.5%)	S/1,823.35	S/1,722.52	S/1,440.20	S/1,097.37	S/1,198.20	S/1,238.54	S/1,258.70	S/1,218.37	S/1,178.04	S/1,178.04	S/1,178.04	S/1,198.20	S/1,198.20
PRESTAMOS													
Cuotas prestamo activo fijo													
Cuotas prestamo capital de trabajo	S/0.00												
TOTAL EGRESOS EFECTIVO	S/69,954.64	S/71,423.50	S/64,402.08	S/59,436.90	S/68,418.63	S/61,589.81	S/78,538.57	S/61,009.85	S/60,612.65	S/60,485.53	S/67,965.79	S/82,201.25	S/82,201.25
Saldo de caja (ingresos - egresos)	S/66,310.63	S/57,306.36	S/43,228.64	S/22,573.45	S/21,127.12	S/30,970.10	S/15,528.42	S/30,042.98	S/27,426.02	S/27,553.14	S/20,072.88	S/7,344.50	S/7,344.50
Saldo de caja inicial	S/299,489.11	S/365,799.74	S/423,106.10	S/466,334.74	S/488,908.19	S/510,035.31	S/541,005.42	S/556,533.84	S/586,576.82	S/614,002.83	S/641,555.97	S/661,628.84	S/661,628.84
Saldo de caja final (acumulado)	S/365,799.74	S/423,106.10	S/466,334.74	S/488,908.19	S/510,035.31	S/541,005.42	S/556,533.84	S/586,576.82	S/614,002.83	S/641,555.97	S/661,628.84	S/668,973.35	S/668,973.35

Tabla 120.

Inversión Capital de Trabajo del 2024

	2024		Año 3										
	Ventas:		Sin IGV										
			S/1,093,352.17										
			Con IGV	S/1,290,155.56									
INGRESOS EFECTIVO	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	
<i>Estacionalidad</i>	11.60%	11.00%	9.20%	7.00%	7.60%	7.90%	8.00%	7.70%	7.50%	7.50%	7.50%	7.60%	
CURSOS	S/126,740	S/119,731	S/100,107	S/76,278	S/83,286	S/86,090	S/87,492	S/84,688	S/81,885	S/81,885	S/81,885	S/83,286	
Guitarra	S/48,418	S/45,740	S/38,243	S/29,140	S/31,817	S/32,888	S/33,424	S/32,353	S/31,282	S/31,282	S/31,282	S/31,817	
Piano	S/34,177	S/32,287	S/26,995	S/20,569	S/22,459	S/23,215	S/23,593	S/22,837	S/22,081	S/22,081	S/22,081	S/22,459	
Violín	S/17,801	S/16,816	S/14,060	S/10,713	S/11,698	S/12,091	S/12,288	S/11,894	S/11,501	S/11,501	S/11,501	S/11,698	
Canto	S/26,345	S/24,888	S/20,809	S/15,855	S/17,312	S/17,895	S/18,186	S/17,604	S/17,021	S/17,021	S/17,021	S/17,312	
VENTAS (SIN IGV)	S/126,740	S/119,731	S/100,107	S/76,278	S/83,286	S/86,090	S/87,492	S/84,688	S/81,885	S/81,885	S/81,885	S/83,286	
IGV	S/22,813	S/21,552	S/18,019	S/13,730	S/14,992	S/15,496	S/15,748	S/15,244	S/14,739	S/14,739	S/14,739	S/14,992	
VENTAS (CON IGV)	S/149,553	S/141,283	S/118,126	S/90,008	S/98,278	S/101,586	S/103,240	S/99,932	S/96,624	S/96,624	S/96,624	S/98,278	
(-) 5% Comisión TC	-S/7,478	-S/7,064	-S/5,906	-S/4,500	-S/4,914	-S/5,079	-S/5,162	-S/4,997	-S/4,831	-S/4,831	-S/4,831	-S/4,914	
Total Ingresos Efectivo	S/142,076	S/134,219	S/112,220	S/85,507	S/93,364	S/96,507	S/98,078	S/94,935	S/91,793	S/91,793	S/91,793	S/93,364	

Responsabilidad Social													
Programa Creciendo con la Musica	S/0.00	S/2,542.37											
Eventos de integracion trabajadores	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/381.36	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Compartir navideño	S/0.00	S/381.36											
Celebracion dia de la madre y padre	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/381.36	S/381.36	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Canasta navideña por persona	S/0.00	S/1,398.31											
Celebracion fin de año	S/0.00	S/381.36											
Capacitaciones para profesores	S/0.00	S/2,779.66	S/0.00	S/0.00									
Aniversario de la empresa	S/0.00	S/381.36	S/0.00										
Celebracion de cumpleaños			S/381.36										
Celebracion dia del trabajador	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/381.36	S/0.00	S/0.00						
IGV Responsabilidad Social	S/0.00	S/500.34	S/68.64	S/0.00	S/137.29	S/68.64	S/68.64	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/68.64	S/846.61
Promocion y Publicidad													
Eventos	S/410.01	S/410.01											
Publicidad en facebook	S/2,460.04	S/2,460.04											
Publicidad en Google Ads	S/4,100.07	S/4,100.07											
Volantes	S/410.01	S/410.01											
Souvenirs	S/410.01	S/410.01											
Sorteos	S/410.01	S/410.01											
IGV Promocion y Publicidad	S/1,476.03	S/1,476.03											
IMPUESTOS													
Pago IGV (al estado)- Del modulo de IGV	S/20,606.36	S/18,844.46	S/15,720.90	S/11,523.12	S/12,647.40	S/13,197.78	S/13,472.98	S/13,037.00	S/12,509.49	S/12,532.37	S/12,463.73	S/11,915.19	
PAGO A CUENTA IMPUESTO RENTA	S/1,901.10	S/1,795.97	S/1,501.61	S/1,144.17	S/1,249.30	S/1,291.35	S/1,312.37	S/1,270.32	S/1,228.27	S/1,228.27	S/1,228.27	S/1,228.27	S/1,249.30
PRESTAMOS													
Cuotas prestamo activo fijo													
Cuotas prestamo capital de trabajo	S/0.00	S/0.00											
TOTAL EGRESOS EFECTIVO	S/71,300.72	S/72,713.69	S/65,535.77	S/60,380.55	S/69,608.85	S/62,802.39	S/79,571.65	S/62,020.57	S/61,601.02	S/61,473.90	S/68,954.16	S/83,200.79	
Saldo de caja (ingresos - egresos)	S/70,774.91	S/61,505.22	S/46,684.33	S/25,126.72	S/23,755.13	S/33,704.28	S/18,506.36	S/32,914.75	S/30,191.62	S/30,318.74	S/22,838.48	S/10,163.19	
Saldo de caja inicial	S/668,973.35	S/739,748.25	S/801,253.47	S/847,937.81	S/873,064.53	S/896,819.66	S/930,523.94	S/949,030.30	S/981,945.05	S/1,012,136.67	S/1,042,455.41	S/1,065,293.89	
Saldo de caja final (acumulado)	S/739,748.25	S/801,253.47	S/847,937.81	S/873,064.53	S/896,819.66	S/930,523.94	S/949,030.30	S/981,945.05	S/1,012,136.67	S/1,042,455.41	S/1,065,293.89	S/1,075,457.08	

Tabla 121.

Inversión Capital de Trabajo del 2025

2025	Ventas:												
							Sin IGV	S/1,141,415.93					
							Con IGV	S/1,346,870.80					
Año 4													
INGRESOS EFECTIVO	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	
<i>Estacionalidad</i>	11.60%	11.00%	9.20%	7.00%	7.60%	7.90%	8.00%	7.70%	7.50%	7.50%	7.50%	7.60%	
CURSOS	S/132,312	S/124,995	S/104,508	S/79,631	S/86,948	S/89,874	S/91,338	S/88,411	S/85,484	S/85,484	S/85,484	S/86,948	
Guitarra	S/50,546	S/47,751	S/39,924	S/30,421	S/33,216	S/34,334	S/34,893	S/33,775	S/32,657	S/32,657	S/32,657	S/33,216	
Piano	S/35,680	S/33,706	S/28,182	S/21,473	S/23,447	S/24,236	S/24,630	S/23,841	S/23,052	S/23,052	S/23,052	S/23,447	
Violín	S/18,583	S/17,555	S/14,678	S/11,184	S/12,212	S/12,623	S/12,828	S/12,417	S/12,006	S/12,006	S/12,006	S/12,212	
Canto	S/27,503	S/25,982	S/21,724	S/16,552	S/18,073	S/18,682	S/18,986	S/18,378	S/17,769	S/17,769	S/17,769	S/18,073	
VENTAS (SIN IGV)	S/132,312	S/124,995	S/104,508	S/79,631	S/86,948	S/89,874	S/91,338	S/88,411	S/85,484	S/85,484	S/85,484	S/86,948	
IGV	S/23,816	S/22,499	S/18,811	S/14,334	S/15,651	S/16,177	S/16,441	S/15,914	S/15,387	S/15,387	S/15,387	S/15,651	
VENTAS (CON IGV)	S/156,128	S/147,494	S/123,319	S/93,964	S/102,598	S/106,052	S/107,778	S/104,325	S/100,871	S/100,871	S/100,871	S/102,598	
(-) 5% Comisión TC	-S/7,806	-S/7,375	-S/6,166	-S/4,698	-S/5,130	-S/5,303	-S/5,389	-S/5,216	-S/5,044	-S/5,044	-S/5,044	-S/5,130	
Total Ingresos Efectivo	S/148,321	S/140,119	S/117,153	S/89,266	S/97,468	S/100,749	S/102,390	S/99,109	S/95,828	S/95,828	S/95,828	S/97,468	

Responsabilidad Social													
Programa Creciendo con la Musica	S/0.00	S/2,542.37											
Eventos de integracion trabajadores	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/406.78	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Compartir navideño	S/0.00	S/406.78											
Celebracion dia de la madre y padre	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/203.39	S/203.39	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Canasta navideña por persona	S/0.00	S/1,491.53											
Celebracion fin de año	S/0.00	S/406.78											
Capacitaciones para profesores	S/0.00	S/3,127.12	S/0.00	S/0.00									
Aniversario de la empresa	S/0.00	S/406.78	S/0.00										
Celebracion de cumpleaños			S/406.78										
Celebracion dia del trabajador	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/406.78	S/0.00	S/0.00						
IGV Responsabilidad Social	S/0.00	S/562.88	S/73.22	S/0.00	S/109.83	S/36.61	S/73.22	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/73.22	S/872.54
Promocion y Publicidad													
Eventos	S/428.03	S/428.03											
Publicidad en facebook	S/2,568.19	S/2,568.19											
Publicidad en Google Ads	S/4,280.31	S/4,280.31											
Volantes	S/428.03	S/428.03											
Souvenirs	S/428.03	S/428.03											
Sorteos	S/428.03	S/428.03											
IGV Promocion y Publicidad	S/1,540.91	S/1,540.91											
IMPUESTOS													
Pago IGV (al estado)- Del modulo de IGV	S/21,544.34	S/19,664.44	S/16,443.57	S/12,061.81	S/13,269.00	S/13,846.14	S/14,095.82	S/13,642.23	S/13,092.54	S/13,115.42	S/13,042.20	S/12,483.40	
PAGO A CUENTA IMPUESTO RENTA	S/1,984.67	S/1,874.92	S/1,567.62	S/1,194.46	S/1,304.21	S/1,348.11	S/1,370.06	S/1,326.16	S/1,282.26	S/1,282.26	S/1,282.26	S/1,304.21	
PRESTAMOS													
Cuotas prestamo activo fijo													
Cuotas prestamo capital de trabajo	S/0.00	S/0.00											
TOTAL EGRESOS EFECTIVO	S/77,742.04	S/79,442.38	S/69,134.21	S/63,749.29	S/72,885.13	S/66,077.28	S/84,239.15	S/65,461.42	S/65,017.83	S/64,890.71	S/72,396.39	S/87,950.88	
Saldo de caja (ingresos - egresos)	S/70,579.23	S/60,676.79	S/48,019.09	S/25,516.87	S/24,583.13	S/34,671.82	S/18,150.37	S/33,647.27	S/30,810.01	S/30,937.13	S/23,431.45	S/9,517.38	
Saldo de caja inicial	S/1,075,457.08	S/1,146,036.31	S/1,206,713.10	S/1,254,732.19	S/1,280,249.06	S/1,304,832.19	S/1,339,504.01	S/1,357,654.38	S/1,391,301.65	S/1,422,111.66	S/1,453,048.80	S/1,476,480.25	
Saldo de caja final (acumulado)	S/1,146,036.31	S/1,206,713.10	S/1,254,732.19	S/1,280,249.06	S/1,304,832.19	S/1,339,504.01	S/1,357,654.38	S/1,391,301.65	S/1,422,111.66	S/1,453,048.80	S/1,476,480.25	S/1,485,997.63	

Tabla 122.

