



idat

INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO

“IDAT”

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO
DE FORMACIÓN EN LIDERAZGO Y ORATORIA PARA ADULTOS
USANDO LA METODOLOGÍA FLIPPED CLASSROOM**

**Trabajo de aplicación profesional para obtener el título Profesional Técnico
en Administración de empresas**

FRANK WILMER GUTIERREZ SAAVEDRA

(0009-0004-9341-3759)

Lima – Perú

2026

Índice General

Resumen Ejecutivo.....	15
Introducción	16
Capítulo I: Definición de Negocio.....	17
Idea de Negocio.....	17
Diagnóstico de la Idea del Negocio.....	19
Justificación del Plan de Negocio	26
Capítulo II: Diagnostico del Plan de Negocio.....	45
Análisis del Microentorno	45
Análisis del Macroentorno	56
Capítulo III: Planeamiento Estratégico	83
Misión.....	83
Visión	84
Valores	84
FODA	86
Matriz FODA	89
Objetivos Estratégicos.....	90
Estrategias de Porter.....	94
Diagrama de Gantt	97
Capítulo IV: Estudio de Mercado	104
Oferta.....	104
Demanda.....	112
Proyección de la Demanda.....	151
Capítulo V: Plan de Comercialización	153
Mercado.....	153
Marketing Mix.....	163
Proyección de ventas	190
Capítulo VI: Plan Técnico.....	192
Localización de la Empresa.....	192

Tamaño del Negocio	210
Necesidades	216
Costos Directos e Indirectos.....	219
Proceso de Operaciones y Desarrollo de clases	220
Certificaciones Necesarias	235
Impacto en el Medio Ambiente	237
Capítulo VII: Plan Organizacional, Personal y Legal.....	241
Constitución de la Empresa.....	241
Obligaciones tributarias y laborales	261
Estructura Organizacional	266
Descripción de Funciones (MOF)	268
Capítulo VIII: Plan Económico – Financiero.....	277
Inversiones	277
Ingresos y Egresos.....	283
Deuda	285
Flujo de Caja	287
Evaluación Económica y Financiera	289
Estados Financieros Proyectados	292
Conclusiones	295
Recomendaciones	297
Referencias Bibliográficas.....	299
Anexos	310

Índice de tablas

Tabla 1. <i>Matriz Macro Filtro</i>	32
Tabla 2. <i>Matriz Micro Filtro</i>	40
Tabla 3. <i>Tabla de competencia directa</i>	49

Tabla 4. <i>Tabla de proveedores de establecimiento</i>	51
Tabla 5. <i>Tabla de proveedores de muebles</i>	51
Tabla 6. <i>Tabla de Proveedores de Equipos</i>	52
Tabla 7. <i>Tabla de competencia indirecta</i>	53
Tabla 8. <i>Tabla de nuevos entrantes</i>	55
Tabla 9. <i>Matriz FODA del plan de negocio</i>	89
Tabla 10. <i>Descripción de la empresa Life Perú</i>	105
Tabla 11. <i>Descripción de la empresa TEA</i>	106
Tabla 12. <i>Descripción de la empresa Expesarte mejor</i>	107
Tabla 13. <i>Descripción de la empresa La Vaca Multicolor</i>	107
Tabla 14. <i>Descripción de la empresa Diez Talentos</i>	108
Tabla 15. <i>Descripción de la empresa Perú Clown</i>	109
Tabla 16. <i>Descripción de la empresa Espacio Alterno</i>	110
Tabla 17. <i>Descripción de la empresa ELAC</i>	110
Tabla 18. <i>Descripción de la empresa ELAN</i>	111
Tabla 19. <i>Descripción de la empresa La Red Mundial de Oratoria</i>	111
Tabla 20. <i>Resultados de la pregunta 1</i>	124
Tabla 21. <i>Resultados de la pregunta 2</i>	125
Tabla 22. <i>Resultados de la pregunta 3</i>	127
Tabla 23. <i>Resultados de la pregunta 4</i>	128
Tabla 24. <i>Resultados de la pregunta 5</i>	130
Tabla 25. <i>Resultados de la pregunta 6</i>	131
Tabla 26. <i>Resultados de la pregunta 7</i>	133