Inversión Capital de Trabajo del 2026

2026	Ventas:												
							Sin IGV	S/1,193,099					
							Con IGV	S/1,407,857					
Año 5													
INGRESOS EFECTIVO	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	
<i>Estacionalidad</i>	11.60%	11.00%	9.20%	7.00%	7.60%	7.90%	8.00%	7.70%	7.50%	7.50%	7.50%	7.60%	
CURSOS	S/138,303	S/130,655	S/109,240	S/83,237	S/90,885	S/93,944	S/95,473	S/92,414	S/89,355	S/89,355	S/89,355	S/90,885	
Guitarra	S/52,835	S/49,913	S/41,732	S/31,798	S/34,720	S/35,889	S/36,473	S/35,304	S/34,136	S/34,136	S/34,136	S/34,720	
Piano	S/37,295	S/35,233	S/29,458	S/22,446	S/24,508	S/25,333	S/25,746	S/24,921	S/24,096	S/24,096	S/24,096	S/24,508	
Violín	S/19,425	S/18,350	S/15,343	S/11,691	S/12,765	S/13,194	S/13,409	S/12,980	S/12,550	S/12,550	S/12,550	S/12,765	
Canto	S/28,748	S/27,159	S/22,707	S/17,302	S/18,892	S/19,528	S/19,846	S/19,210	S/18,574	S/18,574	S/18,574	S/18,892	
VENTAS (SIN IGV)	S/138,303	S/130,655	S/109,240	S/83,237	S/90,885	S/93,944	S/95,473	S/92,414	S/89,355	S/89,355	S/89,355	S/90,885	
IGV	S/24,894	S/23,518	S/19,663	S/14,983	S/16,359	S/16,910	S/17,185	S/16,635	S/16,084	S/16,084	S/16,084	S/16,359	
VENTAS (CON IGV)	S/163,197	S/154,172	S/128,903	S/98,219	S/107,244	S/110,854	S/112,659	S/109,049	S/105,439	S/105,439	S/105,439	S/107,244	
(-) 5% Comisión TC	-S/8,160	-S/7,709	-S/6,445	-S/4,911	-S/5,362	-S/5,543	-S/5,633	-S/5,452	-S/5,272	-S/5,272	-S/5,272	-S/5,362	
Total Ingresos Efectivo	S/155,037	S/146,464	S/122,458	S/93,308	S/101,882	S/105,311	S/107,026	S/103,596	S/100,167	S/100,167	S/100,167	S/101,882	

Responsabilidad Social													
Programa Creciendo con la Musica	S/0.00	S/2,542.37											
Eventos de integracion trabajadores	S/0.00	S/406.78	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00						
Compartir navideño	S/0.00	S/406.78											
Celebracion dia de la madre y padre	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/203.39	S/203.39	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Canasta navideña por persona	S/0.00	S/1,491.53											
Celebracion fin de año	S/0.00	S/406.78											
Capacitaciones para profesores	S/0.00	S/3,127.12	S/0.00	S/0.00									
Aniversario de la empresa	S/0.00	S/406.78	S/0.00										
Celebracion de cumpleaños			S/406.78										
Celebracion dia del trabajador	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/406.78	S/0.00	S/0.00						
IGV Responsabilidad Social	S/0.00	S/562.88	S/73.22	S/0.00	S/109.83	S/36.61	S/73.22	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/73.22	S/872.54
Promocion y Publicidad													
Eventos	S/447.41	S/447.41											
Publicidad en facebook	S/2,684.47	S/2,684.47											
Publicidad en Google Ads	S/4,474.12	S/4,474.12											
Volantes	S/447.41	S/447.41											
Souvenirs	S/447.41	S/447.41											
Sorteos	S/447.41	S/447.41											
IGV Promocion y Publicidad	S/1,610.68	S/1,610.68											
IMPUESTOS													
Pago IGV (al estado)- Del modulo de IGV	S/22,552.96	S/20,613.43	S/17,225.58	S/12,641.06	S/13,907.88	S/14,508.88	S/14,770.48	S/14,293.04	S/13,719.50	S/13,742.38	S/13,669.16	S/13,122.29	S/13,122.29
PAGO A CUENTA IMPUESTO RENTA	S/2,074.54	S/1,959.82	S/1,638.60	S/1,248.55	S/1,363.27	S/1,409.16	S/1,432.10	S/1,386.21	S/1,340.32	S/1,340.32	S/1,340.32	S/1,340.32	S/1,363.27
PRESTAMOS													
Cuotas prestamo activo fijo													
Cuotas prestamo capital de trabajo	S/0.00	S/0.00											
TOTAL EGRESOS EFECTIVO	S/79,297.92	S/80,933.66	S/70,444.60	S/64,840.03	S/74,040.47	S/67,258.46	S/85,433.25	S/66,629.67	S/66,160.24	S/66,033.12	S/73,538.81	S/89,106.22	
Saldo de caja (ingresos - egresos)	S/75,739.34	S/65,530.10	S/52,013.40	S/28,468.11	S/27,841.15	S/38,052.56	S/21,592.47	S/36,966.65	S/34,006.68	S/34,133.80	S/26,628.12	S/12,775.40	
Saldo de caja inicial	S/1,485,997.63	S/1,561,736.96	S/1,627,267.07	S/1,679,280.47	S/1,707,748.58	S/1,735,589.73	S/1,773,642.30	S/1,795,234.77	S/1,832,201.42	S/1,866,208.10	S/1,900,341.90	S/1,926,970.02	
Saldo de caja final (acumulado)	S/1,561,736.96	S/1,627,267.07	S/1,679,280.47	S/1,707,748.58	S/1,735,589.73	S/1,773,642.30	S/1,795,234.77	S/1,832,201.42	S/1,866,208.10	S/1,900,341.90	S/1,926,970.02	S/1,939,745.43	

7.1.6. Liquidación del IGV.

En estos reportes se refleja el pago del impuesto general a las ventas, a realizar ante SUNAT, durante todos los años del proyecto.

Se observa que se paga una buena cantidad de impuestos.

Figura 171.*Liquidación IGV 2022*

Modulo Liquidacion IGV	Año 0	AÑO 1											
		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
IGV Ventas		-21,012.02	-19,850.07	-16,596.59	-12,645.95	-13,807.90	-14,272.68	-14,505.07	-14,040.29	-13,575.51	-13,575.51	-13,575.51	-13,807.90
IGV Materiales		0	0	22.88	0	0	22.88	0	0	22.88	0	0	22.88
IGV Servicios		730.83	730.83	730.83	730.83	730.83	730.83	730.83	730.83	730.83	730.83	730.83	730.83
IGV Responsabilidad Social		0.00	500.34	68.64	0.00	102.97	34.32	68.64	0.00	0.00	0.00	68.64	846.61
IGV Promocion y Publicidad		1,359.49	1,359.49	1,359.49	1,359.49	1,359.49	1,359.49	1,359.49	1,359.49	1,359.49	1,359.49	1,359.49	1,359.49
IGV Activos Tangibles	6,081.00												
IGV Activos Intangibles	1,190.22												
IGV Gastos Pre-Operativos	1,070.24												
IGV Neto	8,341.45	-18,921.71	-17,259.41	-14,414.75	-10,555.63	-11,614.62	-12,125.16	-12,346.11	-11,949.97	-11,462.31	-11,485.19	-11,416.55	-10,848.09
IGV Acumulado	8,341.45	-10,580.26	-17,259.41	-14,414.75	-10,555.63	-11,614.62	-12,125.16	-12,346.11	-11,949.97	-11,462.31	-11,485.19	-11,416.55	-10,848.09
Pago de IGV	0	-10,580.26	-17,259.41	-14,414.75	-10,555.63	-11,614.62	-12,125.16	-12,346.11	-11,949.97	-11,462.31	-11,485.19	-11,416.55	-10,848.09

Figura 172.*Liquidación 2023*

Modulo Liquidacion IGV	Año 0	AÑO 2											
		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
IGV Ventas		-21,880.24	-20,670.27	-17,282.36	-13,168.48	-14,378.44	-14,862.43	-15,104.42	-14,620.44	-14,136.45	-14,136.45	-14,136.45	-14,378.44
IGV Materiales		0	0	22.88	0	0	22.88	0	0	22.88	0	0	22.88
IGV Servicios		730.83	730.83	730.83	730.83	730.83	730.83	730.83	730.83	730.83	730.83	730.83	730.83
IGV Responsabilidad Social		0	500.34	68.64	0.00	102.97	34.32	68.64	0.00	0.00	0.00	68.64	846.61
IGV Promocion y Publicidad		1,415.66	1,415.66	1,415.66	1,415.66	1,415.66	1,415.66	1,415.66	1,415.66	1,415.66	1,415.66	1,415.66	1,415.66
IGV Activos Tangibles	6,081.00												
IGV Activos Intangibles	1,190.22												
IGV Gastos Pre-Operativos	1,070.24												
IGV Neto	8,341.45	-19,733.75	-18,023.44	-15,044.35	-11,021.98	-12,128.99	-12,658.73	-12,889.29	-12,473.94	-11,967.08	-11,989.96	-11,921.31	-11,362.46
IGV Acumulado	8,341.45	-19,733.75	-18,023.44	-15,044.35	-11,021.98	-12,128.99	-12,658.73	-12,889.29	-12,473.94	-11,967.08	-11,989.96	-11,921.31	-11,362.46
Pago de IGV	0	-19,733.75	-18,023.44	-15,044.35	-11,021.98	-12,128.99	-12,658.73	-12,889.29	-12,473.94	-11,967.08	-11,989.96	-11,921.31	-11,362.46

Figura 173.*Liquidación IGV 2024*

AÑO 3													
Modulo Liquidacion del IGV	Año 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
IGV Ventas		-22,813.21	-21,551.65	-18,019.28	-13,729.98	-14,991.54	-15,496.16	-15,748.48	-15,243.85	-14,739.23	-14,739.23	-14,739.23	-14,991.54
IGV Materiales		0	0	22.88	0	0	22.88	0	0	22.88	0	0	22.88
IGV Servicios		730.83	730.83	730.83	730.83	730.83	730.83	730.83	730.83	730.83	730.83	730.83	730.83
IGV Responsabilidad Social		0	500.34	68.64	0.00	137.29	68.64	68.64	0.00	0.00	0.00	68.64	846.61
IGV Promocion y Publicidad		1,476.03	1,476.03	1,476.03	1,476.03	1,476.03	1,476.03	1,476.03	1,476.03	1,476.03	1,476.03	1,476.03	1,476.03
IGV Activos Tangibles	6,081.00												
IGV Activos Intangibles	1,190.22												
IGV Gastos Pre-Operativos	1,070.24												
IGV Neto	8,341.45	-20,606.36	-18,844.46	-15,720.90	-11,523.12	-12,647.40	-13,197.78	-13,472.98	-13,037.00	-12,509.49	-12,532.37	-12,463.73	-11,915.19
IGV Acumulado	8,341.45	-20,606.36	-18,844.46	-15,720.90	-11,523.12	-12,647.40	-13,197.78	-13,472.98	-13,037.00	-12,509.49	-12,532.37	-12,463.73	-11,915.19
Pago de IGV	0	-20,606.36	-18,844.46	-15,720.90	-11,523.12	-12,647.40	-13,197.78	-13,472.98	-13,037.00	-12,509.49	-12,532.37	-12,463.73	-11,915.19