Tabla 27. <i>Resultados de la pregunta 8</i>	134
Tabla 28. <i>Resultados de la pregunta 9</i>	136
Tabla 29. <i>Resultados de la pregunta 10</i>	137
Tabla 30. <i>Resultados de la pregunta 11</i>	139
Tabla 31. <i>Resultados de la pregunta 12</i>	140
Tabla 32. <i>Resultados de la pregunta 13</i>	141
Tabla 33. <i>Resultados de la pregunta 14</i>	143
Tabla 34. <i>Resultados de la pregunta 15</i>	144
Tabla 35. <i>Resultados de la pregunta 16</i>	145
Tabla 36. <i>Resultados de la pregunta 17</i>	147
Tabla 37. <i>Datos previos para la proyección de la demanda del plan de negocio</i>	151
Tabla 38. <i>Proyección de la demanda en Santiago de Surco del 2025 al 2030 de ELOI</i>	151
Tabla 39. <i>Tasa de Penetración del Mercado</i>	152
Tabla 40. <i>Datos de Población</i>	154
Tabla 41. <i>Datos de Nivel socioeconómico</i>	154
Tabla 42. <i>Datos de la PEA de Santiago de Surco</i>	155
Tabla 43. <i>Mercado Potencial</i>	156
Tabla 44. <i>Mercado Disponible</i>	156
Tabla 45. <i>Mercado Efectivo</i>	157
Tabla 46. <i>Mercado Objetivo</i>	157
Tabla 47. <i>Tabla de segmentación de variables</i>	163
Tabla 48. <i>Precios de los talleres ofrecidos en ELOI</i>	173
Tabla 49. <i>Competencia directa de ELOI</i>	174

Tabla 50. <i>Precio de venta aplicando Margen de Ganancia</i>	176
Tabla 51. <i>Estrategias FO</i>	187
Tabla 52. <i>Estrategias FA</i>	188
Tabla 53. <i>Estrategias DO</i>	189
Tabla 54. <i>Estrategias DA</i>	189
Tabla 55. <i>Proyección de ventas de ELOI</i>	191
Tabla 56. <i>Costos de implementación exterior para el local seleccionado</i>	201
Tabla 57. <i>Costos de seguridad ante emergencias y sostenibilidad ambiental</i>	201
Tabla 58. <i>Costos de licencias y permisos municipales</i>	202
Tabla 59. <i>Costos en seguridad del local</i>	202
Tabla 60. <i>Costos de implementación exterior para el local seleccionado</i>	203
Tabla 61. <i>Costos de seguridad ante emergencias y sostenibilidad ambiental</i>	203
Tabla 62. <i>Costos de licencias y permisos municipales</i>	204
Tabla 63. <i>Costos en seguridad del local</i>	204
Tabla 64. <i>Costos de implementación para el local seleccionado</i>	205
Tabla 65. <i>Costos de seguridad ante emergencias y sostenibilidad ambiental</i>	206
Tabla 66. <i>Costos de licencias y permisos municipales</i>	207
Tabla 67. <i>Costos en seguridad del local</i>	207
Tabla 68. <i>Tabla de evaluación de factores</i>	208
Tabla 69. <i>Capacidad de personas por turno</i>	210
Tabla 70. <i>Distribución de las áreas del local seleccionado en (m²)</i>	211
Tabla 71. <i>Maquinaria y equipos</i>	216
Tabla 72. <i>Muebles y enseres</i>	216

Tabla 73. <i>Útiles de oficina</i>	216
Tabla 74. <i>Personal</i>	217
Tabla 75. <i>Útiles de limpieza</i>	217
Tabla 76. <i>Servicios de comunicación</i>	217
Tabla 77. <i>Implementación para exterior del local</i>	218
Tabla 78. <i>Implementación de seguridad ante emergencias</i>	218
Tabla 79. <i>Implementación en seguridad del local seleccionado</i>	218
Tabla 80. <i>Tabla de Costos Directos e Indirectos</i>	219
Tabla 81. <i>Descripción del proceso de captación y matricula del alumno mediante WhatsApp</i>	220
Tabla 82. <i>Descripción del proceso de captación y matricula del alumno mediante Página web</i>	222
Tabla 83. <i>Descripción del proceso de captación y matricula del alumno de manera presencial</i>	223
Tabla 84. <i>Descripción del proceso de desarrollo de clases del taller de oratoria y liderazgo personal -I</i>	224
Tabla 85. <i>Descripción del proceso de desarrollo de clases del taller de oratoria y liderazgo personal -Avanzado</i>	225
Tabla 86. <i>Descripción del proceso de desarrollo de clases del taller de oratoria y liderazgo personal – Superior</i>	226
Tabla 87. <i>Descripción del proceso de desarrollo de clases del taller de oratoria y liderazgo en el trabajo–Superior</i>	227
Tabla 88. <i>Tablero de control de impacto ambiental negativo</i>	239
Tabla 89. <i>Obligaciones laborales de mano de obra directa</i>	264
Tabla 90. <i>Obligaciones laborales de mano de obra indirecta</i>	264