Figura 174.*Liquidación IGV 2025*

AÑO 4													
Modulo Liquidacion del IGV	Año 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
IGV Ventas		-23,816.08	-22,499.06	-18,811.41	-14,333.55	-15,650.57	-16,177.38	-16,440.78	-15,913.97	-15,387.16	-15,387.16	-15,387.16	-15,650.57
IGV Materiales		0	0	22.88	0	0	22.88	0	0	22.88	0	0	22.88
IGV Servicios		730.83	730.83	730.83	730.83	730.83	730.83	730.83	730.83	730.83	730.83	730.83	730.83
IGV Responsabilidad Social		0.00	562.88	73.22	0.00	109.83	36.61	73.22	0.00	0.00	0.00	73.22	872.54
IGV Promocion y Publicidad		1,540.91	1,540.91	1,540.91	1,540.91	1,540.91	1,540.91	1,540.91	1,540.91	1,540.91	1,540.91	1,540.91	1,540.91
IGV Activos Tangibles	6,081.00												
IGV Activos Intangibles	1,190.22												
IGV Gastos Pre-Operativos	1,070.24												
IGV Neto	8,341.45	-21,544.34	-19,664.44	-16,443.57	-12,061.81	-13,269.00	-13,846.14	-14,095.82	-13,642.23	-13,092.54	-13,115.42	-13,042.20	-12,483.40
IGV Acumulado	8,341.45	-21,544.34	-19,664.44	-16,443.57	-12,061.81	-13,269.00	-13,846.14	-14,095.82	-13,642.23	-13,092.54	-13,115.42	-13,042.20	-12,483.40
Pago de IGV	0	-21,544.34	-19,664.44	-16,443.57	-12,061.81	-13,269.00	-13,846.14	-14,095.82	-13,642.23	-13,092.54	-13,115.42	-13,042.20	-12,483.40

Figura 175.*Liquidación IGV 2026*

Modulo Liquidacion del IGV	Año 0	AÑO 5											
		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
IGV Ventas		-24,894.47	-23,517.82	-19,663.19	-14,982.57	-16,359.23	-16,909.89	-17,185.22	-16,634.56	-16,083.90	-16,083.90	-16,083.90	-16,359.23
IGV Materiales		0	0	22.88	0	0	22.88	0	0	22.88	0	0	22.88
IGV Servicios		730.83	730.83	730.83	730.83	730.83	730.83	730.83	730.83	730.83	730.83	730.83	730.83
IGV Responsabilidad Social		0.00	562.88	73.22	0.00	109.83	36.61	73.22	0.00	0.00	0.00	73.22	872.54
IGV Promocion y Publicidad		1,610.68	1,610.68	1,610.68	1,610.68	1,610.68	1,610.68	1,610.68	1,610.68	1,610.68	1,610.68	1,610.68	1,610.68
IGV Activos Tangibles	6,081.00												
IGV Activos Intangibles	1,190.22												
IGV Gastos Pre-Operativos	1,070.24												
IGV Neto	8,341.45	-22,552.96	-20,613.43	-17,225.58	-12,641.06	-13,907.88	-14,508.88	-14,770.48	-14,293.04	-13,719.50	-13,742.38	-13,669.16	-13,122.29
IGV Acumulado	8,341.45	-22,552.96	-20,613.43	-17,225.58	-12,641.06	-13,907.88	-14,508.88	-14,770.48	-14,293.04	-13,719.50	-13,742.38	-13,669.16	-13,122.29
Pago de IGV	0	-22,552.96	-20,613.43	-17,225.58	-12,641.06	-13,907.88	-14,508.88	-14,770.48	-14,293.04	-13,719.50	-13,742.38	-13,669.16	-13,122.29

7.1.7. Resumen de estructura de inversiones.

En este cuadro se detalla el importe de todas las inversiones necesarias para las operaciones de la empresa, además se indica el porcentaje de dichas inversiones en función al importe total.

Tabla 123.

Resumen Estructura de Inversiones

INVERSION AÑO 0				
Inversión	Inversión sin IGV	IGV	Inversión con IGV	%
Activo Fijo Tangible	33,783.32	6,081.00	39,864.32	38%
Gastos Pre-Operativos	56,245.75	1,070.24	57,315.99	55%
Activo Intangible	6,612.31	1,190.22	7,802.53	7%
TOTAL	96,641.38	8,341.45	104,982.83	100%

Figura 176.

Grafico resumen de Inversión



Nota: Elaboración propia

7.2. Financiamiento

En este cuadro se detalla el importe de la inversión, de los cuales S/39,000.00 será financiado mediante bancos y S/ 65,982.83 de capital propio del aporte de los socios.

7.2.1. Estructura de financiamiento.

Tabla 124.

Estructura Financiamiento – Aporte de cada socio

APORTE DE CADA SOCIO	
Lizbeth Cabrera Flores	S/32,991.42
Diana Príncipe Olivares	S/32,991.42
TOTAL S/	S/65,982.83

Tabla 125.

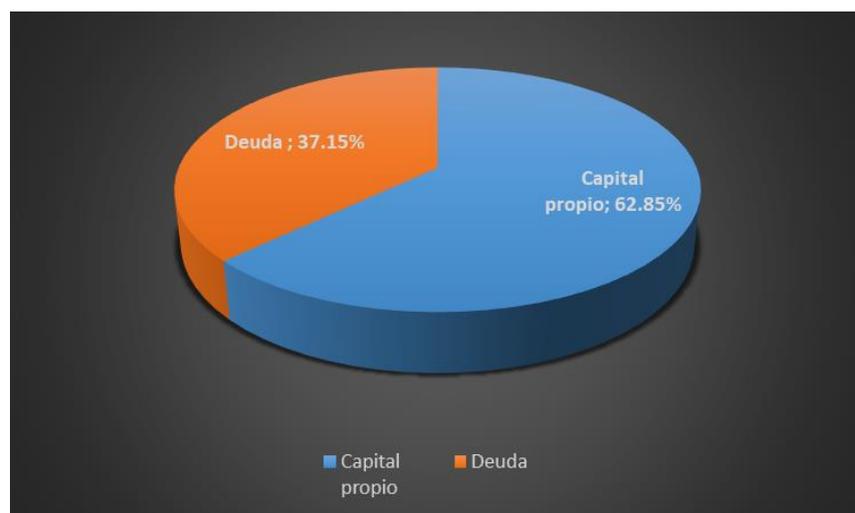
Estructura de Financiamiento

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO					
Inversión	Inversión sin IG	IGV	Inversión con IG	Capital propio	Deuda
Activo Fijo Tangible	S/33,783.32	S/6,081.00	S/39,864.32	S/864.32	S/39,000.00
Activo Intangible	S/6,612.31	S/1,190.22	S/7,802.53	S/7,802.53	S/0.00
Gastos Pre-Operativos	S/56,245.75	S/1,070.24	S/57,315.99	S/57,315.99	S/0.00
TOTAL	S/96,641.38	S/8,341.45	S/104,982.83	S/65,982.83	S/39,000.00
				62.85%	37.15%

Nota: Elaboración propia

Figura 177.

Gráfico de la deuda y capital propio



Nota: Elaboración propia

7.2.2. *Financiamiento del activo fijo.*

Para este financiamiento de los activos fijos, se solicitará un préstamo mediante el Banco Scotiabank, a continuación, se detalla:

Tabla 126.

Financiamiento del activo fijo

MONEDA	Soles
PRESTAMO	39,000.00
TEA	23.00% SCOTIABANK
TEM	1.74%
PLAZO	12
CUOTA	3,629.19

Periodo	Deuda	Amortización	Intereses	Cuota	Escudo Fiscal
0	S/39,000.00				
1	S/39,000.00	S/2,950.59	S/678.60	S/3,629.19	S/200.19
2	S/36,049.41	S/3,001.93	S/627.26	S/3,629.19	S/185.04
3	S/33,047.47	S/3,054.17	S/575.03	S/3,629.19	S/169.63
4	S/29,993.31	S/3,107.31	S/521.88	S/3,629.19	S/153.96
5	S/26,886.00	S/3,161.37	S/467.82	S/3,629.19	S/138.01
6	S/23,724.63	S/3,216.38	S/412.81	S/3,629.19	S/121.78
7	S/20,508.24	S/3,272.35	S/356.84	S/3,629.19	S/105.27
8	S/17,235.90	S/3,329.29	S/299.90	S/3,629.19	S/88.47
9	S/13,906.61	S/3,387.22	S/241.98	S/3,629.19	S/71.38
10	S/10,519.39	S/3,446.15	S/183.04	S/3,629.19	S/54.00
11	S/7,073.24	S/3,506.12	S/123.07	S/3,629.19	S/36.31
12	S/3,567.12	S/3,567.12	S/62.07	S/3,629.19	S/18.31
TOTAL		S/39,000.00	S/4,550.30	S/43,550.29	S/1,342.34

7.3. Ingresos anuales

En el siguiente cuadro se detalla el total de las ventas anuales de los 5 años del proyecto, por curso, sin IGV y con IGV.

7.3.1. Ingresos por ventas.

Tabla 127.

Ingreso por Ventas

VENTAS (Soles)	2022	2023	2024	2025	2026
Guitarra	S/384,707.27	S/400,603.37	S/417,685.10	S/436,046.53	S/455,790.72
Piano	S/271,558.07	S/282,778.85	S/294,836.54	S/307,797.55	S/321,734.63
Violín	S/141,436.49	S/147,280.65	S/153,560.70	S/160,311.23	S/167,570.12
Canto	S/209,326.01	S/217,975.36	S/227,269.83	S/237,260.61	S/248,003.78
Ventas Sin IGV	S/1,007,027.84	S/1,048,638.23	S/1,093,352.17	S/1,141,415.93	S/1,193,099.24
IGV	S/181,265.01	S/188,754.88	S/196,803.39	S/205,454.87	S/214,757.86
Ventas Con IGV	S/1,188,292.86	S/1,237,393.12	S/1,290,155.56	S/1,346,870.80	S/1,407,857.11

7.3.2. Valor de Desecho Neto del activo fijo.

Tabla 128.

Valor de desecho Neto del activo fijo

Activo Fijo	Valor Adquisición	%	Depreciación acumulada	Valor en libros	Valor comercial al 5to año	Valor Desecho Neto
Operaciones	20,238.14	33.33%	6,745.37	0	8,095.26	5,707.16
Administración	12,104.50	33.33%	4,034.43	0	4,841.80	3,413.47
Ventas	1,440.68	33.33%	480.18	0	576.272	406.27
TOTAL	33,783.32		11,259.98	0	13,513.33	9,526.90
					IGV por venta (Valor comercial)	2,432.40
					Valor Comercial con IGV	11,959.30

7.4. Costos y gastos anuales

7.4.1. Egresos desembolsables

7.4.1.1. Presupuesto de materiales

A continuación, se detalla el importe del material necesario para los profesores de música, estas compras se ven reflejados en el tercer y cuarto año, donde se eleva el número de docentes.

Tabla 129.

Presupuesto de Materiales

RESUMEN DE COMPRA DE MATERIAL DIRECTO EN SOLES (Por Año)					
Material Directo	2022	2023	2024	2025	2026
Micrófono de Studio y Mixer digital	0.00	0.00	0.00	676.28	0.00
Micrófono Condensador	0.00	0.00	0.00	466.10	0.00
Microsoft Life Cam Studio	0.00	0.00	0.00	1,091.52	0.00
Paneles acústicos	0.00	0.00	0.00	879.66	0.00
Total Compra sin IGV	0.00	0.00	0.00	3,113.56	0.00
IGV	0.00	0.00	0.00	560.44	0.00
Total Compra con IGV	0.00	0.00	0.00	3,674.00	0.00

7.4.1.2. Presupuesto de Mano de Obra Directa.

Tabla 130.

Presupuesto Mano de Obra Directa Planilla

Personal directo a Planilla	2022	2023	2024	2025	2026
Profesor Guitarra	S/78,861.60	S/78,861.60	S/78,861.60	S/105,148.80	S/105,148.80
Profesor Piano	S/58,416.00	S/58,416.00	S/58,416.00	S/58,416.00	S/58,416.00
Profesor Violín	S/18,985.20	S/18,985.20	S/18,985.20	S/18,985.20	S/18,985.20
Profesor Canto	S/49,653.60	S/49,653.60	S/49,653.60	S/49,653.60	S/49,653.60
TOTAL	S/205,916.40	S/205,916.40	S/205,916.40	S/232,203.60	S/232,203.60

Tabla 131.

Presupuesto Mano de Obra Directa R. Honorarios

Personal R. por Honorarios	2022	2023	2024	2025	2026
Profesor Guitarra	S/14,400.00	S/14,400.00	S/14,400.00	S/14,400.00	S/14,400.00
Profesor Piano	S/9,600.00	S/9,600.00	S/9,600.00	S/19,200.00	S/19,200.00
Profesor Violín	S/4,800.00	S/4,800.00	S/4,800.00	S/4,800.00	S/4,800.00
Profesor Canto	S/7,200.00	S/7,200.00	S/7,200.00	S/7,200.00	S/7,200.00
TOTAL	S/36,000.00	S/36,000.00	S/36,000.00	S/45,600.00	S/45,600.00

7.4.1.3. Presupuesto de costos indirectos.

Los costos indirectos de producción están representados por: Mano de obra indirecta, material indirecto y servicios, siendo estos dos últimos representado por el 50% del total del CIS.