Tabla 91. <i>Proyección de obligaciones laborales de mano de obra directa</i>	265
Tabla 92. <i>Proyección de obligaciones laborales de mano de obra indirecta</i>	265
Tabla 93. <i>Inversión de muebles y enseres</i>	277
Tabla 94. <i>Inversión de Maquinarias y equipos</i>	278
Tabla 95. <i>Inversión de Insumos y Materiales</i>	278
Tabla 96. <i>Inversión de Mano de Obra Directa</i>	279
Tabla 97. <i>Inversión de Mano de Obra Indirecta</i>	280
Tabla 98. <i>Inversión de costos fijos</i>	280
Tabla 99. <i>Inversión en gastos de constitución de la empresa</i>	281
Tabla 100. <i>Inversión en intangibles</i>	281
Tabla 101. <i>Cuadro de inversión general</i>	282
Tabla 102. <i>Unidades totales de los servicios ofrecidos en ELOI</i>	283
Tabla 103. <i>Costo de venta de los servicios ofrecidos en ELOI</i>	283
Tabla 104. <i>Costo anual de Mano de obra directa e indirecta</i>	284
Tabla 105. <i>Cuadro de inversión general</i>	285
Tabla 106. <i>Cuadro de financiamiento propio y externo</i>	285
Tabla 107. <i>Cronograma de amortización</i>	286
Tabla 108. <i>Cuadro de flujo de caja financiero de ELOI</i>	288
Tabla 109. <i>Cuadro de flujo de caja económico</i>	288
Tabla 110. <i>Flujo neto de ingresos y egresos para evaluación financiera</i>	289
Tabla 111. <i>Tabla de resultados de VAN y TIR financiero</i>	290
Tabla 112. <i>Flujo neto de ingresos y egresos para evaluación económica</i>	290
Tabla 113. <i>Tabla de resultados de VAN y TIR económico</i>	291

Tabla 114. <i>Punto de equilibrio de ELOI</i>	291
Tabla 115. <i>Estado de resultados de ELOI</i>	293
Tabla 116. <i>Estado de situación financiera año 2026 de ELOI</i>	293

Índice de Figuras

Figura 1. <i>Logo de Life Perú</i>	20
Figura 2. <i>Logo de TEA</i>	21
Figura 3. <i>Logo de ExpresArte mejor</i>	22
Figura 4. <i>Logo de La Vaca Multicolor</i>	23
Figura 5. <i>Logo de Diez Talentos</i>	24
Figura 6. <i>Perú Clown</i>	25
Figura 7. <i>Logo de Espacio Alterno</i>	26
Figura 8. <i>Las fuerzas de Porter</i>	46
Figura 9. <i>Tasas de Crecimiento del PBI</i>	58
Figura 10. <i>Tasa de actividad según sexo y edad</i>	59
Figura 11. <i>Tasa del Actividad de Nivel Educativo</i>	60
Figura 12. <i>Proyección de inflación del 2025 al 2027</i>	62
Figura 13. <i>Cambio de prioridades</i>	64
Figura 14. <i>Concentración promedio de PM2.5 en principales ciudades de Latinoamérica</i>	67
Figura 15. <i>Índice de democracia del Perú</i>	70
Figura 16. <i>Tasa de crecimiento promedio anual de la población total en el Perú, censos 1836-2017 y proyección 2024 y 2050 (miles de personas)</i>	75