Tabla 132.

Presupuesto Costos Indirectos

Mano de Obra Indirecta	2022	2023	2024	2025	2026
Analista de Soporte a Usuario	S/19,673.53	S/19,673.53	S/19,673.53	S/19,673.53	S/19,673.53
Jefe de Operaciones	S/28,802.78	S/28,802.78	S/28,802.78	S/28,802.78	S/28,802.78
TOTAL	S/48,476.32	S/48,476.32	S/48,476.32	S/48,476.32	S/48,476.32
Material Indirecto	2022	2023	2024	2025	2026
Útiles de Oficina	S/254.24	S/254.24	S/254.24	S/254.24	S/254.24
Total sin IGV	S/254.24	S/254.24	S/254.24	S/254.24	S/254.24
IGV	S/45.76	S/45.76	S/45.76	S/45.76	S/45.76
Total con IGV	S/300.00	S/300.00	S/300.00	S/300.00	S/300.00
Servicios	2022	2023	2024	2025	2026
Servicio de Alquiler	S/14,700.00	S/14,700.00	S/14,700.00	S/14,700.00	S/14,700.00
Servicio de Telefonía + Inter	S/1,016.94	S/1,016.94	S/1,016.94	S/1,016.94	S/1,016.94
Servicio de Contabilidad	S/2,542.38	S/2,542.38	S/2,542.38	S/2,542.38	S/2,542.38
Plataforma Moodle		S/635.60	S/635.60	S/635.60	S/635.60
Dominio y hosting		S/0.00	S/0.00	S/213.41	S/0.00
Zoom		S/705.05	S/705.05	S/705.05	S/1,175.08
Servicio de limpieza	S/6,101.70	S/6,101.70	S/6,101.70	S/6,101.70	S/6,101.70
Total Costo servicios sin IGV	S/24,361.02	S/25,701.66	S/25,701.66	S/25,915.07	S/26,171.69
IGV	S/4,384.98	S/4,626.30	S/4,626.30	S/4,664.71	S/4,710.90
Total Costo servicios con IGV	S/28,746.00	S/30,327.96	S/30,327.96	S/30,579.78	S/30,882.59

Tabla 133.

Resumen CIS Operaciones

Costos Indirectos del Servicio	2022	2023	2024	2025	2026
Mano de Obra Indirecta	48,476.32	48,476.32	48,476.32	48,476.32	48,476.32
Material Indirecto	254.24	254.24	254.24	254.24	254.24
Servicios	24,361.02	25,701.66	25,701.66	25,915.07	26,171.69

Total CIS sin IGV	73,091.58	74,432.22	74,432.22	74,645.62	74,902.25
IGV	4,430.75	4,672.06	4,672.06	4,710.47	4,756.67
Total CIS Con IGV	77,522.32	79,104.28	79,104.28	79,356.10	79,658.91

Costos Indirectos del Servicio	2022	2023	2024	2025	2026
Mano de Obra Indirecta	S/48,476.32	S/48,476.32	S/48,476.32	S/48,476.32	S/48,476.32
Material Indirecto	S/254.24	S/254.24	S/254.24	S/254.24	S/254.24
Servicios	S/24,361.02	S/25,701.66	S/25,701.66	S/25,915.07	S/26,171.69
Depreciación Activos Fijos	S/6,745.37	S/6,745.37	S/6,745.37	S/0.00	S/0.00
Amortización Activos Intangibles	S/2,124.54	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Total CIS	S/81,961.49	S/81,177.59	S/81,177.59	S/74,645.62	S/74,902.25

7.4.1.4. Presupuesto de gastos de administración.

Los gastos de administración están conformados por la planilla del personal administrativo. Además, se está considerando el 30% de los CIS.

Tabla 134.

Presupuesto Gastos Administrativos

Personal	2022	2023	2024	2025	2026
Gerente General	S/65,319.78	S/65,319.78	S/65,319.78	S/65,319.78	S/65,319.78
Jefe Administrativo	S/36,410.49	S/36,410.49	S/36,410.49	S/36,410.49	S/36,410.49
Asistente Administrativo	S/16,630.45	S/16,630.45	S/16,630.45	S/16,630.45	S/16,630.45
Total	S/118,360.73	S/118,360.73	S/118,360.73	S/118,360.73	S/118,360.73
Materiales	2022	2023	2024	2025	2026
Útiles de Oficina	S/152.54	S/152.54	S/152.54	S/152.54	S/152.54
Total sin IGV	S/152.54	S/152.54	S/152.54	S/152.54	S/152.54
IGV	S/27.46	S/27.46	S/27.46	S/27.46	S/27.46
Total con IGV	S/180.00	S/180.00	S/180.00	S/180.00	S/180.00
Servicios	2022	2023	2024	2025	2026
Servicio de Alquiler	S/8,820.00	S/8,820.00	S/8,820.00	S/8,820.00	S/8,820.00
Servicio de Telefonía + Internet	S/610.16	S/610.16	S/610.16	S/610.16	S/610.16
Servicio de Contabilidad	S/1,525.43	S/1,525.43	S/1,525.43	S/1,525.43	S/1,525.43
Plataforma Moodle		S/381.36	S/381.36	S/381.36	S/381.36
Dominio y hosting		S/0.00	S/0.00	S/128.04	S/0.00
Zoom		S/423.03	S/564.04	S/564.04	S/705.05
Servicio de limpieza	S/3,661.02	S/3,661.02	S/3,661.02	S/3,661.02	S/3,661.02
Total Costo servicios sin IGV	S/14,616.61	S/15,421.00	S/15,562.01	S/15,690.05	S/15,703.01
IGV	S/2,630.99	S/2,775.78	S/2,801.16	S/2,824.21	S/2,826.54

Total Costo servicios con IGV	S/17,247.60	S/18,196.78	S/18,363.17	S/18,514.26	S/18,529.56
--------------------------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------

Tabla 135.*Resumen CIS Administración*

Costos Indirectos del Servicio	2022	2023	2024	2025	2026
Mano de Obra Indirecta	S/118,360.73	S/118,360.73	S/118,360.73	S/118,360.73	S/118,360.73
Material Indirecto	S/152.54	S/152.54	S/152.54	S/152.54	S/152.54
Servicios	S/14,616.61	S/15,421.00	S/15,562.01	S/15,690.05	S/15,703.01
Total CIS sin IGV	S/133,129.88	S/133,934.27	S/134,075.28	S/134,203.32	S/134,216.28
IGV	S/2,658.45	S/2,803.24	S/2,828.62	S/2,851.67	S/2,854.00
Total CIS con IGV	S/135,788.33	S/136,737.50	S/136,903.89	S/137,054.98	S/137,070.28

Costos Indirectos del Servicio	2022	2023	2024	2025	2026
Mano de Obra Indirecta	S/118,360.73	S/118,360.73	S/118,360.73	S/118,360.73	S/118,360.73
Material Indirecto	S/152.54	S/152.54	S/152.54	S/152.54	S/152.54
Servicios	S/14,616.61	S/15,421.00	S/15,562.01	S/15,690.05	S/15,703.01
Depreciación Activos Fijos	S/4,034.43	S/4,034.43	S/4,034.43	S/0.00	S/0.00
Amortización Activos Intangibles	S/1,274.72	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Total CIS	S/138,439.04	S/137,968.70	S/138,109.71	S/134,203.32	S/134,216.28

7.4.1.5. Presupuesto de gastos de ventas.

Los gastos de ventas están representados por la planilla del personal correspondiente a dicha área. Además, estamos considerando el 20% del CIS.

Tabla 136.

Presupuesto de gastos de ventas

Personal	2022	2023	2024	2025	2026
Ejecutivo de Atención al Cliente	S/15,565.37	S/15,565.37	S/15,565.37	S/15,565.37	S/15,565.37
Analista de Marketing	S/24,238.16	S/24,238.16	S/24,238.16	S/24,238.16	S/24,238.16
TOTAL	S/39,803.53	S/39,803.53	S/39,803.53	S/39,803.53	S/39,803.53
Materiales	2022	2023	2024	2025	2026
Útiles de Oficina	S/101.70	S/101.70	S/101.70	S/101.70	S/101.70
Total sin IGV	S/101.70	S/101.70	S/101.70	S/101.70	S/101.70
IGV	S/18.31	S/18.31	S/18.31	S/18.31	S/18.31
Total con IGV	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00	S/120.00
Servicios	2022	2023	2024	2025	2026
Servicio de Alquiler	S/5,880.00	S/5,880.00	S/5,880.00	S/5,880.00	S/5,880.00
Servicio de Telefonía + Internet	S/406.78	S/406.78	S/406.78	S/406.78	S/406.78
Servicio de Contabilidad	S/1,016.95	S/1,016.95	S/1,016.95	S/1,016.95	S/1,016.95
Plataforma Moodle	S/0.00	S/254.24	S/254.24	S/254.24	S/254.24
Dominio y Hosting	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/85.36	S/0.00
Zoom		S/282.02	S/376.02	S/376.02	S/470.03
Servicio de limpieza	S/2,440.68	S/2,440.68	S/2,440.68	S/2,440.68	S/2,440.68
Total Costo servicios sin IGV	S/9,744.41	S/10,280.66	S/10,374.67	S/10,460.03	S/10,468.68
IGV	S/1,753.99	S/1,850.52	S/1,867.44	S/1,882.81	S/1,884.36
Total Costo servicios con IGV	S/11,498.40	S/12,131.18	S/12,242.11	S/12,342.84	S/12,353.04

Tabla 137.

Resumen CIS Ventas

Costos Indirectos del Servicio	2022	2023	2024	2025	2026
Mano de Obra Indirecta	S/39,803.53	S/39,803.53	S/39,803.53	S/39,803.53	S/39,803.53
Material Indirecto	S/101.70	S/101.70	S/101.70	S/101.70	S/101.70
Servicios	S/9,744.41	S/10,280.66	S/10,374.67	S/10,460.03	S/10,468.68

Total CIS sin IGV	S/49,649.63	S/50,185.89	S/50,279.90	S/50,365.26	S/50,373.90
IGV	S/1,772.30	S/1,868.82	S/1,885.75	S/1,901.11	S/1,902.67
Total CIS con IGV	S/51,421.93	S/52,054.71	S/52,165.64	S/52,266.37	S/52,276.57

Costos Indirectos del Servicio	2022	2023	2024	2025	2026
Mano de Obra Indirecta	S/39,803.53	S/39,803.53	S/39,803.53	S/39,803.53	S/39,803.53
Material Indirecto	S/101.70	S/101.70	S/101.70	S/101.70	S/101.70
Servicios	S/9,744.41	S/10,280.66	S/10,374.67	S/10,460.03	S/10,468.68
Depreciación Act. Fijos	S/480.18	S/480.18	S/480.18	S/0.00	S/0.00
Amortización Act. Intang	S/849.82	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Total CIS	S/50,979.63	S/50,666.07	S/50,760.07	S/50,365.26	S/50,373.90

7.4.2. Egresos no desembolsables

En el cuadro se muestra todos los egresos no desembolsables, tales como:

- Depreciación de activos fijos tangibles: Los cuales están siendo depreciados a un plazo de 3 años, de acuerdo a la ley de depreciación acelerada. Solo se considera a aquellos activos con costo igual o mayor al 1/4 de una Unidad Impositiva Tributaria (S/ 4400).
- Amortización de activos intangibles: Se amortizan aquellos con costo igual o mayor al 1/4 de una Unidad Impositiva Tributaria (S/ 4400). En este caso la amortización será realizada en el año 1 de evaluación del proyecto.

7.4.2.1. Depreciación y Amortización de intangibles.

Tabla 138.

Egresos no Desembolsables

Egresos no desembolsables	2022	2023	2024	2025	2026
Depreciación activos fijos	S/11,259.98	S/11,259.98	S/11,259.98	S/0.00	S/0.00
Operaciones (CIS)	S/6,745.37	S/6,745.37	S/6,745.37	S/0.00	S/0.00
Gastos Administrativos	S/4,034.43	S/4,034.43	S/4,034.43	S/0.00	S/0.00
Gastos Ventas	S/480.18	S/480.18	S/480.18	S/0.00	S/0.00
Amortización activos intangibles	S/4,249.08	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Operaciones (CIS)	S/2,124.54	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Gastos Administrativos	S/1,274.72	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Gastos Ventas	S/849.82	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Bienes no depreciables	S/2,447.45	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00

Producción (CIS)	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Gastos Administrativos	S/2,447.45	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Gastos Ventas	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Total	S/17,956.51	S/11,259.98	S/11,259.98	S/0.00	S/0.00

7.4.2.3. Gasto por activos fijos no depreciables.

7.4.3. Costo de producción unitario y costo total unitario.

Este cálculo se realiza teniendo en cuenta los materiales, la mano de obra directa y el CIS, entre la cantidad de los alumnos matriculados.

Tabla 139.

Costo de servicio Unitario Promedio

	2022	2023	2024	2025	2026
Alumnos matriculados	4,570	4,759	4,962	5,180	5,415
COSTOS DE SERVICIOS					
Material Directo	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 3,113.56	S/. 0.00
Mano de Obra Directa					
Profesor Guitarra	S/. 93,261.60	S/. 93,261.60	S/. 93,261.60	S/. 119,548.80	S/. 119,548.80
Profesor Piano	S/. 68,016.00	S/. 68,016.00	S/. 68,016.00	S/. 77,616.00	S/. 77,616.00
Profesor Violín	S/. 23,785.20				
Profesor Canto	S/. 56,853.60				
CIS	S/. 73,091.58	S/. 74,432.22	S/. 74,432.22	S/. 74,645.62	S/. 74,902.25
Total costos de servicios	S/. 315,007.98	S/. 316,348.62	S/. 316,348.62	S/. 355,562.78	S/. 352,705.85
Costos servicio unitario promedio	S/. 68.92	S/. 66.47	S/. 63.75	S/. 68.64	S/. 65.14

Tabla 140.

Costo total Unitario Promedio

	2022	2023	2024	2025	2026
Alumnos matriculados	4,570	4,759	4,962	5,180	5,415
COSTOS TOTALES					
Material Directo	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/. 3,113.56	S/0.00
Mano de Obra Directa					
Profesor Guitarra	S/. 93,261.60	S/. 93,261.60	S/. 93,261.60	S/. 119,548.80	S/. 119,548.80
Profesor Piano	S/. 68,016.00	S/. 68,016.00	S/. 68,016.00	S/. 77,616.00	S/. 77,616.00
Profesor Violín	S/. 23,785.20				
Profesor Canto	S/. 56,853.60				
CIS	S/. 73,091.58	S/. 74,432.22	S/. 74,432.22	S/. 74,645.62	S/. 74,902.25
Gastos Administración	S/. 142,138.34	S/. 142,942.73	S/. 143,083.74	S/. 143,805.00	S/. 143,817.97
Gastos Ventas	S/. 140,282.14	S/. 144,563.33	S/. 148,681.59	S/. 153,092.69	S/. 157,752.83
Total costos y gastos	S/. 597,428.46	S/. 603,854.68	S/. 608,113.95	S/. 652,460.47	S/. 654,276.65
Costos y gastos totales unitario promedio	S/. 130.72	S/. 126.88	S/. 122.55	S/. 125.95	S/. 120.83

Tabla 141.

Resumen costos Totales Unitarios Mensuales Guitarra

GUITARRA	2022	2023	2024	2025	2026
Alumnos matriculados	1,746	1,818	1,896	1,979	2,069
COSTOS TOTALES					
Material Directo	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 1,189.45	S/. 0.00
Mano de Obra Directa	S/. 93,261.60	S/. 93,261.60	S/. 93,261.60	S/. 119,548.80	S/. 119,548.80
CiS	S/. 27,922.63	S/. 28,434.78	S/. 28,434.78	S/. 28,516.31	S/. 28,614.34
Total costos producción	S/. 121,184.23	S/. 121,696.38	S/. 121,696.38	S/. 149,254.56	S/. 148,163.14
Costo producción unitario mensual	S/. 69.41	S/. 66.94	S/. 64.20	S/. 75.42	S/. 71.63
Alumnos matriculados	1,746	1,818	1,896	1,979	2,069
COSTOS TOTALES					
Material Directo	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 1,189.45	S/. 0.00
Mano de Obra Directa	S/. 93,261.60	S/. 93,261.60	S/. 93,261.60	S/. 119,548.80	S/. 119,548.80
CiS	S/. 27,922.63	S/. 28,434.78	S/. 28,434.78	S/. 28,516.31	S/. 28,614.34
Gastos Administración	S/. 54,300.04	S/. 54,607.33	S/. 54,661.20	S/. 54,936.74	S/. 54,941.69
Gastos Ventas	S/. 53,590.93	S/. 55,226.44	S/. 56,799.71	S/. 58,484.85	S/. 60,265.13
Total costos y gastos	S/. 229,075.20	S/. 231,530.16	S/. 233,157.29	S/. 262,676.15	S/. 263,369.96
Costos y gastos totales unitario mensual	S/131.20	S/127.35	S/123.00	S/132.73	S/127.32

Tabla 142.*Resumen costos Totales Unitarios Mensuales Piano*

PIANO	2022	2023	2024	2025	2026
Alumnos matriculados	1,232	1,283	1,338	1,397	1,460
COSTOS TOTALES					
Material Directo	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 839.61	S/. 0.00
Mano de Obra Directa	S/. 68,016.00	S/. 68,016.00	S/. 68,016.00	S/. 77,616.00	S/. 77,616.00
CiS	S/. 19,710.09	S/. 20,071.61	S/. 20,071.61	S/. 20,129.16	S/. 20,198.36
Total costos producción	S/. 87,726.09	S/. 88,087.61	S/. 88,087.61	S/. 98,584.77	S/. 97,814.36
Costo producción unitario mensual	S/. 71.18	S/. 68.64	S/. 65.83	S/. 70.57	S/. 66.99
Alumnos matriculados	1,232	1,283	1,338	1,397	1,460
COSTOS TOTALES					
Material Directo	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 839.61	S/. 0.00
Mano de Obra Directa	S/. 68,016.00	S/. 68,016.00	S/. 68,016.00	S/. 77,616.00	S/. 77,616.00
CiS	S/. 19,710.09	S/. 20,071.61	S/. 20,071.61	S/. 20,129.16	S/. 20,198.36
Gastos Administración	S/. 38,329.44	S/. 38,546.35	S/. 38,584.38	S/. 38,778.88	S/. 38,782.37
Gastos Ventas	S/. 37,828.89	S/. 38,983.37	S/. 40,093.91	S/. 41,283.42	S/. 42,540.09
Total costos y gastos	S/. 163,884.42	S/. 165,617.33	S/. 166,765.90	S/. 178,647.07	S/. 179,136.82
Costos y gastos totales unitario mensual	S/132.97	S/129.05	S/124.63	S/127.89	S/122.68

Tabla 143.

Resumen Costos Totales Unitarios Mensuales Violín

VIOLIN	2022	2023	2024	2025	2026
Alumnos matriculados	642	668	697	728	761
COSTOS TOTALES					
Material Directo	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 437.30	S/. 0.00
Mano de Obra Directa	S/. 23,785.20				
CiS	S/. 10,265.67	S/. 10,453.96	S/. 10,453.96	S/. 10,483.94	S/. 10,519.98
Total costos producción	S/. 34,050.87	S/. 34,239.16	S/. 34,239.16	S/. 34,706.43	S/. 34,305.18
Costo producción unitario mensual	S/. 53.05	S/. 51.22	S/. 49.13	S/. 47.70	S/. 45.11
COSTO TOTAL UNITARIO					
Alumnos matriculados	642	668	697	728	761
COSTOS TOTALES					
Material Directo	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 437.30	S/. 0.00
Mano de Obra Directa	S/. 23,785.20				
CiS	S/. 10,265.67	S/. 10,453.96	S/. 10,453.96	S/. 10,483.94	S/. 10,519.98
Gastos Administración	S/. 19,963.25	S/. 20,076.23	S/. 20,096.03	S/. 20,197.33	S/. 20,199.15
Gastos Ventas	S/. 19,702.55	S/. 20,303.84	S/. 20,882.25	S/. 21,501.78	S/. 22,156.30
Total costos y gastos	S/. 73,716.67	S/. 74,619.23	S/. 75,217.44	S/. 76,405.55	S/. 76,660.63
Costos y gastos totales unitario mensual	S/114.84	S/111.63	S/107.93	S/105.02	S/100.80

Tabla 144.

Resumen Costos Totales Unitarios Mensuales Canto

CANTO	2022	2023	2024	2025	2026
Alumnos matriculados	950	989	1,031	1,077	1,126
COSTOS TOTALES					
Material Directo	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 647.20	S/. 0.00
Mano de Obra Directa	S/. 56,853.60				
CiS	S/. 15,193.19	S/. 15,471.87	S/. 15,471.87	S/. 15,516.22	S/. 15,569.57
Total costos producción	S/. 72,046.79	S/. 72,325.47	S/. 72,325.47	S/. 73,017.03	S/. 72,423.17
Costo producción unitario mensual	S/. 75.84	S/. 73.11	S/. 70.12	S/. 67.81	S/. 64.34
Alumnos Matriculados	950	989	1,031	1,077	1,126
COSTOS TOTALES					
Material Directo	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 647.20	S/. 0.00
Mano de Obra Directa	S/. 56,853.60				
CiS	S/. 15,193.19	S/. 15,471.87	S/. 15,471.87	S/. 15,516.22	S/. 15,569.57
Gastos Administración	S/. 29,545.61	S/. 29,712.81	S/. 29,742.13	S/. 29,892.05	S/. 29,894.75
Gastos Ventas	S/. 29,159.77	S/. 30,049.68	S/. 30,905.72	S/. 31,822.64	S/. 32,791.32
Total costos y gastos	S/. 130,752.17	S/. 132,087.96	S/. 132,973.31	S/. 134,731.71	S/. 135,109.23
Costos y gastos totales unitario mensual	S/137.63	S/133.52	S/128.92	S/125.12	S/120.04

Tabla 145.*Margen Unitario por Curso*

GUITARRA	2022	2023	2024	2025	2026
Valor Venta	S/. 220.34				
Costo Unitario	S/. 131.20	S/. 127.35	S/. 123.00	S/. 132.73	S/. 127.32
Margen Unitario	S/. 89.14	S/. 92.99	S/. 97.34	S/. 87.61	S/. 93.02
Margen%	40%	42%	44%	40%	42%
PIANO	2022	2023	2024	2025	2026
Valor Venta	S/. 220.34				
Costo Unitario	S/. 132.97	S/. 129.05	S/. 124.63	S/. 127.89	S/. 122.68
Margen Unitario	S/. 87.37	S/. 91.29	S/. 95.71	S/. 92.45	S/. 97.66
Margen%	40%	41%	43%	42%	44%
VIOLIN	2022	2023	2024	2025	2026
Valor Venta	S/. 220.34				
Costo Unitario	S/. 114.84	S/. 111.63	S/. 107.93	S/. 105.02	S/. 100.80
Margen Unitario	S/. 105.50	S/. 108.71	S/. 112.41	S/. 115.32	S/. 119.54
Margen%	48%	49%	51%	52%	54%
CANTO	2022	2023	2024	2025	2026
Valor Venta	S/. 220.34				
Costo Unitario	S/. 137.63	S/. 133.52	S/. 128.92	S/. 125.12	S/. 120.04
Margen Unitario	S/. 82.71	S/. 86.82	S/. 91.42	S/. 95.22	S/. 100.30
Margen%	38%	39%	41%	43%	46%

7.4.4. Costos fijos y variables unitarios.

Tabla 146.