Figura 17. <i>Población total estimada y proyectada de Perú, según grupos de edad, 1950, 1970, 1990, 2010, 2017, 2030 y 2050</i>	76
Figura 18. <i>Población en edad para trabajar según condición de actividad (Segundo trimestre: 2025)</i>	76
Figura 19. <i>Población económicamente activa, según sexo y grupo edad (segundo trimestre: 2025)</i>	77
Figura 20. <i>Composición de la población según sexo, 2017, 2025</i>	77
Figura 21. <i>Distribución de la población, según departamento 2025</i>	78
Figura 22. <i>Población por segmento socio económico en Lima Metropolitana</i>	79
Figura 23. <i>Logo de inteligencia artificial</i>	82
Figura 24. <i>Organigrama de ELOI</i>	90
Figura 25. <i>Estrategias genéricas de Porter</i>	95
Figura 26. <i>Figura relacionada al diagrama de Gantt</i>	97
Figura 27. <i>Diagrama de Gantt del cronograma del plan proyecto</i>	99
Figura 28. <i>Actividad 1 Del Diagrama De Gantt</i>	100
Figura 29. <i>Actividad 2 Del Diagrama De Gantt</i>	100
Figura 30. <i>Actividad 3 Del Diagrama De Gantt</i>	100
Figura 31. <i>Actividad 4 Del Diagrama De Gantt</i>	101
Figura 32. <i>Actividad 5 Del Diagrama De Gantt</i>	101
Figura 33. <i>Actividad 6 Del Diagrama De Gantt</i>	101
Figura 34. <i>Actividad 7 del Diagrama de Gantt</i>	102
Figura 35. <i>Actividad 8 del Diagrama de Gantt</i>	102
Figura 36. <i>Actividad del Diagrama de Gantt</i>	102

Figura 37. <i>Actividad 10 del Diagrama de Gantt</i>	103
Figura 38. <i>Grupo de personas de Santiago de Surco por edad</i>	116
Figura 39. <i>Fórmula para población infinita</i>	117
Figura 40. <i>Calculo aplicado</i>	118
Figura 41. <i>Formulario de encuesta en google form</i>	118
Figura 42. <i>Resultados de la pregunta 1</i>	124
Figura 43. <i>Resultados de la pregunta 2</i>	126
Figura 44. <i>Resultados de la pregunta 3</i>	127
Figura 45. <i>Resultados de la pregunta 4</i>	129
Figura 46. <i>Resultados de la pregunta 5</i>	130
Figura 47. <i>Resultados de la pregunta 6</i>	132
Figura 48. <i>Resultados de la pregunta 7</i>	133
Figura 49. <i>Resultados de la pregunta 8</i>	135
Figura 50. <i>Resultados de la pregunta 9</i>	136
Figura 51. <i>Resultados de la pregunta 10</i>	138
Figura 52. <i>Resultados de la pregunta 11</i>	139
Figura 53. <i>Resultados de la pregunta 12</i>	140
Figura 54. <i>Resultados de la pregunta 13</i>	142
Figura 55. <i>Resultados de la pregunta 14</i>	143
Figura 56. <i>Resultados de la pregunta 15</i>	144
Figura 57. <i>Resultados de la pregunta 16</i>	146
Figura 58. <i>Resultados de la pregunta 17</i>	147
Figura 59. <i>Población según grupos de edad - Santiago de Surco</i>	158

Figura 60. <i>Distrito de Santiago de Surco y sus alrededores</i>	159
Figura 61. <i>Distribución de Hogares según NSE 2024, Lima Metropolitana</i>	160
Figura 62. <i>Interacción grupal durante sesión académica</i>	161
Figura 63. <i>Imagen referencial hacia la variable Psicográfica</i>	162
Figura 64. <i>Interacción grupal en una conversación casual</i>	163
Figura 65. <i>Logo del Plan de Proyecto</i>	165
Figura 66. <i>Modelo de Pagina Web de ELOI</i>	167
Figura 67. <i>Modelo de Comunidad de ELOI mediante WhatsApp</i>	170
Figura 68. <i>Resultados de las encuestas en Google FORM referente al precio de los talleres...</i>	175
Figura 69. <i>Modelo de anuncio promocional de descuento por recomendación</i>	177
Figura 70. <i>Modelos de anuncios promocionales</i>	178
Figura 71. <i>Modelo de Pagina de Facebook de ELOI</i>	181
Figura 72. <i>Modelo de creación de cuenta de Instagram</i>	182
Figura 73. <i>Modelo de creación de cuenta en Tiktok</i>	183
Figura 74. <i>Ubicación para la puesta en marcha de ELOI</i>	184
Figura 75. <i>Alrededores del local seleccionado</i>	185
Figura 76. <i>Salón principal del local de la Alternativa A</i>	194
Figura 77. <i>Exteriores del local de la alternativa B</i>	195
Figura 78. <i>Espacios internos del local de la alternativa B</i>	196
Figura 79. <i>Imagen general del local de la alternativa C</i>	197
Figura 80. <i>Exteriores del local de la alternativa C</i>	198
Figura 81. <i>Zonas de alto tránsito de personas alrededor del local de la alternativa A</i>	199
Figura 82. <i>Alto tránsito de vehículos particulares y vehículos de uso publico</i>	199