Costos fijos y variables unitarios

	2022	2023	2024	2025	2026
Alumnos Matriculados	4,570	4,759	4,962	5,180	5,415
Material Directo (Plataforma, Equipos)	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 3,113.56	S/. 0.00
Mano de Obra Directa	S/. 241,916.40	S/. 241,916.40	S/. 241,916.40	S/. 277,803.60	S/. 277,803.60
Total costo variable	S/. 241,916.40	S/. 241,916.40	S/. 241,916.40	S/. 280,917.16	S/. 277,803.60
Costo Variable Unitario Promedio	S/. 52.93	S/. 50.83	S/. 48.75	S/. 54.23	S/. 51.30
CIS	S/. 73,091.58	S/. 74,432.22	S/. 74,432.22	S/. 74,645.62	S/. 74,902.25
Gastos Administrativos	S/. 142,138.34	S/. 142,942.73	S/. 143,083.74	S/. 143,805.00	S/. 143,817.97
Gastos Ventas	S/. 140,282.14	S/. 144,563.33	S/. 148,681.59	S/. 153,092.69	S/. 157,752.83
TOTAL COSTOS FIJOS	S/. 355,512.06	S/. 361,938.28	S/. 366,197.55	S/. 371,543.31	S/. 376,473.05
Costo Fijo Unitario Promedio	S/. 77.79	S/. 76.05	S/. 73.80	S/. 71.72	S/. 69.53
COSTO TOTAL	S/. 130.72	S/. 126.88	S/. 122.55	S/. 125.95	S/. 120.83

Capítulo VIII: Estados financieros proyectados

8.1. Premisas del Estado de Ganancias y Pérdidas y del Flujo de Caja.

- a) Se tiene un horizonte de evaluación de 5 años (2022-2026)
- b) La Escuela de Música y Canto DOREMI, iniciará sus operaciones en el año 2022
- c) La moneda utilizada el Sol peruano
- d) Los montos de cada elemento en el Estado de Ganancias y Pérdidas están sin IGV.
- e) El impuesto a la renta nacional es 29.5%.
- f) La estructura financiera es de 62.85% capital propio y 37.15% deuda.
- g) El precio de las clases de música se mantiene constante durante todos los periodos del proyecto.

8.2. Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos financieros.

Tabla 147.

Estado de Ganancias y pérdidas sin gastos financieros

ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS					
	2022	2023	2024	2025	2026
VENTAS	S/1,007,027.84	S/1,048,638.23	S/1,093,352.17	S/1,141,415.93	S/1,193,099.24
(-)Costo de Ventas (Operaciones)	S/315,007.98	S/316,348.62	S/316,348.62	S/355,562.78	S/352,705.85
(-)Material Directo	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/3,113.56	S/0.00
(-)Mano de Obra Directa	S/241,916.40	S/241,916.40	S/241,916.40	S/277,803.60	S/277,803.60
(-)CIS	S/73,091.58	S/74,432.22	S/74,432.22	S/74,645.62	S/74,902.25
UTILIDAD BRUTA	S/692,019.87	S/732,289.62	S/777,003.55	S/785,853.15	S/840,393.40
Gastos Operativos	S/282,420.48	S/287,506.06	S/291,765.33	S/296,897.69	S/301,570.80
(-)Gastos Administrativos	S/142,138.34	S/142,942.73	S/143,083.74	S/143,805.00	S/143,817.97
(-)Gastos Ventas	S/140,282.14	S/144,563.33	S/148,681.59	S/153,092.69	S/157,752.83
EBIT o UTILIDAD OPERATIVA	S/409,599.38	S/444,783.56	S/485,238.22	S/488,955.45	S/538,822.60
(-)Impuestos	S/120,831.82	S/131,211.15	S/143,145.28	S/144,241.86	S/158,952.67
UTILIDAD NETA	S/288,767.56	S/313,572.41	S/342,092.95	S/344,713.60	S/379,869.93

8.3. Estado de Ganancias y Pérdidas con gastos financieros y escudo fiscal.

Tabla 148.

Estado de ganancias y pérdidas con gastos financieros

ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS					
	2022	2023	2024	2025	2026
VENTAS	S/1,007,027.84	S/1,048,638.23	S/1,093,352.17	S/1,141,415.93	S/1,193,099.24
Costo de Ventas (Operaciones)	S/323,877.89	S/323,093.99	S/323,093.99	S/355,562.78	S/352,705.85
(-)Material Directo	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/3,113.56	S/0.00
(-)Mano de Obra Directa	S/241,916.40	S/241,916.40	S/241,916.40	S/277,803.60	S/277,803.60
(-)CIS	S/81,961.49	S/81,177.59	S/81,177.59	S/74,645.62	S/74,902.25
UTILIDAD BRUTA	S/683,149.95	S/725,544.24	S/770,258.18	S/785,853.15	S/840,393.40
(-)Gastos Operativos	S/289,059.63	S/292,020.67	S/296,279.94	S/296,897.69	S/301,570.80
(-)Gastos Administrativos	S/147,447.50	S/146,977.16	S/147,118.17	S/143,805.00	S/143,817.97
(-)Gastos Ventas	S/141,612.13	S/145,043.51	S/149,161.77	S/153,092.69	S/157,752.83
EBIT O UTILIDAD OPERATIVA	S/394,090.32	S/433,523.58	S/473,978.24	S/488,955.45	S/538,822.60
Ingreso por Ventas Activos	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/9,526.90
(-)Valor Libros	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
(-)Gastos Financieros	S/1,342.34	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	S/392,747.98	S/433,523.58	S/473,978.24	S/488,955.45	S/548,349.49
(-)Impuestos	S/115,860.66	S/127,889.46	S/139,823.58	S/144,241.86	S/161,763.10
UTILIDAD NETA	S/276,887.33	S/305,634.12	S/334,154.66	S/344,713.60	S/386,586.39

Tabla 149.*Escudo Fiscal*

ESCUDO FISCAL	2022	2023	2024	2025	2026
IR (Sin depreciación / amortización)	120,831.82	131,211.15	143,145.28	144,241.86	158,952.67
IR (Con depreciación / amortización)	115,860.66	127,889.46	139,823.58	144,241.86	161,763.10
RESULTADO EF	4,971.16	3,321.69	3,321.69	0.00	-2,810.43

8.4. Flujo de Caja Operativo.**Tabla 150.***Flujo de caja operativo*

Flujo de Caja	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por Ventas	S/1,188,292.86	S/1,237,393.12	S/1,290,155.56	S/1,346,870.80	S/1,407,857.11
(-)Compra de Material Directo	S/0.00	S/0.00	S/0.00	-S/3,674.00	S/0.00
(-)Pago de MOD	-S/241,916.40	-S/241,916.40	-S/241,916.40	-S/277,803.60	-S/277,803.60
(-)Pago de CIS	-S/77,522.32	-S/79,104.28	-S/79,104.28	-S/79,356.10	-S/79,658.91
(-)Gastos Administrativos	-S/146,418.32	-S/147,367.49	-S/147,533.88	-S/148,384.97	-S/148,400.27
(-)Gastos de Ventas	-S/158,368.29	-S/163,420.10	-S/168,279.64	-S/173,484.74	-S/125,740.30
(-)Impuesto a la Renta	-S/120,831.82	-S/131,211.15	-S/143,145.28	-S/144,241.86	-S/158,952.67
(=)Flujo de caja Operativo	S/443,235.71	S/474,373.70	S/510,176.08	S/519,925.53	S/617,301.36

8.6. Flujo de Caja Económico.

Tabla 152.

Flujo de caja económico

Flujo de Caja	Liquidación						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Ingresos por Ventas		S/1,188,292.86	S/1,237,393.12	S/1,290,155.56	S/1,346,870.80	S/1,407,857.11	
(-)Compra de Material Directo		S/0.00	S/0.00	S/0.00	-S/3,674.00	S/0.00	
(-)Pago de MOD		-S/241,916.40	-S/241,916.40	-S/241,916.40	-S/277,803.60	-S/277,803.60	
(-)Pago de CIS		-S/77,522.32	-S/79,104.28	-S/79,104.28	-S/79,356.10	-S/79,658.91	
(-)Gastos Administrativos		-S/146,418.32	-S/147,367.49	-S/147,533.88	-S/148,384.97	-S/148,400.27	
(-)Gastos de Ventas		-S/158,368.29	-S/163,420.10	-S/168,279.64	-S/173,484.74	-S/125,740.30	
(-)Impuesto a la Renta		-S/120,831.82	-S/131,211.15	-S/143,145.28	-S/144,241.86	-S/158,952.67	
(=)Flujo de caja Operativo	S/0.00	S/443,235.71	S/474,373.70	S/510,176.08	S/519,925.53	S/617,301.36	S/0.00
(-)Inversión en Activos Fijos Tangibles	-S/39,864.32						
(-)Inversión en Activos Intangibles	-S/7,802.53						
(-)Inversión Gastos Pre Operativos	-S/57,315.99						
(-)Inversión Capital de Trabajo	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00		
(+)Ingreso por venta activos							S/11,959.30
(+)Valor de Recuperación del Capital de Trabajo							
Flujo de Capital o Inversión	-S/104,982.83	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/11,959.30
Pago IGV(Liquidación IGV)	S/0.00	-S/146,058.05	-S/161,215.28	-S/168,470.78	-S/176,300.91	-S/184,766.64	S/0.00
(=)Flujo de Caja Económico	-S/104,982.83	S/297,177.66	S/313,158.42	S/341,705.30	S/343,624.62	S/432,534.72	S/11,959.30
WACC	26.14%						
VPN / VANE	S/981,859.53	>= 0	El proyecto es viable y crea valor desde la perspectiva de la empresa				
TIR / TIRE	288.74%	>= 26.14%	El proyecto es viable y crea valor desde la perspectiva de la empresa				

8.7. Flujo del Servicio de la deuda.

Tabla 153.

Flujo del servicio de la deuda

Flujo de Caja	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Prestamos	S/39,000.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
(-)Cuotas	S/43,550.29	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
(+)Escudo Fiscal	S/1,342.34	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
(=)Servicio de la deuda	-S/3,207.96	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00

8.8. Flujo de Caja Financiero.

Tabla 154.

Flujo Caja Financiero

Flujo de Caja	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Ingresos por Ventas		S/1,188,292.86	S/1,237,393.12	S/1,290,155.56	S/1,346,870.80	S/1,407,857.11
(-)Compra de Material Directo		S/0.00	S/0.00	S/0.00	-S/3,674.00	S/0.00
(-)Pago de MOD		-S/241,916.40	-S/241,916.40	-S/241,916.40	-S/277,803.60	-S/277,803.60
(-)Pago de CIS		-S/77,522.32	-S/79,104.28	-S/79,104.28	-S/79,356.10	-S/79,658.91
(-)Gastos Administrativos		-S/146,418.32	-S/147,367.49	-S/147,533.88	-S/148,384.97	-S/148,400.27
(-)Gastos de Ventas		-S/158,368.29	-S/163,420.10	-S/168,279.64	-S/173,484.74	-S/125,740.30
(-)Impuesto a la Renta		-S/120,831.82	-S/131,211.15	-S/143,145.28	-S/144,241.86	-S/158,952.67
(-)Pago de IGV		-S/146,058.05	-S/161,215.28	-S/168,470.78	-S/176,300.91	-S/184,766.64
(=)Flujo de caja Operativo		S/297,177.66	S/313,158.42	S/341,705.30	S/343,624.62	S/432,534.72
Inversión en Activos Tangibles	-S/39,864.32	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	
Inversión en Activos Intangibles	-S/7,802.53	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Gastos Pre Operativos	-S/57,315.99	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Inversión en Capital de Trabajo	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Valor de Recuperación del Activo Fijo	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Valor de Recuperación Capital Trabajo	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Flujo de Capital o Inversión	-S/104,982.83	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
(=)Flujo de caja Económico	-S/104,982.83	S/297,177.66	S/313,158.42	S/341,705.30	S/343,624.62	S/432,534.72
Prestamos	S/39,000.00					
(-)Cuotas		-S/43,550.29				
(+)Escudo Fiscal		S/1,342.34				
(=)Servicio de la deuda	S/39,000.00	-S/42,207.96	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
(=)Flujo de Caja Financiero	-S/65,982.84	S/254,969.70	S/313,158.42	S/341,705.30	S/343,624.62	S/432,534.72

COK = Ke 32.00%

VANF S/808,557 > 0 Viable y crea valor desde la perspectiva del accionista

TIRF 405.58% > 32.00% Viable y crea valor desde la perspectiva del accionista

Capítulo IX: Evaluación económico financiera

9.1. Cálculo de la tasa de descuento

9.1.1. Costo de oportunidad

9.1.1.1. CAPM.

El costo de oportunidad es la rentabilidad a la que se renuncia para invertir en un proyecto de similar riesgo. A continuación, se realiza el cálculo del COK, mediante el modelo CAPM.

Tabla 155.

CAPM

Costo de oportunidad del capital (COK)	Modelo CAPM
Prima de riesgo de mercado (Rm - Rf)	5.6%
Tasa de libre riesgo	1.57%
Beta desapalancada	1.07
%D	37.15%
%E	62.85%
Riesgo país	1.30
Impuesto a la renta	29.50%
Beta Apalancado	1.15
COK (modelo CAPM)	8%

9.1.1.2. COK propio.

Tabla 156.

COK Propio

COK PROPIO		
Accionistas	Alternativa Inversión	Rentabilidad
Lizbeth Cabrera	Deposito plazo fijo Financiera Compartamos	4.23%
Diana Príncipe	Deposito plazo fijo Banco Comercio	3.76%
	Promedio Rentabilidad	4.00%
	Factor	8.01%
	COK (propio)	32.00%

9.1.2. Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC).

Tabla 157.

Costo promedio ponderado de capital WACC

Capital	Monto	%	Costo de capital
Deuda Activos Fijos	S/39,000.00	37%	23.00%
Capital Propio	S/65,982.83	63%	32.00%
	S/104,982.83	100%	
Costo Promedio Ponderado Capital (WACC)	26.14%		

La empresa como mínimo debería ganar el 26.14% para satisfacer/ cubrir el 23% de la deuda a su acreedor (banco) y el 32.00% del accionista.

9.2. Evaluación económica financiera

9.2.1. Indicadores de Rentabilidad

9.2.1.1. VANE y VANF.

El VANE y el VANF nos resultaron positivos y por lo tanto el proyecto es viable.

Esto valores nos indican que obtendremos, luego de recuperar nuestra inversión, una ganancia adicional de S/ 981,859.53 y S/ 808,556.68 respectivamente. Esta desarrollado en la tabla “flujo de caja Económico” y “flujo de caja Financiero”.

9.2.1.2. TIRE y TIRF, TIR modificado.

En esta parte del proyecto se miden los indicadores de viabilidad del mismo, como prueba de que el proyecto de clases virtuales de música es económicamente rentable. El análisis está desarrollado en la tabla “flujo de caja Económico” y “flujo de caja Financiero”.

9.2.1.3. Período de recuperación descontado.

Tabla 158.

Periodo de recuperación descontado

WACC=	26.14%
VAN Económico=	981,859.53
TIR Económico=	288.74%
B/C Económico=	8.32

Por cada sol de inversión, la empresa obtiene 8.32 de rentabilidad

Tabla 159.

Periodo de recuperación descontado

	0	1	2	3	4	5
Flujo de caja económico	-S/104,982.83	S/297,177.66	S/313,158.42	S/341,705.30	S/343,624.62	S/432,534.72
Flujo Económico descontado	-S/104,982.83	S/235,600.91	S/196,827.47	S/170,268.43	S/135,746.14	S/135,464.34
Flujo acumulado	-S/. 104,982.83	S/. 130,618.08	S/. 327,445.54	S/. 497,713.97	S/. 633,460.11	S/. 768,924.45
PRD económico	0.446					
Periodo de Recupero	0	años	5	meses	10	días

Tabla 160.

Periodo de recuperación descontados

COK=	32.00%
VAN Financiero=	808,556.68
TIR Financiero=	405.58%
B/C Financiero=	11.25

Tabla 161.*Periodo de recuperación descontados*

	0	1	2	3	4	5
Flujo de caja financiero	-S/65,982.84	S/254,969.70	S/313,158.42	S/341,705.30	S/343,624.62	S/432,534.72
Flujo Financiero descontado	-S/. 65,982.84	S/. 193,158.87	S/. 179,728.20	S/. 148,569.59	S/. 113,184.91	S/. 107,932.27
Flujo acumulado PRD financiero	-S/. 65,982.84 0.342	S/. 127,176.03	S/. 306,904.23	S/. 455,473.83	S/. 568,658.74	S/. 676,591.01
Periodo de Recupero	0	años	4	meses	3	días

9.2.1.4. Análisis Beneficio / Costo (B/C).

9.2.2 Análisis del punto de equilibrio

Tabla 162. *Punto de Equilibrio*

Punto de Equilibrio					
	2022	2023	2024	2025	2026
VENTAS (EN SOLES)	S/1,007,027.84	S/1,048,638.23	S/1,093,352.17	S/1,141,415.93	S/1,193,099.24
VENTAS (EN CANTIDADES)	4,570	4,759	4,962	5,180	5,415
Guitarra	1,746	1,818	1,896	1,979	2,069
Piano	1,232	1,283	1,338	1,397	1,460
Violín	642	668	697	728	761
Canto	950	989	1,031	1,077	1,126
Precio de venta promedio	S/220.34	S/220.34	S/220.34	S/220.34	S/220.34
MATERIAL DIRECTO	0.00	0.00	0.00	3113.56	0.00
MANO DE OBRA DIRECTA	S/241,916.40	S/241,916.40	S/241,916.40	S/277,803.60	S/277,803.60
CIF VARIABLE	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
COSTOS VARIABLES	S/241,916.40	S/241,916.40	S/241,916.40	S/280,917.16	S/277,803.60
Costo variable unitario promedio	S/52.93	S/50.83	S/48.75	S/54.23	S/51.30
CIF FIJO	S/97,706.84	S/100,388.12	S/100,623.13	S/101,049.94	S/101,328.18
GASTOS ADMINISTRATIVOS	S/142,138.34	S/142,942.73	S/143,083.74	S/143,805.00	S/143,817.97
GASTOS VENTAS	S/140,282.14	S/144,563.33	S/148,681.59	S/153,092.69	S/157,752.83
COSTOS FIJOS	S/380,127.32	S/387,894.18	S/392,388.46	S/397,947.63	S/402,898.98
Costo fijo Unitario promedio	S/83.17	S/81.50	S/79.08	S/76.82	S/74.41
COSTO TOTAL	S/622,043.72	S/629,810.58	S/634,304.86	S/678,864.79	S/680,702.58
Costo total unitario promedio	S/136.10	S/132.34	S/127.83	S/131.05	S/125.71
Margen %	61.89%	66.50%	72.37%	68.14%	75.27%
PUNTO DE EQUILIBRIO (en cantidades)	2,271	2,288	2,287	2,396	2,384
PUNTO DE EQUILIBRIO (en soles)	S/500,317.70	S/504,214.27	S/503,876.85	S/527,861.03	S/525,183.82

9.2.2.1. Estado de resultados (costeo directo).

Tabla 163.

Estado de resultados costeo directo

ESTADO DE RESULTADOS (COSTEO DIRECTO)					
	2022	2023	2024	2025	2026
VENTAS	S/1,007,027.84	S/1,048,638.23	S/1,093,352.17	S/1,141,415.93	S/1,193,099.24
(-) COSTOS VARIABLES	-S/241,916.40	-S/241,916.40	-S/241,916.40	-S/280,917.16	-S/277,803.60
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	S/765,111.44	S/806,721.83	S/851,435.77	S/860,498.77	S/915,295.64
(-) COSTOS FIJOS	-S/380,127.32	-S/387,894.18	-S/392,388.46	-S/397,947.63	-S/402,898.98
EBIT O UTILIDAD OPERATIVA	S/384,984.12	S/418,827.66	S/459,047.31	S/462,551.13	S/512,396.67
(-) GASTOS FINANCIEROS	-S/4,550.30	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	S/380,433.82	S/418,827.66	S/459,047.31	S/462,551.13	S/512,396.67
(-) IMPUESTOS	-S/112,227.98	-S/123,554.16	-S/135,418.96	-S/136,452.58	-S/151,157.02
UTILIDAD NETA	S/268,205.85	S/295,273.50	S/323,628.35	S/326,098.55	S/361,239.65

ESTADO DE RESULTADOS (COSTEO DIRECTO) - PUNTO DE EQUILIBRIO					
	2022	2023	2024	2025	2026
VENTAS	S/500,317.70	S/504,214.27	S/503,876.85	S/527,861.03	S/525,183.82
(-) COSTOS VARIABLES	-S/120,190.38	-S/116,320.10	-S/111,488.39	-S/129,913.40	-S/122,284.85
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	S/380,127.32	S/387,894.18	S/392,388.46	S/397,947.63	S/402,898.98
(-) COSTOS FIJOS	-S/380,127.32	-S/387,894.18	-S/392,388.46	-S/397,947.63	-S/402,898.98
EBIT O UTILIDAD OPERATIVA	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00

9.3 Análisis de sensibilidad y riesgo

9.3.1 Variables de Entrada

Las variables de entrada son considerados parámetros que nos ayudan a identificar la sensibilidad de nuestro proyecto.

El cambio de uno de estas variables puede afectar considerablemente la inversión o el gasto presupuestado del proyecto. En tal sentido se han escogido las siguientes variables de sensibilidad.

Tabla 164.

Variables de entrada

VARIABLES DE ENTRADA
DEMANDA DE ALUMNOS
PRECIO
COSTOS TOTALES

9.3.2 Variables de salida

Se escogió 4 variables de salida:

VARIABLES DE SALIDA
VANF TIRF VANE TIRE

9.3.3 Análisis Unidimensional

Para el análisis unidimensional se muestran los valores obtenidos según las variables de entrada elegidos.

En el análisis de la demanda, esta podría reducir en un máximo de 34.00%, con el cual se obtendría un VANF=0

Tabla 165.*Análisis unidimensional demanda*

DEMANDA					
Demanda del Escenario inicial	2022	2023	2024	2025	2026
Demanda Guitarra	1746	1818	1896	1979	2069
Demanda Piano	1232	1283	1338	1397	1460
Demanda Violín	642	668	697	728	761
Demanda Canto	950	989	1031	1077	1126
				VANF	S/808,557
				TIR	288.74%
Porcentaje de Disminución de la Demanda					34.00%
Nueva Demanda 1	1152	1200	1251	1306	1365
Nueva Demanda 2	813	847	883	922	964
Nueva Demanda 3	424	441	460	480	502
Nueva Demanda 4	627	653	681	711	743
				VANF	0
				TIRF	-33.97%
				VANE	68,396.17
				TIRE	-32.48%

Tabla 166.*Análisis unidimensional precio*

PRECIO					
Precios del escenario inicial	2022	2023	2024	2025	2026
Precio Guitarra	260	260	260	260	260
Precio Piano	260	260	260	260	260
Precio Violín	260	260	260	260	260
Precio Canto	260	260	260	260	260
				VANF	S/808,557
				TIR	288.74%
Porcentaje de Disminución del precio					27.30%
Precio Guitarra	189	189	189	189	189
Precio Piano	189	189	189	189	189
Precio Violín	189	189	189	189	189
Precio Canto	189	189	189	189	189
				VANF	0
				TIRF	-34.62%
				VANE	67,100.06
				TIRE	-33.13%

En relación al precio, este podría disminuir hasta un máximo de 27.30% con el cual el proyecto llega a su límite VANF= 0.

Tabla 167.*Análisis unidimensional Costos totales*

COSTOS TOTALES					
Costos del escenario inicial	2022	2023	2024	2025	2026
Costos Directos	S/241,916	S/241,916	S/241,916	S/281,478	S/277,804
Costos Indirectos	S/77,522	S/79,104	S/79,104	S/79,356	S/79,656
Gastos Administración	S/147,118	S/148,067	S/148,934	S/149,785	S/149,800
Gastos Ventas	S/158,368	S/163,420	S/168,280	S/173,485	S/124,340
				VANF	S/808,557
				TIR	288.74%
Porcentaje de incremento de los costos totales					154.00%
Costos Directos	S/372,551	S/372,551	S/372,551	S/433,476	S/427,818
Costos Indirectos	S/119,384	S/121,821	S/121,821	S/122,208	S/122,675
Gastos Administración	S/226,562	S/228,024	S/229,358	S/230,669	S/230,692
Gastos Ventas	S/243,887	S/251,667	S/259,151	S/267,167	S/191,484
				VANF	0
				TIRF	-20.51%
				VANE	71,057.38
				TIRE	-19.36%

Respecto a la variable costos totales, nuestro proyecto podría resistir un incremento de hasta 154.00% sobre el total de dichos costos, con el cual obtendríamos un VANF=0.

9.3.4 Análisis Multidimensional**Tabla 168.***Análisis Multidimensional*

Análisis multidimensional	Pesimista	Base	Optimista
Variables de entrada			
Demanda	-10.00%	0.00%	10.00%
Precio de venta	-10.00%	0.00%	10.00%
Costo de Materias primas directas	20.00%	0.00%	0.00%
Costo de planillas	15.00%	0.00%	0.00%
Costos de servicios básicos	25.00%	0.00%	0.00%
Variables de salida			
VANF	S/109,200.86	S/808,557.00	S/1,295,713.27
TIRF	21.14%	405.58%	693.59%
VANE	S/192,714.43	S/981,859.53	S/1,527,983.55
TIRE	19.75%	288.74%	472.82%
Probabilidad de ocurrencia	15.00%	70.00%	15.00%
VANF esperado	S/776,727.02		
VANE esperado	S/945,406.37		

En el escenario pesimista VANF y VANE resultan con valores positivos, se utilizaron las variables de entrada que originaban para el VANF con valor 0. En el escenario optimista se utilizan los valores contrarios a los que se utilizaron en el escenario pesimista. Se puede apreciar que las variables escogidas pueden hacer variar el VAN drásticamente según el escenario escogido.