Figura 83. <i>Imagen del interior del local seleccionado</i>	209
Figura 84. <i>Imagen del interior del local seleccionado</i>	209
Figura 85. <i>Plano general del local seleccionado</i>	212
Figura 86. <i>Plano del área de recepción e informes</i>	213
Figura 87. <i>Plano del área del salón principal</i>	214
Figura 88. <i>Plano del área de los servicios higiénicos</i>	215
Figura 89. <i>Plano del área de colaboradores</i>	215
Figura 90. <i>Diagrama de flujo del proceso de captación y matricula del alumno mediante WhatsApp</i>	229
Figura 91. <i>Diagrama de flujo del proceso de captación y matricula del alumno mediante Pagina Web</i>	230
Figura 92. <i>Diagrama de flujo del proceso de captación y matricula del alumno de manera presencial</i>	231
Figura 93. <i>Diagrama de flujo del proceso de desarrollo de clases del taller de oratoria y liderazgo personal - I</i>	232
Figura 94. <i>Diagrama de flujo del proceso de desarrollo de clases del taller de oratoria y liderazgo personal - Avanzado</i>	233
Figura 95. <i>Diagrama de flujo del proceso de desarrollo de clases del taller de oratoria y liderazgo personal - Superior</i>	234
Figura 96. <i>Diagrama de flujo del proceso de desarrollo de clases del taller de oratoria y liderazgo personal en el trabajo - Superior</i>	235
Figura 97. <i>Régimen tributario elegido</i>	243
Figura 98. <i>Búsqueda y reserva de nombre</i>	245
Figura 99. <i>Formulario de reserva de nombre de persona jurídica</i>	246
Figura 100. <i>Primera página de la ficha de solicitud de constitución de empresas</i>	248

Figura 101. <i>Modelo de escritura publica</i>	250
Figura 102. <i>Modelo de registro único de contribuyente</i>	253
Figura 103. <i>Modelo de Certificado de Licencia de municipalidad de funcionamiento</i>	255
Figura 104. <i>Certificado de inspección técnica de seguridad en edificaciones</i>	257
Figura 105. <i>Formato de solicitud de registro de marca de producto / servicio y/o multiclase</i> ..	259
Figura 106. <i>Flujograma del proceso de constitución de una empresa</i>	261
Figura 107. <i>Información sobre Régimen MYPE Tributario</i>	262
Figura 108. <i>Organigrama de ELOI</i>	266

Resumen Ejecutivo

El presente plan de negocio tiene como propósito implementar un Centro de Formación en Liderazgo y Oratoria para adultos, refiriéndose a mayores de 18 años hasta los 45 años de edad que pertenezcan al nivel socioeconómico B y C del distrito de Santiago de Surco, en Lima Metropolitana. El plan de negocio surge debido a la respuesta del aumento de las demandas de las habilidades blandas y comunicación efectiva en el ámbito académico, profesional y social, las cuales están vinculadas a la comunicación asertiva, el liderazgo y la seguridad de expresarse en público. La propuesta está sustentada bajo la estrategia de diferenciación, debido a la aplicación de la metodología Flipped Classroom, complementada con simulaciones de escenarios reales y un enfoque emocional, permitiendo al alumno desarrollarse de manera exitosa. Este modelo educativo permite que los alumnos tengan a la mano y asimilen el contenido teórico de manera independiente, destinando la mayor parte de la clase al desarrollo de actividades prácticas, dinámicas en grupo y retroalimentación personalizadas mediante informes, los cuales estarán disponibles para los participantes, permitiendo un aprendizaje activo. Asimismo, el estudio de mercado confirma la existencia de la demanda insatisfecha y sustenta la estrategia de comercialización y el plan técnico de ELOI. Por último en el capítulo de planificación financiera se muestra la evaluación económica y financiera del proyecto, la cual demuestra que la inversión es viable y sostenible, respaldando la factibilidad al momento de implementar el centro propuesto.