9.3.5 Variables críticas del proyecto

Criterios:

- 1-10% Variable Crítica - Alto Riesgo
- 10-20% Variable Sensible - Riesgo Medio
- 20% Variable Poco Sensible – Bajo Riesgo

Habiendo realizado el análisis de sensibilidad respecto a demanda, precio y costos totales, podemos determinar que el proyecto no tiene variables críticas, dado que el resultado de las mismas, tienen una sensibilidad mayor a 20%, siendo de bajo riesgo.

9.3.6 Perfil de riesgo

Luego de analizar las variables de entrada y analizar los resultados obtenidos en los escenarios presentados, se puede concluir que existe un riesgo bajo en la rentabilidad del proyecto, somos una empresa nueva que ingresa al mercado con un servicio netamente online, sin embargo, las circunstancias y nuevas tendencias en los hábitos de consumo y de vida, hace que la educación a través de medios virtuales sea una de las nuevas tendencias que se proyecta mantener a lo largo de los años.

Capítulo 10: Conclusiones y Recomendaciones

10.1 Conclusiones.

Con respecto al proyecto:

- El proyecto será financiado mediante capital propio de los inversionistas por un total de S/65,982.83, los cuales representan el 62.85% de la inversión total, esta inversión será asignado para los activos intangibles, los gastos pre-operativos y en el caso de los activos tangibles, solo se aportará S/864.32, siendo la diferencia financiado mediante un préstamo de activo fijo por S/39,000.00, mediante una entidad bancaria, este préstamo será pagado en 12 cuotas con una TCEA 23.00%.
- Habiendo realizado las evaluaciones correspondientes, podemos afirmar que el proyecto es rentable, generando valor a la empresa, se obtiene como resultado VANE de S/981,859.53, TIRE de 288.74% y un WACC de 26.14%. Además, podemos resaltar que el periodo de recuperación es corto (5 meses, 10 días).
- En la evaluación financiera el resultado es favorable, crea valor y es rentable para el accionista, se obtiene un VANF de S/808,557.00, TIRF de 405.58%, el COK del inversionista es de 32.00%.
- La Escuela de Música Online DOREMI, es nueva en el mercado de la enseñanza de música online, sin embargo, existen factores que le permiten llegar a un crecimiento optimo, las circunstancias y nuevas tendencias en los hábitos de consumo y de vida, ha hecho que la educación a través de medios virtuales sea una de las nuevas tendencias que se proyecta mantener a lo largo de los años.
- Podemos resaltar que nuestra empresa, se diferencia de las demás por nuestro modelo de negocio netamente online. Además, contamos con horarios los 7 días de la semana, los cuales se adecuan al tiempo disponible de nuestro público objetivo (niños y jóvenes de 3 a 16 años).

Con respecto al servicio:

- Nuestras clases serán virtuales, siendo dictadas los 7 días de la semana (Lun-Dom), en horarios que se adaptan a la disponibilidad de nuestro público.
- Las clases serán impartidas en condiciones óptimas, para ello se proporcionará a nuestros docentes, equipos adecuados para transmitir la clase con la mejor nitidez de cámara video y paneles acústicos para reducir los ruidos externos.
- Se pondrá a disposición de nuestros alumnos, padres de familia y docentes, nuestra plataforma virtual, donde tendrán acceso al detalle de sus cursos, videos complementarios para su aprendizaje, entre otros materiales.
- En nuestra página web, los padres podrán contar con toda la información de nuestros cursos (Guitarra, Piano, Violín y Canto), también ver el perfil de nuestros docentes altamente calificados.

10.2 Recomendaciones.**Con respecto al proyecto:**

- Evaluar la posibilidad de realizar mayores compras en activos tangibles para la empresa, con lo cual obtenemos mayor escudo y crédito fiscal.

Con respecto al servicio:

- Debemos hacer encuestas periódicas a nuestros clientes, respecto a que tan bueno o malo consideran que reciben las clases de música virtuales, ya que de esta manera podremos tener información necesaria y oportuna de la calidad de nuestro servicio, a fin de evaluar nuevas tecnologías que permitan llevar la virtualidad a un nivel de calidad y satisfacción alto.
- Mantener constante nuestra publicidad en redes sociales.
- Crear alianzas estratégicas con colegios y municipalidades para difundir la música a través de nuestro servicio de enseñanza online.

Bibliografía

- Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados. (2019). *Niveles Socioeconómicos 2019*. Obtenido de <http://www.apeim.com.pe>
- Banco Central de Reserva del Perú. (2020). *Estadísticas*. Obtenido de <http://www.bcrp.gob.pe>
- CPI, 2017, *Comportamiento de compra en inicio de clases escolares*. Recuperado de <http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/10/ESCOLAR.pdf>
- El Mundo de Mozart Escuela Infantil (2020). *Beneficios de estudiar música en los niños*. Obtenido de <https://elmundodemozart.com/beneficios-de-estudiar-musica-en-los-ninos/>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2020). *Estadísticas*. Obtenido de <https://www.inei.gob.pe>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2020). *Estadísticas*. Obtenido de <https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/el-942-de-la-poblacion-de-6-a-11-anos-de-edad-matriculados-en-educacion-primaria-recibieron-clases-virtuales-12384/>
- Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (2021). *Código de Protección y Defensa del Consumidor*. Obtenido de <https://www.gob.pe/institucion/indecopi/normas-legales/1244218-29571>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2020). *La Educación en América Latina y el Caribe ante la COVID-19*. Obtenido de <https://es.unesco.org/fieldoffice/santiago/covid-19-education-alc/medios>
- Superintendencia Nacional de Registros Públicos (2021). *Tipos de personas jurídicas (Empresas)*. Obtenido de <https://sid.sunarp.gob.pe/sid/informa.htm?method=goConstEmp>

Anexos

Encuestas.

Reciba usted un cordial saludo y gracias por participar en nuestra encuesta. Estamos realizando un trabajo de investigación acerca de la enseñanza de instrumentos musicales y de canto, mediante una plataforma virtual. Por favor leer detenidamente y marque su respuesta a las siguientes preguntas:

1) ¿Tiene usted hijos entre 3 a 16 años de edad?

a) Si ()

b) No () (fin de la encuesta)

2) ¿En qué rango se encuentra su edad?

a) De 25 a 30 años ()

b) De 30 a 35 años ()

c) De 35 a 40 años ()

d) De 40 a 45 años ()

e) De 45 a 50 años ()

f) De 50 a 55 años ()

g) Otro (fin de la encuesta)

3) ¿En qué distrito reside usted?

a) Jesús María ()

b) Lince ()

c) Pueblo Libre ()

- d) Magdalena ()
- e) San Miguel ()
- f) Miraflores ()
- g) San Isidro ()
- h) San Borja ()
- i) Santiago de Surco ()
- j) La Molina ()
- k) Otros, (fin de la encuesta)

4) ¿Cuál es el ingreso promedio mensual en su familia?

- a) De S/ 3,000 a S/ 5,000
- b) De S/ 5,000 a S/ 7,000
- c) De S/ 7,000 a S/ 10,000
- d) Más de S/ 10,000

5) ¿En qué rango de edad se encuentra(n) su(s) hijo(s)?

- a) Entre 03 a 05 años ()
- b) Entre 06 a 12 años ()
- c) Entre 13 a 16 años ()

6) ¿Su hijo(s) realiza alguna actividad extracurricular artística o deportiva?

- a) Si ()
- b) No ()

7) ¿Sabía usted que la música es importante para el crecimiento intelectual, ya que genera gran cantidad de actividad neuronal?

a) Si ()

b) No ()

8) Indique usted ¿Cuál o cuáles de estos instrumentos ha tocado o toca su hijo? Puede marcar más de 1.

a) Guitarra ()

b) Piano ()

c) Violín ()

d) Canto ()

e) Otros ()

f) Ningún instrumento ()

9) ¿Cómo aprendió a tocar su hijo los instrumentos mencionados anteriormente?

a) En una academia ()

b) Autodidácticamente ()

c) Con clases privadas ()

d) En el colegio ()

e) Otros ()

Nuevo servicio: Escuela de música online.

Se nos ha encargado realizar un estudio de factibilidad para una empresa, que consiste en la enseñanza musical a través de clases online, mediante una plataforma en la cual los alumnos podrán conectarse e interactuar en tiempo real con profesores altamente calificados,

egresados de la Universidad Nacional de Música, usando las mejores metodologías para un aprendizaje exitoso, como la “Metodología Suzuki” que viene siendo usada a nivel mundial, consiste primero en apoyar la adquisición de conocimiento en el sentido del oído para luego ser desarrollada a través de la lectura, en este método, los padres toman parte activa en el proceso de aprendizaje.

Las clases serán divididas en 3 grupos de acuerdo a la edad del niño: De 3 a 6 años, de 7 a 11 años y de 12 a 16 años.

Los cursos que se dictarán son los siguientes: Guitarra, violín, piano y canto. Aquellas, serán grupales (máximo 5 personas).

Se contará con horarios disponibles los 7 días de la semana.

10) ¿Inscribiría usted a su hijo(a) para aprender o mejorar su conocimiento y performance de alguno de los instrumentos listados en la plataforma de enseñanza de música online explicada?

- a) Definitivamente Si ()
- b) Si ()
- c) Quizás ()
- d) No ()
- e) Definitivamente No ()

11) ¿Qué curso contrataría para su hijo (a)? Marque solo una alternativa.

- a) Guitarra ()
- b) Piano ()
- c) Violín ()
- d) Canto ()

12) ¿Cuál sería el factor principal para matricular en su hijo(s) en nuestra escuela de música online?

- a) Flexibilidad en los horarios ()
- b) Docentes altamente calificados ()
- c) Metodología de enseñanza ()
- d) Optima plataforma virtual ()
- e) Servicios complementarios ()
- f) Precio ()

13) Marque el rango de precio que estaría usted dispuesto a pagar por el servicio mensual de clases, paquete 8 clases al mes. Los precios aplican para todos los instrumentos.

- a) De S/320 a S/350 ()
- b) De S/290 a S/320 ()
- c) De S/260 a S/290 ()
- d) De S/230 a S/260 ()
- e) De S/200 a S/230 ()

14) ¿Qué día inscribiría a su hijo(s) en la escuela de música online?

- a) Lunes, Martes, Miércoles, Jueves ()
- b) Viernes, Sábado, Domingo ()

15) ¿En qué horario inscribiría a su hijo(s) en la escuela de música online?

- a) 09:00 am a 10:00 am ()
- b) 10:00 am a 11:00 am ()
- c) 11:00 am a 12:00 pm ()

- d) 3:00 pm a 4:00 pm ()
- e) 4:00 pm a 5:00 pm ()
- f) 5:00 pm a 6:00 pm ()
- g) 6:00 pm a 7:00 pm ()
- h) 7:00 pm a 8:00 pm ()
- i) 8:00 pm a 9:00 pm ()

16) ¿En qué mes o meses del año matricularía usted a su hijo (a)? Marque todos los meses que contrataría en un año.

- a) Enero ()
- b) Febrero ()
- c) Marzo ()
- d) Abril ()
- e) Mayo ()
- f) Junio ()
- g) Julio ()
- h) Agosto ()
- i) Setiembre ()
- j) Octubre ()
- k) Noviembre ()
- l) Diciembre ()
- m) Todo el año ()

17) ¿Cuántos meses al año matricularía a su hijo para aprender a tocar un instrumento?

- a) 3 meses
- b) 4 meses

c) 6 meses

d) 8 meses

e) todo el año

18) ¿Cuántos hijos del rango de edad indicado, matricularía usted en nuestra academia?

a) 1 hijo ()

b) 2 hijos ()

c) 3 hijos ()

d) 4 hijos ()

19) ¿A través de qué medio de comunicación, le gustaría enterarse sobre la escuela de música?

a) Volantes ()

b) Blogs ()

c) Paneles publicitarios ()

d) Redes sociales ()

e) Internet ()

f) Radio y televisión ()

g) Por recomendación ()